

Universidad Pedagógica Nacional

Unidad 094 D.F.

Licenciatura en Educación Plan 940

Tesina:

***“Promoción de Servicios Bibliotecarios en la Biblioteca de la
Universidad del Estado de México, Campus Valle de Chalco”***

Que para obtener el título de Licenciada en Educación Plan 94

P r e s e n t a:

Jovita Cruz Gaytán

Asesora. Teresa de Jesús Pérez Gutiérrez

México, D.F. Marzo de 2012

AGRADECIMIENTOS

Cuando un sueño se hace realidad no todo se atribuye al empeño que pongamos en realizarlo.

Detrás de cada sueño siempre hay personas que nos apoyan y que creen en nosotros. Son seres especiales que nos animan a seguir adelante en nuestros proyectos brindándonos, de diferentes maneras, su solidaridad.

Quiero agradecer de todo corazón a la Maestra Teresa de Jesús por su paciencia y apoyo para guiarme en mi trabajo de investigación.

A mis padres; sobre todo a mi madre por sus palabras de aliento cuando ya no sabía hacia dónde ir.

A mis hermanos, por su gran ejemplo de constancia y tenacidad para no rendirme ante las adversidades. Y porque siempre han estado conmigo en todo momento.

A mis hijos porque a cada paso y cada sueño que llevo a cabo son parte de mi inspiración.

TABLA DE CONTENIDOS

<i>Introducción</i>	4
<i>I.- Diseño de la investigación</i>	6
<i>A.- Problematización</i>	7
<i>B. Justificación</i>	8
<i>C.- Delimitación</i>	10
<i>D.-Objetivos</i>	11
<i>E.- Metodología</i>	12

Capítulo 1 Historia del Municipio Valle de Chalco y el Centro Universitario UAEMEX Valle de Chalco

1.1 Historia del Municipio Valle de Chalco	18
1.1.2 Población del Municipio Valle de Chalco: demografía, inmigración y Evolución demográfica	19
1.1.3 Ubicación geográfica del Municipio Valle de Chalco.....	22
1.2 Historia del Centro Universitario UAEM Valle de Chalco	24
1.2.1 Lineamientos para la transformación de las Unidades Académicas a Centros Universitarios	26
1.2.2 Instalaciones Centro Universitario UAEM Valle de Chalco	28
1.2.3 Estructuras y funciones de las dependencias de la UAEM Valle de Chalco.....	29
1.2.4 Alumnos y personal docente.....	32
1.3 Biblioteca Universitaria	33
1.3.1 Sistema bibliotecario en la Ciudad de Toluca.....	37
1.3.2 Biblioteca en el Centro Universitario UAEM Valle de Chalco	38
1.3.3 Servicios que presta la biblioteca.....	39
1.3.4 Colecciones.....	40

Capítulo 2. Promoción de los servicios bibliotecarios de la biblioteca del C.U. UAEMEX
Valle de Chalco

2.1 Mercadotecnia social y análisis de mercado.....	43
2.2 Usuarios reales y potenciales.....	50
2.3 Promoción de los servicios.....	52
2.4 Mercadotecnia y Bibliotecas Universitarias.....	56
2.5 La función de la mercadotecnia en las bibliotecas.....	58
2.6 Objetivos que se establecen para un plan de marketing en una biblioteca Universitaria.....	58
2.7 La promoción de servicios en la biblioteca universitaria.....	62

Capítulo 3. Programa para la promoción de los servicios bibliotecarios del Centro
Universitario UAEMEX Valle de Chalco

3.1 Programa para instaurar la biblioteca digital en la biblioteca del Centro Universitario UAEMEX Valle de Chalco.....	65
3.2 Programa para la promoción de los servicios bibliotecarios en la biblioteca del Centro Universitario UAEMEX de Valle de Chalco.....	66
3.3 Conclusiones del programa de promoción los servicios bibliotecarios en la biblioteca del Centro Universitario UAEMEX de Valle de Chalco	78
<i>Bibliografía.....</i>	<i>80</i>

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo expone un programa de difusión donde se explica y describen los diversos elementos y materiales de las áreas de la biblioteca del Centro Universitario UAEM ubicado en el Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México. La finalidad es promocionar todos los servicios con los que cuenta la biblioteca y la Universidad para beneficio de la comunidad interna y externa. En el desarrollo de este trabajo de investigación fue de suma importancia recolectar información entre los usuarios internos y externos, aplicando cuestionarios para la recolección de datos, también se utilizó la observación directa, la entrevista estructurada y las encuestas, las cuales sirvieron para establecer una base documental en este programa de promoción.

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, es necesaria la aplicación de herramientas que permitan una mejora en la comunicación y en la difusión de servicios bibliotecarios, y que a su vez, ofrezcan la posibilidad de satisfacer las demandas informativas de nuestros usuarios.

La incorporación de técnicas de promoción y difusión en el mundo bibliotecario se ha desarrollado con bastante lentitud; sigue siendo una tarea bastante olvidada porque en pocas ocasiones recurrimos al marketing para anunciar nuestros productos y servicios. Lo ideal es ofrecerle al cliente la opción de conocer mejor las posibilidades informativas con las que contamos. Generalmente, cuando hablamos de marketing, lo asociamos a actividades empresariales y lo relacionamos con conceptos tales como publicidad, ventas, estudios de mercado, etc., conceptos que a priori nos pueden parecer alejados de la concepción tradicional que se tiene de los servicios bibliotecarios, pero que están muy vinculados a la moderna gestión de servicios de información. El marketing es algo más que una ciencia empresarial, es un fenómeno social de nuestro tiempo y un elemento esencial para cualquier sitio que necesite de una organización. Los servicios bibliotecarios, no pueden vivir de forma aislada como generadores, transmisores y distribuidores de un producto como la información. Este proyecto no pretende ser la fórmula mágica para solucionar todos los problemas en la difusión de servicios, pero sí

nos invita a una reflexión sobre la necesidad de aplicar algunas estrategias del marketing al mundo de la biblioteconomía.

La exposición de los resultados de este programa tiene la siguiente secuencia:

En el capítulo denominado: “Historia del municipio Valle de Chalco y el Centro Universitario UAEM Valle de Chalco”, se presentan los antecedentes históricos, su ubicación geográfica, y el aspecto poblacional. Se describe a la biblioteca Universitaria, y los sistema bibliotecarios, a la organización escolar, al personal docente y los alumnos, así mismo se menciona la biblioteca en la universidad, servicios que presta a la comunidad, fondo bibliográfico, personal que labora en la misma y las colecciones que tiene para tratar de satisfacer las necesidades de los usuarios.

En el segundo capítulo, denominado: “Promoción de los servicios bibliotecarios en la biblioteca del Centro Universitario UAEM Valle de Chalco”, se presentan los conceptos enfocados a la promoción de los servicios bibliotecarios; considerando los aspectos de mercadotecnia social y análisis de mercado, los tipos de usuarios, divididos en dos grupos principales, usuarios reales y potenciales, además se trata el aspecto de la promoción de productos o servicios.

El tercer capítulo, denominado “Programa para la promoción de los servicios de información bibliotecario, presenta la parte medular de la investigación, que es la elaboración de una propuesta para mejorar la promoción de los servicios que ofrece la biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco.

Por último se presentan los resultados y alcances del proyecto de investigación para la promoción de los servicios bibliotecarios y las conclusiones, producto de las reflexiones, experiencias y de la propia investigación, así como las fuentes de información utilizadas en este trabajo.

I.-DISEÑO DE LA INVESTIGACION

A.- PROBLEMATIZACIÓN

La biblioteca ha perdido su papel de principal proveedora de información y se encuentra ante una realidad de la que en parte es responsable, ya que no ha sabido promover, difundir, convencer de sus servicios y atraer a los usuarios.

Toda esta virtualidad, de las nuevas bibliotecas nos ubica a la última de las advertencias: la excesiva codificación de la comunicación entre la biblioteca y el usuario.

Si por aquellos años el lector perdido llegaba a reclamar un libro y como eran 200 los que había no hacía falta ni CDU, hoy el lector que no está perdido sino que se pierde, entra a la biblioteca a través de un complejo sistema señalético, más aun enrevesado sistema de préstamos y devoluciones que varía según el tipo de obra, según los horarios y según también los servicios, donde no sólo puede leer o llevarse libros, sino ver o llevarse películas, o leer y no poder llevarse el periódico. Y, a riesgo de estar dotando a este artículo de un marcado carácter apocalíptico. Ocupen por un momento el lugar de un neousuario de la biblioteca. Preguntas habituales: ¿se pueden usar los ordenadores? Si se acerca a las estanterías: ¿el 4 dónde está, han robado el cartel?, ¿me puedo llevar dos DVD's uno con mi credencial y otro con el de mi hermana?, ¿me puedo llevar el tomo 2 de esta enciclopedia?...

Y es que, como somos portadores de tanta información no tenemos más remedio que codificarla para poder transmitirla y la codificación necesita ser codificada, y para que exista se precisa un código. ¿Dónde está el código? Son por ello fundamentales Las bibliotecas, que (no) cambian en las bibliotecas los programas de formación de usuarios. Los usuarios, puede ocurrir, a veces ni siquiera saben lo que buscan o lo que quieren y nosotros, ya lo ven, se lo ponemos 'fácil'. Por más que nos esforcemos en hacer preciosos carteles con impresiones a color, el lector, no atenderá sus indicaciones, porque de esos hay miles por todas partes. Por eso no nos queda más remedio que formar al usuario. En aquellos años ochenta hubiera sido impensable hablar de este término: formación de usuarios. Significa que, después de todo, no nos queda más remedio que llegar a la conclusión de que los pobres usuarios padecen de poca formación, no puedo decir que estén desformados.

Sin duda, las bibliotecas de hoy han cambiado. De la era de los libros de lomo de cuero a la era de los cables hay todo un mundo de experiencias. ¿A que me han entendido?

Así pues, servicios como los de biblioteca digital, catálogo electrónico, hay que dar a conocer a todos los usuarios.

La biblioteca ha invertido tiempo y dinero en la biblioteca digital para que sus usuarios puedan acceder a sus contenidos. Sin embargo, la mayoría de estos usuarios no conocen estos recursos y, en muchos casos, permanecen sin utilizar porque no se les ha hecho difusión. En esta época de Internet, las bibliotecas se están esforzando por desarrollar portales web, que ofrecen información sobre la biblioteca y acceso a los recursos de información y servicios basados en la web. Estos progresos tecnológicos se han mantenido durante un tiempo al ritmo de las necesidades cambiantes de los usuarios, que se han visto influenciadas por las innovadoras formas de crear información y diseminarla por Internet. Hoy, el problema va más allá de lo apuntado, ya que no basta con mostrar las colecciones y los servicios, si no se tiene un contacto continuo de los usuarios ni se comunican los beneficios que las bibliotecas les pueden ofrecer. La web, en su sentido más amplio, debe ser usada para promocionar los servicios de la biblioteca.

En la comunidad universitaria de la matrícula de 1000 alumnos sólo asisten un 66% a consultar libros, bibliografía, o que estén al tanto del funcionamiento de biblioteca; Se estableció un sistema para llevar record de asistencia y se detectó que los alumnos que asisten en mayor demanda son las licenciaturas en: Derecho, Contaduría y Enfermería, mientras que las otras licenciaturas asisten pero en menor proporción. Además es necesario implementar un sistema que facilite el proceso en este caso de préstamos de libros a domicilio a los alumnos y personal que lo solicite. A continuación se detalla en el cuadro siguiente.

SEMESTRE	LDI*	LEN*	ICO*	LDE*	LCN*	LIA*	PROFR.	EGRESADOS	
2	5	153	19	38	173	16		LDI	3
4	1	6	27	38	12	8		LEN	6
6		4	5	35	7	5		ICO	1
8		13	3	35	17	6		LDE	1
10	3		5					LCN	2
TOTAL	9	176	59	146	209	35		LIA	2
GRAN TOTAL	666								

Fuente: Estadísticas de materiales consultados de la biblioteca del Centro Universitaria UAEM Valle de Chalco. Elaboró la autora de este trabajo

*Nota: las siguientes abreviaciones se refieren a: LDI -Licenciatura en Diseño Industrial, LEN-Licenciatura en Enfermería, ICO-Licenciatura en Ingeniería en Computación, LDE Licenciatura en Derecho, LCN-Licenciatura en Contaduría, LIA-Licenciatura en Informática Administrativa.

Otro de los factores que afectan a mi área laboral es el incremento tanto del tamaño de las colecciones y los usuarios de las bibliotecas como de tareas repetitivas y rutinarias en sus procesos (préstamos a domicilio y en sala, circulación de publicaciones periódicas, estadísticas, etc.). A partir del mes de Noviembre de 2009 hasta el mes de abril de 2010 se han enviado 622 títulos en 1,104 volúmenes, para Proceso técnico a la Dirección de Infraestructura Académica (DIA). Falta un aproximado de 1000 libros de donación para proceso. Este mismo procedimiento se está trabajando con tesis y revistas

Actualmente no se han emprendido acciones para difundir biblioteca y sus servicios, a través de conferencias, visitas guiadas y cursos. Tampoco se ha logrado que la información llegue a nuestro usuarios, ni se ha comenzado actualizar acervos, promover el aprovechamiento de los recursos de biblioteca, actualización de reglamento; incrementar estantería abierta en el área de libros, elaborar y distribuir boletines de nuevas adquisiciones establecer e incrementar los convenios de prestamos interbibliotecarios.

Por lo que hay que lograr que la difusión de información sea mayor y así lograr asistencia a biblioteca, Adecuar difusión de actividad de la biblioteca, Ya que es importante para su supervivencia. Hay que optimizar el uso de los recursos que ofrece para lograr el cumplimiento de sus objetivos, que es la difusión del conocimiento y el apoyo a las actividades docentes y de Investigación. Las actividades de la biblioteca deben orientarse a:

- Apoyar actividades docentes, los docentes imparten clases para que los alumnos adquieran habilidades para realizar luego trabajos de investigación.
- Hacer consciencia de la importancia que tiene el hecho de dar a conocer los servicios bibliotecarios y promover los productos informativos entre nuestros usuarios. Al mismo tiempo, promover la idea y hacerla llegar a las autoridades académicas haciéndoles ver las repercusiones que puede tener para la comunidad universitaria y el ámbito docente e investigador ofrecer un servicio bibliotecario de calidad.
- Dar publicidad y al mismo tiempo captar a los usuarios, y de ahí saber quien compone nuestro entorno social y que es aquello que cada grupo de usuarios potenciales esperan encontrar en biblioteca
- Contar con un personal suficientemente motivado y consciente de que encima de cualquier prioridad hay que satisfacer la necesidad de los usuarios

La biblioteca no es solo un lugar de búsqueda de libros y documentos, sino también de encuentro y descubrimiento, por lo que hay que buscar formas de encuentros con toda la comunidad estudiantil a través de cafés literarios, cuenta cuentos, exposiciones, coloquios, etc. para que permita a cada ser humano tener una visión más amplia de la importancia de soluciones locales culturales.

B.- JUSTIFICACIÓN

El proyecto nace como fruto de la evaluación y posterior reflexión de las acciones desarrolladas durante el tiempo que he laborado en el área de biblioteca del curso escolar 2009-2010 encaminadas a poner en funcionamiento y dinamizar la Biblioteca Universitaria que hasta ese momento estaba siendo subutilizada, ya que la Universidad cuenta con seis licenciaturas y sólo tres de ellas se acercan al área de biblioteca. Así mismo, el desperdicio del costo que representa la inversión de la institución en cuanto a la instalación, equipo, bibliografía, personal; etc. Para ello se organizó una serie de actividades orientadas principalmente a dar a conocer el espacio o áreas de la Biblioteca a nuestros alumnos. Por otro lado, la asistencia a cursos de formación organizados por el Departamento de Infraestructura Académica Ciudad de Toluca, animó aún más a desarrollar esta experiencia.

El proyecto en línea con la Dirección de Infraestructura Académica plantea, concebir a la Biblioteca Universitaria como un dinámico centro de recursos y un activo servicio de información. *Así, una lectura de ISO Y la norma ISO 9001:2000 lo encamina hacia la misma dirección:

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) es una institución no gubernamental que promueve la estandarización de bienes y servicios, con el fin de facilitar el intercambio y la cooperación en las esferas intelectual, científica, tecnológica y económica.

*NOTA: A fin de alegar conformidad con la Norma ISO 9001:2000, la organización tiene que ser capaz de proporcionar evidencia objetiva de la eficacia de sus procesos y su sistema de gestión de la calidad. El apartado 3.8.1 de la Norma ISO 9000:2000 define “evidencia objetiva” como “datos que respaldan la existencia o veracidad de algo” y apunta que “la evidencia objetiva puede obtenerse por medio de la observación, medición, ensayo/prueba u otros medios”.

El origen de los modelos ISO en Europa buscaban diseñar una norma de calidad única, aunque su origen fue la mejora de productos, procesos y atención al cliente en empresas; en el sector público se ha utilizado para estandarizar los trabajos y brindar servicios de mayor calidad que permitan la innovación del quehacer público.

Existen diversas familias de normas ISO, según los tipos de bienes y servicios a regular, con independencia del carácter público o privado de la institución.

La norma ISO 9001:2000 certifica la instalación y mantenimiento de un Sistema de Gestión de Calidad, el cual cubre los procesos y requisitos de la organización interesada.

Beneficios más importantes de la certificación:

- “Aumenta la satisfacción de los usuarios, con la atención en tiempo y forma de sus requerimientos.
- Aumenta la eficiencia con la reducción de tiempos de negociación y de los costos operativos.
- Mejora la comunicación interna y la consistencia en la operación, lo que incrementa la calidad y confiabilidad del bien o servicio.
- Optimiza la planificación, ejecución y evaluación de las tareas administrativas, lo que facilita la prevención de problemas y la mejora continua.
- Promueve la transparencia en el ejercicio de los recursos con la estandarización de los procesos.
- Reduce el tiempo de capacitación al nuevo personal y mejora la imagen institucional.”¹

La Universidad no es un ente ajeno a esta dinámica ya que el rumbo de la misma es diseñado y conducido con ética y espíritu de responsabilidad; de esta manera, sus valores y principios son: autonomía, la búsqueda de la verdad, democracia, servicio, libertad académica, tolerancia, respeto y pluralidad, calidad e innovación y transparencia

C.- DELIMITACIÓN

La promoción de los servicios bibliotecarios es uno de los elementos relevantes que cualquier biblioteca pública o privada debe preocuparse por realizar éste tipo de actividades para dar a conocer cuáles son los servicios que ofrece y por otro lado captar

¹ Sistema de Gestión de la Calidad UAEM, http://www.uaemex.mx/SGCUAEMex/sup_02antecedentes.htm

a los usuarios potenciales creando en ellos una cultura por asistir a la biblioteca y poder desarrollar alguna de las tantas actividades que ésta ofrece.

En este contexto la presente investigación relacionada con la promoción de los servicios que ofrece la biblioteca Universitaria UAEMEX Valle de Chalco, surgió con el interés de aportar algunas ideas que fortalezcan la promoción de los servicios que ésta ofrece; tomando en consideración que se cuenta con dos años de experiencia en el área de biblioteca, por lo que se consideró, que ésta es una de las debilidades que tienen la mayoría de las bibliotecas, por tanto, es muy importante desarrollar esta actividad permanentemente tomando en cuenta que por lo regular se encuentran muchas escuelas alrededor de ellas y los alumnos no asisten para utilizar estos servicios bibliotecarios, se consideró pertinente realizar esta investigación para realizar una propuesta para el mejoramiento de la promoción de los servicios bibliotecarios.

Como responsable del área bibliotecaria, se reconoce que la promoción de los servicios bibliotecarios, es un tema importante; ya que los usuarios no conocen las áreas que ofrece su propia biblioteca.

Para la realización de este trabajo, un punto relevante fue la cooperación del personal que labora en la biblioteca UAEMEX Valle de Chalco, personal de servicio social interno y externo que apoyaron en las diferentes actividades como: captura de datos, e investigaciones.

Finalmente, la aportación de este trabajo es para mejorar la promoción de los servicios bibliotecarios que ofrece la Biblioteca Universitaria UAEMEX Valle de Chalco, utilizando diferentes medios como son: carteles, folletos, hojas sueltas, volantes entre otros ya que estos no son de alto costo en los cuales el mismo personal los puede elaborar utilizando su imaginación y creatividad para que los usuarios acudan a la biblioteca para utilizar estos servicios y con lo cual puedan satisfacer sus necesidades de información.

D.- OBJETIVOS

Los objetivos que aquí se presentan son parte del proyecto de la promoción de los servicios bibliotecarios del centro universitario UAEM Valle de Chalco.

Objetivo general

La promoción de los servicios bibliotecarios del Centro Universitario UAEMEX Valle de Chalco ayudará a mejorar la gestión para ofrecer mejores servicios, una mejor organización del material Bibliográfico con que se cuenta en la Biblioteca, y además estar en posibilidad de incrementar los recursos mediante la cooperación con otras bibliotecas, ofrecer a los usuarios nuevos instrumentos y oportunidades para aprender, investigar y documentarse.

Objetivos específicos

- Desarrollar, organizar y promover los recursos en todos los medios, así como los servicios de información.
- Orientar y capacitar a los usuarios en el uso de los recursos de información.
- Mantener la comunicación con los usuarios para conocer mejor sus necesidades de información y buscar satisfacerlas.
- Contribuir a la promoción y divulgación de la cultura

E.- METODOLOGIA

En el presente trabajo se da a conocer la promoción de los servicios bibliotecarios del Centro Universitario Valle de Chalco, del cual seré responsable como bibliotecaria, con ayuda del personal de servicio social interno y externo. Se dará una plática para la forma de trabajo y conocer las áreas que se van a promocionar. Las actividades programadas se llevaran a cabo dentro de las instalaciones de la Universidad

Cronograma de actividades

No.	Actividad	Unidad de Medida (Doc, Curso, etc.)	PROGRAMACION DE LA META (Anual)	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
				ne	eb	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	
	Desarrollar, organizar y promover los recursos en todos los medios, así como los servicios de información.	Documento	12	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Orientar y capacitar a los usuarios en el uso de los recursos de información.	Curso	2		x						x				
	Mantener la comunicación con los usuarios para conocer mejor sus necesidades de información y buscar satisfacerlas.	Curso	4	x	x						x	x			
	Automatizar biblioteca	Documento	12	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Asignación de horas por semana

No.	Meta Actividad	Mes	Distribución de horas por día					Total de horas Sem.
			Lun.	Mar.	Mie.	Jue.	Vie.	
	Desarrollar, organizar y promover los recursos en todos los medios, así como los servicios de información.	Enero-diciembre	2	2	2	2	2	10
	Orientar y capacitar a los usuarios en el uso de los recursos de información.	Febrero-agosto	2	2	2	2	2	10
	Mantener la comunicación con los usuarios para conocer mejor sus necesidades de información y buscar satisfacerlas.	Enero-feb Agosto-septiembre	2	2	2	2	2	10
	Automatizar biblioteca	Enero-diciembre	2	2	2	2	2	10
								40

Prospectiva:

No.	Escenario Tendencial	Escenario Factible (Resultados esperados)
	<p>*No se han emprendido acciones para difundir los servicios con los que cuenta la biblioteca.</p> <p>*A la fecha no se ha implementado la sistematización para automatizar el sistema bibliotecario, por lo que el proceso se vuelve engorroso y dificultoso.</p> <p>*Conocer y crear y mejorar la imagen que se tiene de la biblioteca, transformando la estrategia de promoción y divulgación de los servicios y actividades que se ofrecen.</p>	<p>Conseguir un mayor nivel o frecuencia de uso de los servicios, implementando al máximo el aprovechamiento de los recursos informativos disponibles Para ello, es necesario que la biblioteca esté inmersa en un plan de mejoras continuas, modificando las conductas de consumo en los casos que sea necesario.</p> <p>Se agilizan los procesos administrativos tales como el inventario de equipo y de colecciones, los informes estadísticos de los servicios que se ofrecen</p> <p>Lograr una conciencia colectiva dentro de la Comunidad universitaria, transmitiendo la idea de que una buena utilización de los productos informativos y servicios, incidirá directamente en la mejora de la calidad de la enseñanza e investigación y aumentará el prestigio de la Universidad.</p>

Concentrado de proyecto

No.	Proyecto	Total anual	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	<p>"PROMOCION DE SERVICIOS BIBLIOTECARIOS EN LA BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD DEL ESTADO DE MÉXICO, CAMPUS VALLE DE CHALCO"</p>	288 hrs.	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24

Concentrado de horario semanal

Horario	Día					Total
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	
07:00-08:00	Acomodar estantería	Proyecto	proyecto	Acomodar estantería	Proyecto	10
08:00-09:00						
09:00-10:00	Auxiliar a los usuarios	Auxiliar a los usuarios	Registro y control de tesis	Auxiliar a los usuarios	Auxiliar a los usuarios	10
10:00-11:00						
11:00-12:00	Registro y sellado de libros	Registro control de cds y películas	Registro y sellado de libros	Actividades diversas (actualización bibliografía, periódico mural, estadística, etc)	Registro y sellado de libros	5
12:00-13:00	Reunión	receso	receso	receso	Receso	6
13:00-14:00		Acomodar estantería	Acomodar estantería	Acomodar estantería	Acomodar estantería	
14:00-15:00	Auxiliar a los usuarios	Auxiliar a los usuarios	Auxiliar a los usuarios	Auxiliar a los usuarios	Registro y control de tesis	10
15:00-16:00						
16:00-17:00	receso	receso	receso	receso	Receso	
17:00-18:00	Proyecto	Proyecto	Elaboración de constancias	Proyecto	Actividades diversas (actualización bibliografía, periódico mura, estadística, etc)	
18:00-19:00						
19:00-20:00	Acomodar estantería	Acomodar estantería	Acomodar estantería	Acomodar estantería	Acomodar estantería	10
20:00-21:00						10

Actividades realizadas de 7:00 a 14:00 hrs. Por Jovita Cruz Gaytán

Actividades realizadas de 14.00 a 21:00 hrs. Miriam Hayden Cosme Aquino

En la primera etapa del proceso de investigación se realizaron encuestas a alumnos por licenciaturas, de los cuales se intentó repartir por partes iguales, primero a los que asisten a la biblioteca. Después a los que solo asisten a ocupar las computadoras e infraestructura y el resto alumnos que nula su asistencia a biblioteca. Los parámetros a evaluar fueron:

- Atención al usuario
- Servicios al usuario
- Infraestructura adecuada
- Promoción de los servicios

Dado que se pretende indagar sobre las necesidades de los servicios bibliotecarios que tiene la biblioteca para dar respuesta a la inclusión; se considero que a través de un estudio de corte exploratorio, se podría identificar tanto las necesidades de los usuarios, así como la necesidad de promocionar los espacios de la biblioteca.

El análisis que se realizara deberá permitirnos elaborar sugerencias y propuestas de intervención con la intención de que la labor bibliotecaria genere acercamiento y culturas inclusivas en el contexto bibliotecario.

Se realizaron 23 encuestas a mujeres y 18 a hombres; 40 profesores investigadores de los cuales 23 son hombres y 17 mujeres, alumnos externos del CECYTEM 5, del Colegio de Bachilleres 4.

Del primer parámetro a evaluar: atención al usuario se considera que la atención orientación y trato del bibliotecario es buena. (Ver grafica anexo 2, instrumento de medición)

Del segundo parámetro a evaluar: servicios al usuario, se considera que el material bibliográfico es regular y no se encuentra disponible para trabajar.

En el tercer parámetro a evaluar: Infraestructura adecuada: se considera que el horario y el ambiente en biblioteca son adecuados.

En el cuarto parámetro a evaluar: Promoción de los servicios: se considera que los usuarios no conocen los servicios con los que cuenta la biblioteca, tampoco el nombre de la biblioteca, y los usuarios asisten a la biblioteca por solicitud de material bibliográfico.

De las técnicas e instrumentos: se realizaron encuestas a través de cuestionarios para el personal bibliotecario y profesores e investigadores de la universidad, mediante las cuales se indagaron las dificultades y las necesidades en cuanto a servicios, atención y bibliografía sobre la licenciatura que trabajan.

Se rescató a través de estas encuestas las apreciaciones de los profesores respecto a la visión de la biblioteca sobre la atención a los usuarios y que como les afecta en su área laboral.

Se analizaron las respuestas de los docentes y personal bibliotecario para encontrar aspectos, elementos y características sobre el área de biblioteca y así poder realizar sugerencias o propuestas de intervención.

Es evidente que para ofrecer un buen servicio, el punto de partida ha de consistir en determinar quienes son nuestros usuarios (clientes), y cuales son las necesidades informativas de estos, con el fin de mejorar la imagen de nuestro servicio, ampliar su cobertura y hacer un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles. Lo que en el ámbito de servicios públicos se denomina “estudios de usuarios”. La información pertinente la explotaremos a partir de datos estadísticos y encuestas directas, ya que la gestión de la calidad se basa en un punto clave: las necesidades de los clientes (expectativas de los usuarios) La encuesta tratará de ser lo más clara posible (procurar no utilizar tecnicismos), con preguntas de respuestas alternativas, y que ocupen poco tiempo de confección. Tenderán a recabar información lo más profunda posible acerca de aspectos personales de los usuarios (edad, nivel cultural, aficiones), y que servicio esperan de la biblioteca: horarios, utilización y condiciones de los servicios ofertados. Siempre será de gran utilidad la posibilidad de que puedan realizar observaciones de aspectos que no aparecen en la encuesta y que para el usuario sean relevantes.

En este primer acercamiento a la realidad de nuestra biblioteca, las necesidades expresadas por los usuarios serán de vital importancia para establecer las prioridades a las cuales el servicio ha de tender. En el caso de una biblioteca universitaria, como biblioteca especializada, el análisis del entorno interno o estudio de usuarios es relativamente sencillo, ya que se trata de un tipo de usuario bien definido, en cuanto a nivel cultural, edad, necesidades, etc. Los grupos de usuarios podrían encuadrarse en:

- Alumnos de primer ciclo

- Alumnos de 2º ciclo

- Profesores

- Investigadores

A pesar de ello, es importante hacer un análisis riguroso del mercado, ya que suele haber lagunas sustanciales entre lo que se estima que son las necesidades previsibles y reales.

Se trata de conocer que demanda el usuario, y en función de ello determinar los procesos, para adecuar nuestra producción documental a ese mercado.

Para el cumplimiento de los objetivos que nos hemos marcado, será necesario adecuar los recursos materiales y humanos a la consecución de los mismos. Se tratará de hacer un estudio de los medios, servicios y distribución de tareas para acercarnos a la meta que queremos conseguir en un tiempo determinado. Seleccionar soluciones e implantarlas.

Entre los aspectos que tendremos en cuenta:

Planificación del número de personal que se debe dedicar a una tarea y en cuanto tiempo puede realizar una unidad de producción, - Que servicios debemos de ofrecer y con que frecuencia - Que parte de nuestros recursos debemos dedicar a adquisiciones, como distribuir los presupuestos por áreas temáticas y que tipo de materiales... etc.

1.1 Historia del Municipio Valle de Chalco

En este capítulo se realiza un pequeño resumen del contexto, así como sus antecedentes históricos, su ubicación geográfica, y el aspecto poblacional en donde se encuentra ubicada la Universidad Autónoma del Estado de México, campus Valle de Chalco, así como la ubicación de la biblioteca actual en relación con la promoción de los servicios bibliotecarios. Además describe a la biblioteca Universitaria, y los sistema bibliotecarios, a la organización escolar, al personal docente y los alumnos, así mismo se menciona la biblioteca en la universidad, servicios que presta a la comunidad, fondo bibliográfico, personal que labora en la misma y las colecciones que tiene para tratar de satisfacer las necesidades de los usuarios.

En la Conquista, Hernán Cortés se interesaba en las tierras de esta región al grado de construir una casa de campo en el año de 1535.

Tiempo después el inmueble sería propiedad de su hijo Martín Cortés, quien la utilizó por varios años y aproximadamente 250 años abandonados hasta que uno de los descendientes de Hernán Cortés, vendió el inmueble al español Iñigo Noriega quien construyó una hacienda sobre lo que fue la casa de campo de Hernán Cortés.

“Porfirio Díaz en 1897 autorizó la desecación del lago de Chalco, para llevar el, proyecto de cultivo agrícola. Dicho lazo tenía una extensión de 1828 hectáreas.

En 1903, los pueblos vecinos de Irezompa, Ayotzingo San Pablo Huitzilzongo, del Municipio de Chalco Tetelco, Mixquic en el D.F. protestaron contra Iñigo Noriega. Por la desecación del lago que afectó el cultivo de la región sur-oriente del Municipio de Chalco. Iniciaron un juicio que favoreció a los pueblos de la zona sur oriente en 1912.

Más adelante las fuerzas Zapatistas establecieron su cuartel en los restos de la ex hacienda de 1914 a 1917”.²

En 1975 el Gobierno Federal entregó a los campesinos los terrenos del ex lago de Chalco, en términos Ejidales y fueron cultivados hasta 1960.

Después, el descuido la falta de atención de parte de los ejidatarios y, baja fertilidad de la tierra provocó que en 1978 empezara la concentración de personas en esta zona.

La Fundación de Valle de Chalco Solidaridad comienza a finales de 1978, y comienza asentarse en parcelas pertenecientes al ejido de Ayotla las primeras familias de colonos, dando paso al poblado de lo que llegaría a ser el formidable asentamiento de Valle de Chalco Solidaridad. Las casas de las familias pioneras se extendieron del Puente Rojo al Puente Blanco, prolongándose hasta llegar a la antigua caseta. A partir de ahí, todo fue crecimiento y en pocos años los ejidos de Ayotla, Ixtapaluca, Santa Catarina, Xico, Chalco y Darío Martínez, conformaron el asentamiento irregular más grande de América Latina que a finales de los 90 contaba con cerca de 400 mil habitantes.

La aguda carencia de servicios públicos (agua potable, energía eléctrica, escuelas), y el temor de perder la propiedad de sus predios provocó la movilización ciudadana a una lucha por la consecución de mejoría en sus condiciones de vida y la regularización de la tenencia de la tierra.

El asentamiento urbano de Valle de Chalco, empezó a tener la viabilidad como centro urbano, como resultado de ser la cuna del Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL). Este programa gubernamental aplicado a todo el país, ofreció a la totalidad de las familias de Valle de Chalco Solidaridad una verdadera mejoría en su nivel de vida. La creación del municipio 122 fue durante varios años una de las más sentidas demandas de los Vallechalquenses. Muchos de los grupos ciudadanos hicieron de la creación de un nuevo municipio una de sus principales banderas de lucha.

² [http://wapedia.mobi/es/Valle_de_Chalco_Solidaridad?t=.](http://wapedia.mobi/es/Valle_de_Chalco_Solidaridad?t=)

“En 1989 había 300,000 habitantes provenientes de todo el país y, es cuando inicia el Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL). Siendo el Ingeniero Carlos Rojas Gutiérrez, el primer Coordinador del PRONASOL.”³

El PRONASOL generó la cultura de la participación social de la comunidad Valle Chalquense; donde el Gobierno Federal otorgó todos los materiales para las obras y servicios públicos elementales y los habitantes la mano de obra.

El gobierno del Lic. Emilio Chuayffet Chemor, sensibilizado por las reiteradas demandas populares de los habitantes de Valle de Chalco por que se creara un nuevo municipio, envió la iniciativa de ley a la LII Legislatura del Estado de México. Este municipio tiene su origen al construirse en un espacio abierto, así se convierte en una institución que reclama el arraigo ciudadano, buscando fortalecer y garantizar los derechos humanos, políticos y administrativos, generar marcos de gobernabilidad estables y en continuo desarrollo democrático, en un ambiente pacífico y civilizado. Así basándose en la Gaceta de Gobierno del Estado de México, publicada el día 9 de noviembre de 1994, por la Honorable 52 Legislatura del Estado de México.

En 1994 el Gobernador del Estado de México, Lic. Emilio Chauyffet Chemor; envió propuesta e iniciativa de Ley para la creación del Municipio 122. Valle de Chalco Solidaridad siendo el Congreso local, del Estado Libre y Soberano de, México quien aprobó y decretó lo anterior llevándose a cabo el 30 de noviembre del mismo año.

La historia de la Unidad Académica Profesional Valle de Chalco: tiene presencia desde el Municipio de Chalco de Díaz Covarrubías.

Chalco significa lugar de piedras preciosas, y los primeros Chalcos datan del año 2400 A.C.: tiene la categoría de municipio desde el 31 de enero de 1824 desde esa época y, hasta noviembre de 1994 colindaba al:

Norte: Ixtapaluca y Los Reyes La Paz.

Al Sur: Juchitepec. Tetelco. D.T.

Al Poniente: Santa Catarina. D. F.

Al. Oriente: Tlalmanalco. Cocotitlan Y Temamatla.”⁴

³ http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Chalco_Solidaridad

Dentro de los 14 pueblos viejos que formaban al Municipio de Chalco está San Martín Xico. (Donde hoy está asentado el Municipio de Valle de Chalco).

Valle de Chalco es una ciudad construida sobre un espacio casi perfectamente plano, con topografía solo alterada por los cerros de Xico, el Marques y el Pino. Se dieron varios procesos históricos que causaron la transformación total del ecosistema pantanoso y que hicieron posible que apenas un siglo después de la desecación del lago, se haya construido aquí una gran ciudad con amplias avenidas, un palacio municipal, una catedral la universidad estatal y miles de casas que albergan una grande y dinámica población.

“Por la mente de muchos se recrea la imagen de un lago, cuyas aguas se fueron por las coladeras y en su lugar surgió una moderna ciudad de calles rectas asfaltadas. Como en un espejismo, el lago fue trocado por la ciudad que emergió de entre sus aguas. Cualquier sueño profético sería superado por el inquieto obrar humano”⁵

Valle de Chalco Solidaridad es un municipio en el Estado de México, ubicado en el valle del antiguo lecho del lago seco de Chalco, que contaba con 323,461 habitantes en el año 2000.

También pertenece a la Zona Metropolitana del Valle de México conformada por las 16 delegaciones del Distrito Federal y 34 municipios del estado de México.

1.1.2 Población del Municipio Valle De Chalco: Demografía, Inmigración Y Evolución Demográfica

El concepto de población se calcula que en 1996 la población se ubicaba alrededor del 25%, la cual asciende a 74,136 personas de las cuales el 81% son hombres y el 19% mujeres y sus edades fluctúan entre 20 y 49 años y el desempleo se ubica entre los 15 y

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Chalco_Solidaridad

⁵ Jaime Loyola Rocha. La ciudad emergida de las aguas. Coloquio sobre la fundación del Valle de Chalco Solidaridad. Los primeros años H. Ayuntamiento municipal de Valle de Chalco Solidaridad, México D.F. abril de 1998 p. 7

25 años. El 52% de la PEA se ubica en el sector secundario y el 44% en el sector terciario.

La mayoría de los vallechalquenses inmigraron por reacciones de trabajo se desconoce estadísticas al respecto de la inmigración, la población de Valle de Chalco tiene un claro origen de población por inmigración principalmente del DF y municipios y como urbano ofrece del DF las causas es que el municipio ofrece un mercado de suelo barato da abrigo a inmigrantes hasta la fecha no han dejado de llegar.

También se encuentran la población originaria de Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Morelos, Michoacán, Chiapas, Querétaro, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Honduras.

“Según el centro de población y vivienda los 2 grupos étnicos más importantes en el municipio por su mayor población son mixteco 31.22%, náhuatl 19.70%, otomí 9%, zapoteco 8.45%, totonaca 4.66%, mazahua, 3.44, el mixe 1.45%, chinalteco 1.04%, taplaneco-huasteco 0.84%. Se le llama crecimiento demográfico el aumento de la población de un determinado territorio (país, región, provincia, comuna, ciudad, etc.) durante un período determinado –normalmente, un año expresado como porcentaje de la población al inicio del período. La tasa de crecimiento demográfico es la suma de la diferencia entre la tasa de natalidad y la tasa de mortalidad (el aumento natural de la población) y la diferencia entre la población que entra en un país (o región, o ciudad, o comuna, etc.) y la que sale de él (la tasa neta de migración).

La tasa de natalidad de Valle de Chalco es de 24.93 %,

La tasa de mortalidad de Valle de Chalco es de 2.83 en 1996.

La tasa de crecimiento de la población en el municipio de 5.32% entre 1996 y 1997”⁶

“La tasa de fecundidad en el municipio y en el estado:

En el municipio es de 2.57 hijos en promedio

⁶ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.): «Principales resultados por localidad 2005 (ITER)» (2005).

En el estado es de 3.75 hijos en promedio”⁷

El total de la población absoluta y relativa de Valle de Chalco es de la población de 323113 habitantes y la relativa 6437 habitantes por kilómetro cuadrado. Los hombres y las mujeres conforman la población en Valle de Chalco:

Hombres: 16293 lo que representa 49.5 %

Mujeres: 162820 lo que representa 50.5 %

El tipo de la población predominada infantil menores de 15 años a los que corresponden 36.81 de población.

El mayor número de población es de 15 y 25 años

1.1.3 Ubicación Geográfica del Municipio Valle De Chalco

El municipio se ubica en la cuenca oriente del Valle de México, a una altura de 2.250 msnm . Limita al oriente con Chalco, Ixtapaluca, al norte con Los Reyes La Paz, y al occidente con Tláhuac. Su distancia aproximada a la Ciudad de México por la autopista México-Puebla es de 35 km al sudeste.

“El centro de población de Valle de Chalco Solidaridad, se localiza dentro de la región conocida con el nombre de cuenca del Valle de México. La planicie del ex lago de Chalco que conforman el territorio municipal, esta a una altura de 2,250 metros sobre el nivel del mar, ubicándose entre los taludes inferiores al pie del monte, bajo el cerro El Pino, El Volcán, La Caldera y montañas de origen volcánico formadas por los cerros de Xico y el Marques”⁸

El símbolo o escudo del Valle de Chalco Solidaridad significa "la casa, poblado o ciudad que se estableció al lado del cerro de Xico y se creó o se fundó con la solidaridad de sus

⁷ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.): «Principales resultados por localidad 2005 (ITER)» (2005).

⁸ Plan de Centro de población estratégica de Valle de Chalco Solidaridad, 1996, pp6 y 7

pobladores. Se compone de dos glifos de origen prehispánico y un logo. El glifo de Xico o Xicco, que en lengua náhuatl significa xictli ombligo, y el glifo calli, casa o casas”.



Ilustración 1 : El glifo de Xico o Xicco, que en lengua náhuatl significa xictli ombligo, y el glifo calli, casa o casas”
Fuente: plan de Centro de poblacional estratégica de Valle de Chalco Solidaridad



Mapa 1: Localización del Municipio Valle de Chalco
 Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Valle de Chalco Solidaridad](http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Chalco_Solidaridad)

1.2. Historia del Centro Universitario UAEM Valle De Chalco

La universidad se encuentra en una zona muy retirada del centro del municipio Valle de Chalco, la gente ha llegado a confundirla con el municipio de Chalco, en primer lugar no resulta privilegiada la ubicación en nuestra institución educativa, la misma se halla en una calle que es un pasaje con extensión de una manzana, además de resultar oscuro y solitario. Por otro lado se encuentra el canal de aguas negras que pasa por un límite del Centro Universitario. Se ubica en la Avenida Hermenegildo Galena y es una avenida muy larga, comienza por la Compañía de Luz y Fuerza (CLF), después con una escuela primaria, un escuela preparatoria COBAEM, y al final la Universidad.

La Universidad Autónoma del Estado de México con 181 años de vida, desde sus orígenes como Instituto Literario del Estado de México, da inicio a un proceso de desconcentración a mediados de los ochenta con la creación de las Unidades

Académicas Profesionales Atlacomulco y Amecameca. Por una parte el crecimiento notable de aspirantes a estudios de nivel superior en el Estado de México y por la otra continuar con la política de desconcentración; durante la administración del M. en D. Marco Antonio Morales Gómez, se crea en septiembre de 1996 la Unidad Académica Profesional Valle de Chalco, siendo éste nuevo campus una opción más para los aspirantes a estudios de nivel superior de la zona oriente del Estado de México.

El territorio del municipio de Valle de Chalco Solidaridad tiene una superficie de 44. 57 kilómetros cuadrados y su organización territorial. Está dividida en 34 colonias.

Todo lo anterior lo menciono por tres razones fundamentales e importantes:

1. “El Municipio de Chalco de Díaz Covarrubias, cedió el 90% de lo que hoy es el territorio del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad.
2. El Presidente Municipal de Chalco de Díaz Covarrubias para el periodo 1994-1996, Ing. Felipe Medina Santos. Fue el gestor de la U.A.P. Valle de Chalco.
3. Uno de los impulsores de la educación superior en la región deseaba una institución de este tipo; es el Lic. Niarcelino Suárez Aparicio y enseguida a su hijo el Lic. Raúl Suárez Gómez, quien fuera director de la facultad de jurisprudencia la UAEM, luchadores incansables por la justicia, que con hechos mostraron en el municipio de Chalco durante medio siglo.

Después de la Erección del municipio de Valle de Chalco Solidaridad, el presidente municipal dio continuidad a los trámites necesarios ante el gobierno del estado y la CORETT.

El 16 de diciembre de 1996, el ejecutivo municipal, sometió a consideración del ayuntamiento, para que el lote 04-a, MZA. 1858 del ex ejido Ayotla, con una superficie de 150,000 metros cuadrados, ubicado en Hermenegildo Galeana, dentro de la superficie del predio el agostadero, se destine a la U.A.P. valle de Chalco de la UAEM y fue aprobado por mayoría”.⁹

Con la aprobación del terreno el gobierno del estado y la UAEM autorizaron el funcionamiento de la unidad académica profesional valle de Chalco.

⁹ www.uaemex.mx

El Dr. Rubén Luna Caballero, coordinó las primeras actividades de la U.A.P. Valle de Chalco, quien dio a conocer la convocatoria para el ciclo escolar 1996-1997.

La U.A.P. Valle de Chalco inicia actividades el 17 de septiembre del año 2006 en las instalaciones de la Secundaria Técnica 119 “Juan Rulfo”, ubicada en la av. Adolfo López Mateos esq. Av. Solidaridad, en Valle de Chalco misma que solo operaba en el turno matutino; situación que permitió arrancar en el turno vespertino con una oferta de 126 alumnos para cuatro carreras, once docentes, una secretaria una persona de servicio y cuatro programas de estudio, uno por grupo: Lic. En contaduría, Lic. en Derecho, Lic. en Enfermería e Ing. en Computación.

El primero de octubre de 1996 el rector de la UAEM, Juan Josafat Pichardo nombró al Físico Víctor Sánchez González, Coordinador de la U.A.P. Valle de Chalco, el 2 octubre del mismo año fue nombrado el Ing. Carlos Salgado Treviño, como Secretario Académico y en enero de 1997 fue nombrado el C.P. José Martín Fonseca Moreno, bibliotecario de la U.A.P.

Así transcurrieron los dos primeros años de vida de la U.A.P., hasta que nuevamente en el mes de septiembre, pero de 1998 la Unidad se muda a lo que hoy en día son sus propias instalaciones, que cuentan con una superficie aprox. de 15 hectáreas.

1.2.1 Lineamientos Para La Transformación de Las Unidades Académicas Profesionales en Centros Universitarios.

En los inicios del presente siglo diversos factores del contexto mundial y nacional, han puesto en debate el rumbo de la educación superior, destacándose la necesidad de transformar los sistemas e instituciones para enfrentar las demandas relacionadas con la sociedad del conocimiento y la interdependencia que conlleva la globalización, así como a los retos propios de nuestro país en los ámbitos demográfico, educativo, económico, político y social.

La propuesta de innovación de las Unidades Académicas Profesionales en Centros Universitarios, busca –según el documento- su reorganización académica mediante la ampliación de sus tareas propias; y la incorporación de su representación escolar, docente, directiva y administrativa ante los órganos colegiados de gobierno.

“Así la universidad autónoma del Estado de México (UAEM), enfrenta el desafío de cumplir sus funciones de docencia, investigación, difusión de la cultura y extensión con el proyecto de Reforma de la UAEM Institución, sienta las bases para convertirlos en espacio académicos en los que ofrezcan estudios profesionales y avanzados, se realice investigación y se lleven a cabo actividades de difusión y extensión universitaria en diversas disciplinas o áreas de conocimiento, de manera simultánea y concomitante.”

Dicho proyecto contempla la transformación de las unidades académicas profesionales (UAP) en Centro Universitarios la renovación integral de su marco normativo como cauce y desarrollo de los procesos de innovación educativa y transformación de sus prácticas de gestión, así como desarrollar las figuras de representación y mecanismos, que favorezcan la plena observación de la legislación universitaria para impulsar el fortalecimiento de las funciones universitarias y la contribución de éstas al desarrollo regional de entidad, generando mayores beneficios individuales y sociales como son la igualdad en el acceso a la educación superior, los aportes al crecimiento económico al desarrollo cultural.

Una vez aprobadas la reforma a la ley de la UAMEX, el proceso de transformación de las actuales UAP, habrá de concretarse en términos de los lineamientos que se proponen.

En suma, la Iniciativa pretendía cambiar la denominación de las Unidades Académicas Profesionales por la de Centros Universitarios; y con ello propiciar la creación, estructuración y puesta en funcionamiento de los órganos académicos y de gobierno en cada Centro Universitario.

“En el estatuto se establece su procedimiento para el caso particular siendo competencia del Consejo Universitario conocer y resolver sobre el establecimiento transformación, fusión y suspensión de actividades de Organismos Académicos, así como otorgar la modalidad bajo la cual operarán para tal efecto se requiere dictamen del Consejo General Académico, previa propuesta fundada que sea traducida en iniciativa por el Rector.”

“Los Lineamientos tienen por objeto estructurar la vida académica y administrativa de los Centros Universitarios; crear el Colegio de Centros Universitarios como instancia colegiada para el estudio, discusión, apoyo, asesoría, opinión, y en su caso, dictamen en asuntos de naturaleza académica; para lo cual, se le dota de una organización y competencias”.¹⁰

Es decir, darles un *status* legal destacado y distinguido en el cumplimiento de los objetivos y fines institucionales; pero para ello, era necesario reformar y adicionar la Ley de la Universidad.

1.2.2 Instalaciones del C.U. UAEM Valle de Chalco

Primer edificio “A” de dos niveles con una construcción aproximada de 2340 mts² distribuido en: 15 aulas para clase, dos de ellas acondicionadas para laboratorios “enfermería y electrónico”, una biblioteca, dos salas de computo, baños para alumnos, sala para maestros y área de oficinas.

A principios del 2000, se dieron inicio a los trabajos de construcción del segundo edificio, estando listo este para el mes de junio del 2001, con una superficie de construcción similar al edificio “A” repartido de la siguiente manera: 16 aulas para clase, un auditorio, una biblioteca, baños para alumnos y un centro de fotocopiado; situación que permitió albergar a dos nuevas licenciaturas Lic. en Diseño Industrial y Lic. en Informática Administrativa, para septiembre del 2001.

¹⁰ Legislación universitaria. Centro universitario UAEM Valle de Chalco 2002

Posteriormente se han realizado adecuaciones a los espacios con la finalidad de ofrecer mejores servicios para el alumnado, salón de evaluaciones profesionales, salón de usos múltiples, salón de cursos y eventos, y recientemente un salón para diseño industrial habilitado con restiradores.

En el 2003, se construye un taller para la licenciatura en Diseño Industrial con una superficie de construcción de 144 metros cuadrados, permitiendo con ello mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje, aunado a esto, ha sido la adquisición de mobiliario, equipo, maquinaria y materiales indispensables para el cumplimiento de los objetivos establecidos en cada proyecto de la institución.

Hoy en día se cuenta con tres salas de computo, un laboratorio de redes, un laboratorio de electrónica, un laboratorio de enfermería, un salón de investigación, un salón de apoyo a investigación, una biblioteca, cubículos de estudio, cubículos para profesores, salón de exámenes profesionales, salón de usos múltiples, área de oficinas, un taller de diseño industrial, una cafetería, dos canchas de básquetbol, una cancha de voleibol y una cancha de fútbol rápido.

Así también, en el mes de marzo de 2007, inician los trabajos de construcción del edificio "C", en dos niveles, integrado en planta baja con talleres para diseño industrial, almacén, aulas didácticas, escaleras y núcleos sanitarios y planta alta con espacios para laboratorios para enfermería, área de cómputo y cubículos para profesores con una superficie de 2325 m², concluyendo los trabajos de construcción civil en el mes de marzo de 2008.

Así mismo en marzo de 2008, se inició la construcción de la incubadora de empresas, integrando 12 cubículos y una sala de juntas, para dar atención a las empresas emprendedoras.

Cuenta actualmente con 2 edificios de 2 plantas y un edificio específicamente para laboratorios y talleres de las licenciaturas en Enfermería y Diseño Industrial. Una cafetería con 2 plantas, dos canchas de básquetbol la cual se adecua para practicar otros deportes, una cancha de fútbol rápido.

La Universidad aun cuenta con espacios que no se han aprovechado ni siquiera con áreas verdes, es necesario ampliar la estructura del espacio universitario.

Insuficientes manuales administrativos y de organización en dependencias de la administración central y en espacios universitarios; es necesario impulsar y concluir con la elaboración y/o actualización de los manuales administrativos y de organización.

Escasa difusión de reestructura organizacional en la comunidad universitaria, la falta de actitudes y aptitudes de los recursos humanos en los espacios universitarios para coadyuvar en el proceso de reestructuración institucional.

Insuficiente personal en la Dirección de Organización y Desarrollo Administrativo para atender las necesidades Integrales de la UAEM.

La falta de presupuesto para apoyar la solución de los problemas estructurales de la institución

1.2.3 Estructuras y Funciones de las Dependencias que Integran a la UAEM Valle de Chalco

En la siguiente contiene información referente a lo administrativo, estructuras, y funciones de las dependencias que integran a la universidad Autónoma del Estado de México, señalando los grados de autoridad y responsabilidad.

Consejo de Gobierno: Conocer, regular y aprobar proyectos e iniciativas relacionados con la academia, el gobierno y la administración del Centro Universitario UAEM Valle de Chalco.

Dirección: Dirigir y coordinar el desarrollo de las funciones académicas y administrativas para preservar, generar y extender el conocimiento científico, tecnológico y humanístico

Consejo Académico: Conocer, discutir y dictaminar asuntos relacionados con la academia del centro universitario UAEM Valle de Chalco.

Subdirección Académica: Organizar, coordinar, supervisar y controlar las actividades de docencia del centro universitario UAEM valle de Chalco, en apego a la legislación universitaria.

Coordinación de docencia de Ciencias Aplicadas: Coordinar y supervisar las actividades académicas en el ámbito de conocimiento de las licenciaturas en enfermería, contaduría, informática administrativa e ingeniería en computación; así como, mantener una relación directa con el personal docente y la comunidad estudiantil del centro universitario UAEM valle de Chalco.

Coordinación Docencia de Ciencias Sociales: Coordinar y supervisar las actividades académicas en el ámbito de conocimiento de las licenciaturas en derecho y diseño industrial, así como mantener una relación directa con el personal docente y la comunidad estudiantil del centro universitario UAEM valle de Chalco.

Departamento de Control Escolar: Actualizar y controlar el historial académico de los alumnos del centro universitario UAEM valle de Chalco, desde su ingreso hasta su egreso, a fin de emitir la documentación oficial que avale, y en su caso, certifique los estudios realizados.

Departamento de Titulación: Coadyuvar con los pasantes de las licenciaturas del centro universitario UAEM valle de Chalco., en la realización de actividades inherentes al proceso de titulación así como de aquellas que deriven de la evaluación profesional y del seguimiento de los egresados.

Coordinación de Investigación y Estudios Avanzado: Coordinar las actividades de investigación y de posgrado del centro universitario UAEM Valle de Chalco, que contribuyan al desarrollo de la ciencia y la tecnología en los ámbitos estatal, nacional e internacional.

Coordinación de Difusión Cultural, Extensión y Vinculación Universitaria: Promover, impulsar, fomentar y coordinar la difusión cultural y manifestaciones artísticas del centro universitario UAEM Valle de Chalco; así como las actividades de extensión a través de mecanismos de vinculación con los diversos sectores de la sociedad, creando presencia universitaria en el entorno social.

Coordinación de planeación: integrar y sistematizar información de las distintas dependencias administrativas del centro universitario UAEM valle de Chalco, así como apoyar técnicamente en la elaboración, seguimiento y evaluación del plan de desarrollo y del programa operativo anual.

Unidad de Recursos Humanos: Apoyar a la subdirección administrativa en la operación y desarrollo de los programas y procesos establecidos, para la eficiente administración de los recursos humanos, mediante la aplicación de la normatividad y políticas institucionales para preservar las buenas relaciones laborales, con el personal del centro universitario UAEM valle de Chalco.

Unidad de Recursos Financieros: Apoyar a la subdirección administrativa en la operación, administración y control de los recursos financieros, para la eficiente administración de los mismos, con base en la política presupuestal y económica establecida por la administración central de la UAEM.

Unidad de Recursos Materiales: Apoyar a la subdirección administrativa en la planeación, operación y control de las acciones referentes a la adquisición de bienes y servicios, almacenamiento y mantenimiento de los mismos, a fin de dar cumplimiento eficaz y oportuno a los requerimientos presentados por las diferentes dependencias administrativas que integran el centro universitario UAEM valle de Chalco.

La administración, si bien es una función adjetiva dentro de la institución, contribuye al logro de los objetivos institucionales; por ello, para el Centro Universitario resulta

indispensable implementar estrategias necesarias para alcanzar resultados eficientes, fomentando una cultura de transparencia y rendición de cuentas.

El centro universitario UAEM campus Valle de Chalco por ser una unidad foránea, esto es que no se encuentra en la Ciudad de Toluca, al lado de facultades o en la unidad de administración central, al solicitar apoyos económicos, trámites para infraestructura, tramites administrativos, etc. tardan en obtenerse.

El consejo de gobierno y académico al realizar su elección, no toma en cuenta a la comunidad universitaria por lo que en la mayoría de los casos no se conoce por quien esta integrada.

Insuficiencia de personal para atender las actividades derivadas de la reestructura organizacional, ya que en muchos casos se observa resistencia a la renovación y débil formación del personal. La mayoría de los departamentos no cuenta con suficiente personal, un ejemplo es el departamento de control escolar, el cual atiende a una matricula aproximada de 1,800 alumnos con tan solo tres secretarias contando a la responsable del departamento de control escolar.

Problemas y deficiencias operativas y de apoyo se presentan en la mayoría de los departamentos, provocando en suma: mala calidad de los servicios, la efectividad de los procesos se vuelve lenta y difícil.

1.2.4 Alumnos y Personal Docente

Valle de Chalco es una zona de mucha población, La Universidad cuenta con una matricula de 920 alumnos, los cuales el 30% son del municipio de valle de Chalco, 15% del municipio de Chalco, un 15% del municipio de Ixtapaluca, 10% del Distrito federal como; Tláhuac, Ixtapalapa, 10% municipio de Netzahualcóyotl, y el resto repartido entre los municipios de: Amecameca, Texcoco, Chicoloapan, Temamatla, Cocotitlan, Tenango del aire, Ecatzingo, Temamatla, Juchitepec, Mixquic, entre otros. La mayoría de los estudiantes oscilan entre los 18 y 25 años, de los cuales asisten regularmente un promedio de 32 alumnos por grupo. En su mayoría son hijos de comerciantes obreros, y muy pocos de empleados y profesionistas.

Personal docente

La matrícula actual del personal docente del Centro Universitario es de 97 profesores. Cuenta con un total de 11 profesores de tiempo completo y un medio tiempo, 9 profesores con grado académico de Teacher, 85 profesores con licenciatura, 20 profesores con maestría y 5 con doctorado, actualmente por terminar su maestría 8 profesores y 2 candidatos a doctorado. Mas del 70% es profesor de asignatura esto es que solo asisten a impartir clases 2 o 3 veces por semana.*

LICENCIATURA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
DERECHO	12	8	4
DISEÑO INDUSTRIAL	19	12	7
ENFERMERIA	16	4	12
CONTADURIA	12	5	7
INGENIERIA EN COMPUTACION	23	19	4
INFORMATICA ADMINISTRATIVA	10	6	4

Fuente: Estadísticas de profesores consultados en el mes de julio del 2009, en el departamento de subdirección académica del Centro Universitario UAEMEX Valle de Chalco. Datos obtenidos por la autora de este trabajo

1.3 Biblioteca Universitaria

La libertad, la prosperidad y el desarrollo de la sociedad y de los individuos son valores humanos fundamentales. Estos sólo podrán alcanzarse mediante la capacidad de ciudadanos bien informados para ejercer sus derechos democráticos y desempeñar un papel activo en la sociedad. La participación constructiva y la consolidación de la democracia dependen tanto de una educación satisfactoria como de un acceso libre y sin límites al conocimiento, el pensamiento, la cultura y la información.

La biblioteca universitaria, puerta local hacia el conocimiento, constituye un requisito básico para el aprendizaje a lo largo de los años, para la toma independiente de decisiones y el progreso cultural del individuo y los grupos sociales.

*Nota: datos obtenidos por la autora después de haber aplicado un cuestionario a los alumnos y padres de familia en el mes de diciembre de 2009

Este Manifiesto proclama la fe de la UNESCO en la biblioteca universitaria como una fuerza viva para la educación, la cultura y la información y como un agente esencial para el fomento de la paz y del bienestar espiritual a través del pensamiento de hombres y mujeres.

Así pues, la UNESCO alienta a las autoridades nacionales y locales a dar soporte y comprometerse activamente en el desarrollo de las bibliotecas universitarias.

La Universidad de Málaga afirma que:

*“La biblioteca de la universidad es un servicio de recursos para el aprendizaje, la docencia, la investigación, la formación continua y las actividades relacionadas con el funcionamiento y la gestión de la universidad en su conjunto. La biblioteca tiene como misión asegurar la recopilación, la conservación, el acceso y la difusión de los recursos de información y colaborar en los procesos de creación de conocimiento”.*¹¹

Para apoyar lo dicho por la Universidad de Málaga, se debe decir además que la biblioteca universitaria constituye el principal, y en muchos casos el único recurso de información al que los alumnos acceden durante su vida académica, debido a sus múltiples ocupaciones, a la falta de tiempo, recursos económicos entre otros factores.

¹¹ Universidad de Málaga. Bienvenidos a la Biblioteca Universitaria [en línea] www.uma.es/servicios/presentacionbibliotecauniversitaria.pps

Funciones de la biblioteca universitaria. Las bibliotecas universitarias cumplen con desarrollar una serie de funciones, que no hacen otra cosa que contribuir a la consecución de los objetivos primordiales de ésta unidad de información, así, Merlo citado por Caparó señala como funciones de las bibliotecas universitarias las siguientes:

- “Apoyo a la formación de los alumnos y de la comunidad universitaria en general.
- Apoyo a la investigación y a la docencia.
- Desarrollo de colecciones útiles, de calidad y en todo tipo de soporte.
- Almacenamiento de un gran número de fuentes de información.
- Tratamiento, organización y conservación de la colección.
- Difusión de la colección mediante el préstamo, la consulta la referencia, los servicios de información bibliográfica o cualquier otro tipo de actividad.
- Formación de los usuarios en el uso de los servicios y fondos bibliotecarios
Potenciar actividades de información de los servicios”.¹²

Objetivos de la biblioteca universitaria

Loyola Sulca refiere que los objetivos de una biblioteca universitaria pueden resumirse en:

- “Construir un fondo bibliográfico básico, muy accesible y múltiple donde se contemplen todas las disciplinas de la universidad, dependiendo de las carreras que se impartan y con relación directa a la colección y al número de estudiantes.
- Estar a la vanguardia en cuanto al tratamiento sistemático de la bibliografía.

¹² Universidad de Málaga. Bienvenidos a la Biblioteca Universitaria [en línea]
www.uma.es/servicios/presentacionbibliotecauniversitaria.pps

- Proporcionar ayuda a los estudiantes con un sistema de información, desarrollando medios de vanguardia, tecnología de punta y estudios que puedan ser útiles a los estudiantes en sus investigaciones”.¹³

Las funciones de las bibliotecas universitarias es poner a disposición material bibliográfico facilitando el acceso a las fuentes de información, ya que ésta es un medio o recurso importante para todo estudiante, investigador ó científico, para desarrollarse de acuerdo a su profesión.

La biblioteca existe para lograr determinados objetivos, que se logran sometiendo sus elementos a organización. Además se relaciona con su entorno, retroalimentándose.

1.3.1 Sistema Bibliotecario en la Ciudad de Toluca

La Dirección de Infraestructura Académica tiene por objetivo coordinar técnica y normativamente el funcionamiento del Sistema Bibliotecario, de Laboratorios y Talleres, procurando su permanente desarrollo, modernización y mejoría, con el fin de ofrecer servicios de calidad que satisfagan las necesidades de información, de acceso al conocimiento técnico y científico, al arte, la cultura y a la lectura por placer de la comunidad universitaria.

Misión de la biblioteca universitaria

Apoyar las funciones sustantivas de la Universidad, con servicios bibliotecarios e informáticos ágiles y eficientes; además de proporcionar herramientas de índole científico, tecnológico e instrumental, permitiendo al alumno alcanzar una alta competitividad académica que favorezcan dentro de la formación integral, un desarrollo

¹³ Loyola Sulca, Héctor F. Desarrollo de colecciones de la Biblioteca de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Federico Villareal a través del donativo de egresados. Lima: [s.n], 2002. pp.28

de calidad y mayor competitividad de los cuadros profesionales que demanda la sociedad.

Visión

- “Mayor y mejor infraestructura acorde a los requerimientos de usuarios potenciales.
- Nuevos y mejores servicios basados en sistemas de cómputo, como Internet inalámbrico.
- Mobiliario y equipamiento suficiente, moderno y funcional que mejore la capacidad para disponer de la mayor información impresa, electrónica y digital.
Bibliografía actualizada y acorde a los programas y planes de estudio universitarios.
- Calidad en los servicios del Sistema Bibliotecario, apoyado en un proceso de mejora continúa.
- Elevar el número y la calidad de los lectores”.¹⁴

El Sistema Bibliotecario Universitario está integrado por 58 espacios, mismos que prestan atención a 51,791 alumnos del sistema dependiente.

Actualmente la biblioteca del CU UAEM Valle de Chalco, tiende a tener un contacto directo con la Dirección de Infraestructura Académica (DIA), haciendo todo tipo de solicitud de procesos administrativos en los cuales consta de:

- El etiquetado de los libros.
- Altas y bajas de material bibliográfico en el sistema.
- Inventario.
- Estadísticas de usuarios.

¹⁴ <http://www.uaemex.mx/DIA/DIA/>

- Programas de estudio acorde a la bibliografía.

Para estar ligado en cuanto al flujo de información, el encargado de la biblioteca elabora oficios dirigidos a la Dirección de Infraestructura Académica, previa autorización de la encargada del despacho de la dirección, al llegar a su destino, la (DIA) toma decisiones en cuanto al procedimiento requerido.

Por tal motivo en cuanto se toma una decisión de dar de alta y baja de libros y etiquetado, primero se realiza todo el proceso de etiquetado y clasificación de material y enseguida se sellan las cajas para su contabilización y por ultimo el oficio, este proceso lleva un aproximado de 3 meses, y en todo ese tiempo el material que se requiere para el usuario no se puede utilizar y todo esto atrasa el trabajo a investigadores, profesores y alumnos.

El personal bibliotecario con el que cuenta la Universidad no cuenta con el personal calificado y mucho menos suficiente, la mayoría del personal que labora en biblioteca ha aprendido durante la marcha. En cuanto a la capacitación del personal bibliotecario, este se lleva a cabo en las instalaciones de Toluca, y en la mayoría de los casos duran una semana, provocando apatía del personal. Otro factor que ha provocado lentitud en los procesos o que los planes del sistema bibliotecario no se lleven a cabo son los cambios de personal a otras áreas, lo que conlleva que todo los planes procesos se vuelve a retomar desde el inicio.

1.3.2 Biblioteca en el Centro Universitario

Bajo la dirección del Físico Víctor Sánchez González, tiene lugar la biblioteca iniciando labores en el año de 1996 en el edificio “A” donde se acondiciona un espacio para la biblioteca, y se nombra al primer bibliotecario el C.P. Martín Fonseca Moreno



Fotografía -1: Alumnos trabajando en la biblioteca. Tomada por la autora de este proyecto

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco.

El edificio donde se encuentra la biblioteca no es suficiente para albergar las colecciones con las que se cuentan, tampoco fue construido especialmente para cubrir las necesidades de la misma; por lo que las instalaciones de la biblioteca no cuentan con una buena iluminación, ventilación, ruido, y control de acceso.

1.3.3. Servicios que Ofrece la Biblioteca

La Biblioteca C.U. Valle de Chalco ofrece, a la comunidad universitaria, diferentes servicios tales como: consulta del catálogo electrónico, préstamo interno y externo de libros de texto, de consulta y documentos multimedia, publicaciones periódicas y trabajos de tesis, y cubículos de estudio y fotocopiado.

Asimismo, a través del catálogo electrónico, y el área de computo se brinda al estudiante el acceso a Internet y la consulta de documentos que se encuentran en soportes materiales diferentes al impreso por medio de PC's, unidades de DVD portátiles y lectores de e-Books.

Además se gestionan, cuando se considera necesario, préstamos interbibliotecarios con otras instituciones de educación superior.

Servicios bibliotecarios en línea. El Sistema Bibliotecario también cuenta con acceso a bases de datos y servicios en línea posibilitando a satisfacer las necesidades de información de todos los usuarios.

Catálogo en línea. Servicio que permite consultar nuestra base de datos bibliográfica, contiene los registros de los títulos de todos los documentos bibliográficos existentes ya sean impresos, digitales o en línea. Se puede consultar el catálogo desde nuestras bibliotecas o desde cualquier PC conectada a Internet. La búsqueda se puede realizar por autor o título del documento, temática, palabra clave o combinaciones.

Consulta: Consiste en asesorar a los usuarios en la búsqueda y recuperación de información en todos sus formatos, ya sea impresos o medios electrónicos.

Catálogo automatizado: Es la llave de acceso a la información almacenada en el acervo de la Biblioteca, su consulta puede realizarse en las instalaciones de la biblioteca en las computadoras destinadas para ello o desde cualquier máquina conectada a la red.

Préstamo en sala: Es la consulta de libros, revistas y tesis en el interior de la Biblioteca.

Reserva: Está integrado por libros, de los cuales en el acervo existe sólo un ejemplar; o en el caso de existir varios, únicamente uno es de "reserva" para su consulta en sala.

Préstamo a domicilio: Consiste en la autorización de salida del material bibliográfico de las instalaciones de la biblioteca por un tiempo determinado, que se otorga al usuario interno activo (estudiantes, personal académico y administrativo del CUVC).

Cubículos de estudio en grupo: Se proporciona el préstamo de estos espacios para realizar trabajos en equipo de alumnos o profesores.

Servicios escolares: El área de control escolar expide a la Biblioteca el recibo de los alumnos que egresan para que puedan tramitar su constancia de no adeudo, para lo cual se verifica que el alumno no deba ningún material bibliográfico y/o multa monetaria a la biblioteca. Esta constancia sirve para: Darse de baja y/o cambiarse del plantel, para poder reinscribirse al siguiente semestre y titularse.

La biblioteca realiza con alumnos y coordinadores de licenciatura la selección para criterios de adquisición de bibliografía sin embargo se observo que la propuesta se envía a la Dirección de Infraestructura Académica la cual no valora el contenido de los libros, la selección se realiza sin tomar en cuenta la necesidad de los usuarios por lo que envía material bibliográfico que no tiene nada que ver con lo solicitado.

Los planes y programas de estudio de cada una de las licenciaturas/ asignaturas que ofrece la dependencia cubre un porcentaje de 30 % de materias que oferta las licenciaturas.

1.3.4 Colecciones

Estos son los acervos bibliográficos-documentales (Colecciones), con que cuenta actualmente el Centro Universitario.

Acervo general: la biblioteca cuenta con 5, 835 títulos y 9, 640 volúmenes de libros con temas afines a la oferta educativa, los cuales se encuentran ubicados en estantería abierta, y puede ser utilizado tanto en servicio de préstamo interno como externo y consiste en libros de texto, libros de diferentes áreas del conocimiento, antologías, obras literarias (poesía, teatro, novelas, etc.) El acervo general del Centro de Información, está especializado en seis áreas del conocimiento, mismas que corresponden a los planes de estudio y currícula que se imparte en las carreras con que cuenta el Centro Universitario. Algunos son: Ciencias básicas y físico-matemáticas, Ciencias computacionales, tecnologías de información y robótica, Ciencias aplicadas en electricidad, electrónica y mecánica (electromecánica y Mecatrónica), Ciencias relacionadas con la gerencia (contabilidad, administración de personal, de empresas, desarrollo organizacional,

sistemas de gestión y control de calidad, mercadotecnia, etc.), Derecho, Ciencias aplicadas a la producción, industria y manufactura, y Enfermería,

Además de las áreas del conocimiento anteriores, contamos también (pero en número reducido), con material bibliográfico de las siguientes áreas: Investigación científica y documental, Filosofía, Psicología, Ciencias sociales y en general sociología, Economía y política economía (macro y microeconomía), Derecho, Administración pública, Educación, Lenguas y lingüística (con algunos libros de aprendizaje del idioma inglés) y Colección de literatura, poesía y novela.

Consulta: cuyo material no se presta a domicilio solo en servicio de Préstamo interno y consiste en diccionarios, enciclopedias, atlas, guías, manuales, códigos, leyes, catálogos, congresos, conferencias, informes, anuarios, etc.

Publicaciones periódicas (Hemeroteca): integrado por revistas, diarios locales y nacionales, boletines, gacetas, folletos, etc. se cuenta aproximadamente con 15 títulos de diversas temáticas, en estantería cerrada y sólo son de consulta interna.

Reserva: acervo que está conformado por todo aquel material (sobre todo bibliográfico), al cual se integran todos aquellos títulos que son muy demandados por los usuarios y/o a petición del docente de determinada materia; también se incluyen aquellos títulos de los que se tienen pocos ejemplares existentes, restringiendo por lo tanto el préstamo interno y externo de las obras de esta colección, para que así estén los títulos siempre a disposición de todo aquel usuario del Centro de Información que lo requiera.

Material audiovisual y multimedia: consistente en audiocasetes, videocasetes, discos flexibles y discos compactos, muchos de los cuales son material complementario que acompaña a los libros con que se cuenta en el Acervo general.

Tesis: La biblioteca cuenta con una colección de las tesis tanto impresa como en CD-ROM de alumnos de las diferentes licenciaturas, desde su creación a la fecha. Éstas se

encuentran en estantería cerrada y sólo son de consulta interna, ya que forman parte de la memoria histórica del Centro Universitario Valle de Chalco.

Videoteca: La colección de videocasetes actualmente asciende a 101 películas en formato VHS para su consulta externa.

Discos compactos: Se cuenta con un aproximado de 300 títulos para su consulta externa.

La biblioteca de C.U. cuenta con solo algunas publicaciones periódicas por sus características constituyen una fuente de información actualizada que aparece periódicamente, sirve como complemento de las obras generales, es información específica acerca de problemas sociales científicos y tecnológicos, el problema es que solo abarca algunas licenciaturas y el material es desconocido por los usuarios ya que no se les ha difundido adecuadamente.

El hecho de que la biblioteca se encuentre ubicada muy por debajo del sistema organizacional, trae consigo grandes consecuencias como: falta de apoyo económico y la integración de la biblioteca con la comunidad.

La universidad no cuenta con un espacio que pueda destinar como biblioteca ni tampoco se ha preocupado de asignar un local apropiado para su administración. Los trabajos administrativos deben realizarse en áreas totalmente diferente de las que son salas de lectura, cubículos o mesas de trabajo.

Debido al poco espacio con que cuenta la biblioteca es difícil destinar áreas diferentes a las salas de lectura y depósito de libros por lo que la biblioteca cuenta con un área dividida en dos como los cubículos de estudio.

Los programas y actividades requieren con frecuencia áreas y salas independientes de las colecciones y de otras funciones del servicio. Las áreas para actividades deben diseñarse para cumplir un objetivo a fin de obtener una calidad en el servicio, sin embargo la biblioteca de Centro Universitario no cuenta con ambiente y espacios para realizar charlas narraciones, exposiciones, actividades culturales, pasatiempos encaminados a fomentar la participación de los usuarios y conocer los servicios con los que cuenta la biblioteca.

La biblioteca tiene insuficiente capacidad para atender a los usuarios, teniendo en cuenta que atiende a más de 500 alumnos mensuales, en un espacio de 500 m², ocasionando que en periodo de exámenes los usuarios no logran concentrarse, y mucho menos trabajar por la saturación ocasionando demasiado ruido. No se cuenta con un presupuesto adecuado por tal motivo no se puede adquirir un equipo de oficina adecuado que le permita a la biblioteca un pleno desarrollo con los adelantos tecnológicos. Aun no se cuenta con una impresora propia, atrasando los trabajos administrativos y el proceso de atención a los usuarios se vuelve lento y engorroso.

La biblioteca solo cuenta con material bibliográfico básico o un solo ejemplar por licenciatura, estas colecciones ya no satisfacen las necesidades de los usuarios debido a la falta de actualización de bibliografía.

Respecto al préstamo interbibliotecario solo algunos alumnos saben al respecto de dicho trámite, ya que no se ha tomado en cuenta para su difusión e información a los alumnos.

Capítulo 2. Promoción De Los Servicios Bibliotecarios De La Biblioteca Del C.U. Valle De Chalco

2.1 Mercadotecnia Social y Análisis de Mercado

Hoy en día la mercadotecnia se debe comprender no solo en el viejo sentido de hacer promoción, de hablar y promocionar, sino en el nuevo sentido de *satisfacer las necesidades de los usuarios*. Si el bibliotecario hace una buena labor al comprender las necesidades del usuario, desarrollan servicios que proporcionan un valor superior, los distribuye y los promueve en una forma efectiva, esos servicios se promocionarán con mucha facilidad. Por consiguiente, la publicidad es una parte de la mercadotecnia más vasta, una serie de instrumentos de mercadotecnia que operan juntos para efectuar el mercado.

Enseguida se presentan algunas de las definiciones de mercadotecnia más relevantes:

“La American Marketing Association da la conceptualización de mercadotecnia como: el proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y términos para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales”.¹⁵

Definimos la mercadotecnia como un proceso social y administrativo por medio del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación y el intercambio de productos y valores con otros.

Nerva define a la mercadotecnia como: “la ciencia que estudia la educación de un producto para ponerlo al alcance del consumidor, esto es, producir el artículo adecuado, en el lugar, momento y precio adecuado al consumidor.”¹⁶

¹⁵ American Marketing Association, www.ama.org

¹⁶ NERVA, Pablo *Diccionario en lenguas española*, México : Fernández, 1985, P. 716

El concepto de mercadotecnia se desarrolla en relación con los bienes del consumo. Es por esto que para la mayoría de las personas la mercadotecnia es una actividad practicada exclusivamente por las grandes multinacionales y se asocia casi siempre con ideas tales como publicidad, promoción, venta, etc. La mercadotecnia es una transacción un intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades y deseos humanos. La publicidad, la promoción, y otras ideas afines con las cuales se confunde son solo algunas de las actividades que integran el concepto de la mercadotecnia.

Ahora encontramos que la mercadotecnia no solo tiene que ver con los bienes de consumo sino también con las organizaciones de servicios. Un servicio se puede definir como la actividad o beneficio que una parte ofrece a otra. Los servicios no culminan necesariamente con la propiedad de las cosas o medios a través de los cuales se prestan.

La mercadotecnia viene siendo desarrollada en organizaciones de tipo del sector público como del sector privado. El concepto es aplicado hoy por hospitales, universidades, orquestas, museos, fundaciones, organizaciones políticas y bibliotecas, entre otros, con el fin de conservar y aumentar la clientela.

Philip Kotler, padre de la mercadotecnia, y el más citado autor en el área de las organizaciones sin ánimo de lucro, define mercadotecnia de servicios como: “el manejo efectivo por parte de una organización, de sus relaciones de intercambio con sus diferentes mercados y públicos. En lo que a las bibliotecas se refiere, esta definición puede ser entendida como un intento de mejorar los servicios e intercambiar su uso, basados en el establecimiento de canales de comunicación efectivos entre la biblioteca, los usuarios reales, sus fuentes de financiación y los demás grupos y públicos con los que diariamente se tiene que interactuar”.¹⁷

¹⁷ KOTLER, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. tr. Guadalupe MEZA STAINES. 2a ed. México: Prentice Hall Hispanoamericana, c1998.pp. 115-20

La misión de la mercadotecnia consiste en buscar la satisfacción de las necesidades, deseos y expectativas de los usuarios mediante un grupo de actividades coordinadas que, al mismo tiempo, permitan a la organización alcanzar sus metas. La satisfacción de los usuarios es lo más importante. Para lograrlo, la organización debe investigar cuáles son las necesidades, deseos y expectativas de éstos para poder crear verdades satisfactorias.

Se habla de deseos en el sentido de que muchas veces se puede tener una necesidad, pero no el deseo de conseguir el servicio que la satisfaga.

Por otro lado, es importante considerar las expectativas que se forja cada persona acerca del servicio que pretende obtener. Los medios de comunicación, la publicidad, así como el entorno en que se desenvuelven y habitan los individuos, hacen que busquen servicios y que se creen una imagen positiva o negativa del mismo; si ésta es muy alta, el individuo tiende a sentirse frustrado con el resultado obtenido, y si, por el contrario, la expectativa hacia el servicio es baja, será menos crítico al juzgarla cuando lo adquiere.

Por ello, las bibliotecas deben definir con claridad, además de las necesidades y deseos en torno al servicio que promueven, las expectativas que generan a través de los esfuerzos de mercadotecnia; dichas expectativas deben cubrirse plenamente para que la mercadotecnia cumpla con su objetivo principal.

Los objetivos de la mercadotecnia son: ampliar mercado, generar y brindar servicios con calidad. Una organización puede tener muchos objetivos, pero si estos no se cumplen, tarde o temprano desaparecerá. El simple planteamiento de los objetivos de la mercadotecnia ha provocado que muchos auditorios expresen su incomodidad por la forma en que algunos mercadólogos se esfuerzan por alcanzarlos. Las críticas más severas surgen en el sentido de que, con el fin de alcanzar sus objetivos, la mercadotecnia crea necesidades o manipula al público para convertirlo en cliente.

La ética en la mercadotecnia debe de ser en lo profesional y convertirse en el medio ejecutor del dominante de su investidura. Para ello le es ineludible disciplinar sus

actuaciones técnicas y científicas, perfeccionar su carácter y fortalecer su conducta dentro de las normas éticas.

Son deberes profesionales, entre otros, el siguiente: honradez, honestidad, estudio, investigación, cortesía, probidad, independencia, discreción, carácter, distribución del tiempo, equidad en el cobro de honorarios, prestigiar la profesión, cuidar de su cultura, puntualidad, solidaridad, etc.

La ética en la mercadotecnia debe de cubrir plenamente las necesidades expresadas por los consumidores puede implicar para el mercadólogo ofrecer productos que a largo plazo pueden ser dañinos. Hoy, gran parte de la sociedad critica severamente la comercialización de los ciertos productos.

Las organizaciones saben que la meta de la mercadotecnia no estriba solamente en hacer promoción de los servicios a los usuarios, sino en identificar las adaptaciones y modificaciones que requieren con el de mantenerlos actualizarlos, de acuerdo con los deseos y preferencias de los usuarios.

La mercadotecnia tiene la tarea de regular la demanda de los servicios para que la biblioteca pueda alcanzar sus objetivos. Para el logro de los objetivos y necesidades a corto y largo plazo deben coordinarse todas las actividades internas de la biblioteca.

Las actividades de mercadotecnia contribuyen en forma directa a la promoción de los servicios de la biblioteca, además de crear oportunidades para realizar innovaciones en ellos. Esto permite satisfacer de manera más completa las cambiantes necesidades de los usuarios y proporciona mayores utilidades a la comunidad, lo que ayuda no sólo a la supervivencia de los bibliotecarios, sino también al bienestar de la biblioteca en general.

“Seis funciones proporciona la mercadotecnia, en conjunto el proceso sistemático de la mercadotecnia: para el fabricante es preciso conocer a la comunidad y sus necesidades (1) antes de promover un servicio (2). La publicidad (3) sigue el desarrollo del servicio, ya que no es posible trasladar el artículo antes de que este exista. La

promoción (4) debe seguir a la distribución, porque si no es así, se creará una demanda cuando aún no se dispone del servicio. La venta (5) impulsa a los usuarios a efectuar el intercambio, y la posventa (6) asegura su satisfacción. Como se ve, es necesario que las funciones de la mercadotecnia lleven una secuencia”.¹⁸

Cabe señalar que el éxito de la mercadotecnia requiere del buen manejo de estas seis funciones a través de la planeación, organización, integración, dirección y control, es decir, de la administración de la mercadotecnia.

Implica conocer quiénes son o pueden ser los usuarios potenciales, identificar sus características, que hacen, que estudian, porque, donde están localizados, edades, comportamientos, cuando más se conozca la comunidad, mayores serán las probabilidades de éxito.

El mercado es el conjunto de usuarios compradores reales y potenciales que tiene un producto. En las bibliotecas será entonces el conjunto de usuarios reales y potenciales de los servicios. La determinación del mercado en algunos tipos de bibliotecas es fácil, pero en las bibliotecas universitarias, el universo de usuarios es heterogéneo.

Cada persona se autclasifica en algún grupo particular, ya sea por su oficio o profesión, por su edad, por su nivel educativo, por su posición social, o por el área geográfica donde vive.

El análisis del mercado comprende cuatro pasos:

Al definir el mercado se señala quienes son los usuarios actuales y los potenciales, generalmente se delimitan por su ubicación geográfica. En el caso particular de las bibliotecas, ayudara el conocer el número de afiliados y beneficiarios y su localización.

¹⁸ KOTLER, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. tr. Guadalupe MEZA STAINES. 2a ed. México: Prentice Hall Hispanoamericana, c1998.pp. 115-20

- Definición del mercado
- Segmentación
- Posicionamiento
- Análisis del consumidor

Hay que localizar a los usuarios potenciales del producto, a la larga cola. Hay que segmentar a nuestros usuarios en grupos muy concretos, que realmente se sientan identificados con nuestro servicio. Hay que ocuparse del usuario al que nos vamos a dirigir. Qué usuario es el que encontraremos en las redes sociales? Cómo los podemos atraer? Hay que evitar estar por estar y crear espacios que después no se van a atender ya que el efecto puede ser justo el contrario al esperado; atraer grupos homogéneos para dirigir el servicio. En las bibliotecas universitarias se ha dado cierto tipo de división ya que históricamente se han establecido claras diferencias entre los servicios dirigidos a los usuarios internos como alumnos profesores y docentes y al público externo. Sin embargo usuarios externos e internos son aún públicos demasiado extensos. Mientras más específico sea el grupo más efectiva podrá ser la estrategia de servicios que se utilice.

El bibliotecario puede decidir dejar de lado o darle menos importancia a uno o varios segmentos de su mercado, privilegiando otros, estos se denominan públicos destinatarios o mercados metas. Es verdad que en el contexto de los servicios puede ser delicado o no prestar la atención suficiente a una parte de la clientela, pero en vista de que es difícil servir adecuadamente a toda la población, es preciso decidir a delimitar los destinatarios.

Posicionamiento: posicionarse en el mercado es decidir cual o cuales de estos grupos serán el objetivo de los esfuerzos del mercado y tratar de ganar un espacio en la mente de este o estos grupos con los que se ha decidido trabajar.

Un público destinatario puede elegirse porque tenga menos oportunidades, porque lo necesite y presione por la utilización, porque presente ventajas para el futuro de la

organización creación de hábitos de lectura entre los usuarios, porque sea más fácil llegar a el o porque ofrezca ventajas económicas para el organismo.

Debemos de entender cómo se comportan los consumidores de los cuales va a depender la supervivencia, el éxito o el fracaso de prácticamente cualquier tipo de organización, aunque ésta sea de carácter no lucrativo. Las estrategias de mercado deben estar fundamentadas en necesidades definidas del consumidor ha sido llamada concepto de Mercadotecnia, para orientar los esfuerzos de las empresas hacia los consumidores, buscando optimizar la satisfacción de dichas necesidades. Análisis del consumidor: Consiste en examinar detalladamente los mercados a los que servimos o hemos decidido empezar a servir. ¿Qué sabemos sobre ellos? ¿Cuáles son sus necesidades de información? ¿Cómo ven ellos el servicio bibliotecario? ¿Cuál es el grado de satisfacción con los servicios? ¿Cuáles son los cambios previsibles a corto y mediano plazo en estos mercados?

En términos generales, promoción es atraer a través de medios impresos o electrónicos. Cualquier comunicación patrocinada que tenga por objeto influir en la conducta de compras es publicidad. Los medios más conocidos son la televisión, los periódicos, las revistas, la radio, los anuncios al aire libre, los anuncios en los vehículos, el correo directo, las guías telefónicas, etc. Pero hay otras formas de comunicación patrocinada que no utilizan estos medios, por ejemplo, exposiciones comerciales, exhibidores, cupones, muestras, premios, descuentos por caja, concursos, artículos gratis, rebajas y mercancías de punto de compra. Estos avisos se conocen como promociones. Y consiste en dar a conocer el producto al consumidor, se debe persuadir a los clientes a que adquieran productos que satisfagan sus necesidades, no solo se promocionan los productos a través de los medios masivos de comunicación, también por medio de folletos, regalos, muestras, es necesario combinar estrategias de promoción para lograr los objetivos.

La calidad del servicio bibliotecario, el producto o servicio, el tiempo destinado a ir a la biblioteca, las fotocopias, son algunas de las variables de la mercadotecnia. Son fuerzas

que limitan las decisiones a las que pueden llegar los empresarios, estas variables existen fuera de la empresa, pero influyen directamente en las decisiones del hombre de negocio por ello se deben identificar estas fuerzas, prever su dirección, intensidad y ajustar o adaptar las decisiones a estos aspectos. A continuación se mencionan algunas de las variables no controlables.

El medio ambiente político y legal, la tecnología, la competencia, la economía, los consumidores, los fenómenos físicos, las expectativas de la sociedad (influencias sociales y éticas) la estructura de la distribución (intermediarios).

2.2 Usuarios Reales y Potenciales

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

Existen dos clases de usuarios que posee una biblioteca universitaria que son: potenciales y reales. Los potenciales son toda la comunidad y los reales, son aquellas personas que frecuentan la biblioteca. Antes de elaborar y difundir nuestros productos, debemos estudiar a nuestros usuarios, ya que en la comunidad universitaria hay gran diferencia de intereses, niveles de conocimiento y demanda de información y servicios, entre estudiantes, profesores o investigadores, e incluso esta diferencia de necesidades e intereses también es válida en función de la titulación.

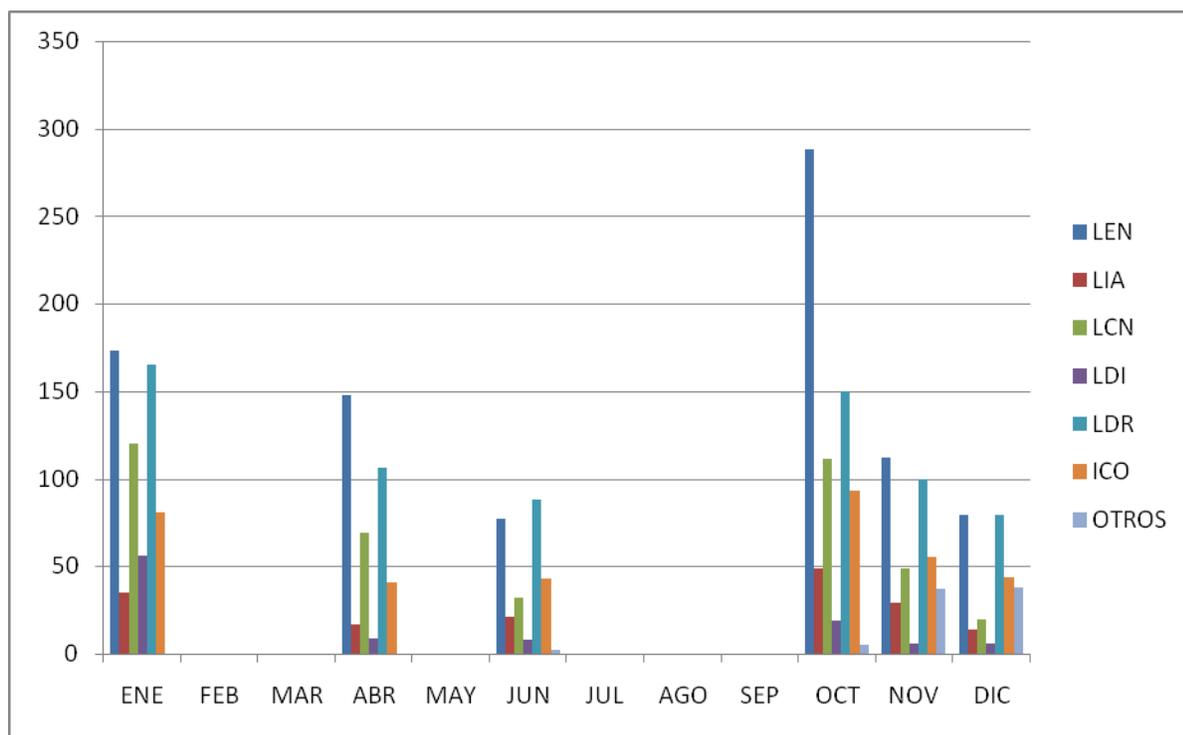
Los estudios de mercado constituyen la herramienta fundamental sobre la que se asienta cualquier actividad de marketing y son imprescindibles para el conocimiento de la realidad de la biblioteca.

A través de los estudios de mercado, vamos a obtener información sobre lo que nuestros clientes reales y potenciales piensan y opinan sobre los servicios que la biblioteca ofrece, además de detectar sus expectativas, usos, valoraciones y la imagen que transmitimos.

La imagen que tenemos de nuestros servicios no tiene porque coincidir con la de nuestros clientes o quizá creemos que estamos ofreciendo un servicio de calidad y la realidad no es esa.

Por eso, hay que analizar el entorno en que nos encontramos, nuestros servicios e incluso analizarnos a nosotros mismos, y ver si la prestación de servicios se adecua a la demanda del cliente y por tanto son de calidad.

En la siguiente gráfica se presentan los usuarios reales de la biblioteca Universitario UAEM Valle de Chalco durante el año de 2009; en la cual se puede observar el periodo durante el cual la biblioteca tiene una mayor cantidad de usuarios.



Fuente: Usuarios reales de la Biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco. Gráfica elaborada por la autora de este trabajo

LIBROS DE PRESTAMO A DOMICILIO 2009

	LEN	LIA	LCN	LDI	LDE	ICO	OTROS
ENE	173	35	120	56	165	81	
FEB							
MAR							
ABR	148	17	69	9	106	41	
MAY							
JUN	77	21	32	8	88	43	2
JUL							
AGO							
SEP							
OCT	288	49	111	19	150	93	5
NOV	112	29	49	6	100	55	37
DIC	79	14	20	6	79	44	38
Gran total	877	165	401	104	688	357	82

Fuente: Usuarios mensuales de la Biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco.
Cuadro elaborado por la autora de este trabajo

Como se puede observar, nuestros usuarios reales son: licenciatura en Enfermería y Derecho. Durante el periodo investigado la cantidad de usuarios reales de la biblioteca se mantiene de manera irregular; incrementándose en el mes de enero, octubre y noviembre, esto debido a que durante este periodo la universidad se encuentra en periodo de exámenes, por lo que la influencia de usuarios se incrementa. Por otra parte, los usuarios potenciales son quienes necesitan ser motivados para que puedan relacionarse con la biblioteca; a su vez la biblioteca tiene que buscar la forma de acercarlos y crear un vínculo, dicho vínculo se puede establecer a través de la promoción de los servicios bibliotecarios.

Es preciso conocer y analizar los usuarios de la comunidad, a través de los diferentes aspectos sociales que involucran variables de tipo económico, educativo, cultural y social, esto permite conocer a la comunidad y organizar programas de acuerdo a sus requerimientos que se necesiten establecer, además:

Es importante conocer los usuarios reales como potenciales de la comunidad. Porque la razón de ser de la biblioteca son los usuarios. Ya que no basta con tener la biblioteca bien organizada, hay que promover su uso en la comunidad, para que todos puedan ser usuarios de la biblioteca. Llamamos usuarios a todos los miembros de la comunidad en general, que se benefician de los servicios de la biblioteca.

- Alumnos
- Docentes
- Investigadores
- Comunidad externa (alumnos de preparatorias, secundarias, colegio de bachilleres, etc.

Cada uno de los usuarios tiene distintos motivos, intereses y necesidades para usar la biblioteca.

2.3 Promoción de los Servicios Bibliotecarios

Las personas satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo. El concepto de producto no se limita a los objetos físicos, se puede llamar producto a cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad. Además de los bienes y servicios, los productos incluyen personas, lugares, organizaciones, actividades e ideas. Los consumidores deciden que programa quieren ver en la televisión, que lugares visitar durante las vacaciones, a cuales organizaciones apoyar con sus contribuciones y que ideas deben adoptar. Para el consumidor, todos estos son productos. Si en ocasiones el término de producto parece inapropiado.

Es imperativo dar a conocer como un espacio que satisface las necesidades de información, formativas y de entretenimiento a través de la lectura, es decir, difundir sus tareas dentro de la comunidad en la que se ubica con el propósito de atraer a los diferentes sectores que la forman independientemente de su edad, su nivel socioeconómico y cultural, sus intereses y actitudes.

La biblioteca es el corazón de la universidad, ocupando un lugar central y básico, como un recurso que se ocupa y sirve a todas las funciones de una universidad: enseñanza e investigación, creación de nuevo conocimiento y la trasmisión a la posteridad de la ciencia y la cultura del presente.

Existe en ella una serie ilimitada de posibilidades para que la comunidad encuentre satisfacción en la lectura y en las actividades de fomento al hábito a la lectura es esencial que la biblioteca universitaria incida en la vida de la población interna y externa que participe en el cambio social como un elemento dinámico central e integrador que responda a las necesidades específicas de todos los habitantes de la comunidad; de otra manera, no se justifica la inversión que se hace en ella. A este respecto, se presenta la gráfica mostrando los materiales prestados por la biblioteca universitaria UAEM Valle de Chalco durante el año 2009; donde se puede apreciar que durante el mes de mayo y octubre el material prestado es mayor.

Libros consultados en la biblioteca del Centro Universitario UAEM Valle de Chalco Sala de consulta y general, que se muestra en el siguiente cuadro:



LIBROS CONSULTADOS EN SALA 2009

MES:	LIBROS CONSULTADOS EN SALA 2009
✓ ENE.	639
✓ FEB.	896
✓ MAR.	1127
✓ ABR.	103
✓ MAY.	1346
✓ JUN.	214
✓ JUL.	
✓ AGO.	454
✓ SEP.	1006
✓ OCT.	1509
✓ NOV.	931
✓ DIC.	1327

Fuente: Estadísticas de materiales consultados de la biblioteca del Centro Universitaria UAEM Valle de Chalco. Cuadro elaborado por la autora de este trabajo

Ahora bien, la promoción es el medio a través del cual se da a conocer a la comunidad la existencia de la biblioteca universitaria, servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que realiza, con el propósito de incrementar la asistencia de usuarios y la utilización del acervo. Para lograr esto, se requiere ir más allá de la difusión, es decir, no solo dar a conocer la existencia de la biblioteca; se necesita informar a la población, motivarla, crear conciencia e involucrarla en todo aquello que se relacione con la biblioteca universitaria, logrando así una estrecha comunicación con la comunidad.

El principal objetivo de la promoción es convertir a los usuarios potenciales en usuarios reales, es decir, atraer aquellas personas que regularmente no asisten a la biblioteca y brindarles un buen servicio para que se sientan motivados a volver.

El bibliotecario es la persona idónea para efectuarla ya que conoce, por una parte el funcionamiento y los beneficios que la biblioteca puede proporcionar a la población; y, por otra, las características, e intereses y necesidades de su comunidad.

Características que debe tener un profesional de la información:

- Debe adecuarse a las condiciones históricas actuales
- Conocer las necesidades efectivas y concretas de cada usuario.
- Tener una mente ágil y viva, capaz de transformar y captar los conocimientos más novedosos.
- Actitud positiva frente al cambio.
- Buscar su especialización mediante la educación sostenida.
- Aprender a innovar para adecuar con ingenio sus conocimientos a las nuevas situaciones.
- Lograr adaptarse para asimilar las situaciones del cambio y ser protagonista de él.
- Asimilar nuevos conocimientos con el carácter selectivo que se requiere y captar y retener lo necesario para el cambio que debe conducir.

Desde el punto de vista ético el profesional de la información debe ser crítico y reflexivo, preocupado por una investigación constante, debe defender los intereses que le son confiados, servir a la comunidad, trabajar para que la información sea fuente de conocimiento. Participar en proyectos, estudios y propuestas de manera efectiva.¹⁹

El bibliotecario constituye así el enlace entre ambos elementos, por lo que es indispensable que posea una actitud compromiso ante su trabajo y así la tarea de promoción en particular.

Este compromiso implica iniciativa, creatividad, y dinamismo e interés los cuales se manifiestan en la forma de realizar su trabajo. Un bibliotecario que cree en él, comprende la importancia que tiene la promoción para atraer a un mayor número de usuarios y darle presencia a la biblioteca dentro de la comunidad.

Atraer a las personas que no asisten regularmente a la biblioteca y retenerlas, solo se logra con empeño y constancia; es decir, por medio de una adecuada orientación, un trato amable, calidad en servicios y actividades de interés, de ésta manera se genera un ambiente agradable.

¹⁹ Caballero Valdés O, Perón González S. El bibliotecólogo y el profesional de la información modernos. Ética, papeles y perfiles. Ciencia de la Información 1998;29(1): 3-13.

2.4 Mercadotecnia y Bibliotecas Universitarias

Como se ha mencionado en otros capítulos el marketing bibliotecario es uno de los aspectos claves en la difusión de los servicios de la biblioteca por parte del personal bibliotecario: con ello se consigue la tan deseada difusión de los servicios.

Cualquier otra entidad de servicios, también las bibliotecas universitarias deben disponer de una política de producto (sus productos son las colecciones de libros y otros materiales que contiene, y los servicios que presta), además de una política de precios, una política de distribución y una política de distribución de ventas. La influencia recíproca entre estos cuatro elementos se denomina, dentro de la función de la mercadotecnia que tiene la dirección de la empresa.

En la mayoría de las bibliotecas, y ciertamente también en muchas empresas privadas, se atribuyen al concepto de marketing un alcance importante diferente. En el mundo de las bibliotecas, el concepto marketing se equiparaba durante mucho tiempo a su tarea más importante, la de fomentar las ventas. Actualmente se le atribuye con carácter general un significado algo más amplio que, por otra parte, sigue teniendo límites poco definidos.

Como lo comenta Philip Kotler, cuyos estudios sobre el tema del marketing en organizaciones no lucrativas han alcanzado ya la categoría de obras estándar, considera que “el objetivo de marketing es, más que otra cosa, la atención que se presta a los deseos y necesidades de los usuarios.”²⁰

El concepto de la mercadotecnia define, en opinión de otros, un sistema de gestión que se orienta principalmente por la satisfacción del usuario, y así lo creían los gestores de la década de los años ochenta. En opinión de otros, la mercadotecnia representa, en su forma más clásica, una de las muchas funciones de la gestión. Es decir, la

²⁰ Kotler, Philip/Andreasen, Alan R.: Strategic Marketing for Nonprofit Organizations, Englewood Cliffs, 3ª edición, 1987.p.37

mercadotecnia estaría sometida a una estructura general en la que intervienen otros factores, y no únicamente las expectativas de los usuarios.

“Las interpretaciones de la mercadotecnia que sirven guía a muchos bibliotecarios, responden a diferentes fases de evolución de la gestión. Estas fases se han distinguido por sus cambios de orientación, habiéndose dirigido sucesivamente al producto, a la productividad, a las ventas y finalmente al cliente, reflejando así la evolución de las teorías sobre la gestión.”²¹

El marketing adquiere una importancia muy especial en relación con la prestación de un servicio público. Antes de considerar la aplicación de métodos de marketing en el sector de las bibliotecas públicas, habrá que distinguir entre necesidad y demanda. Cuando una empresa, que persigue obtener un beneficio, piensa que el marketing, le puede ocurrir que la necesidad que tiene el público de disponer de sus productos se exprese en forma de demanda tácita. Esta demanda se valora entonces desde el punto de vista de que si la empresa es capaz de preverla, de satisfacer o incluso de generarla. Una biblioteca universitaria, en cambio, se entiende como institución que presta un servicio, es decir, como una organización no lucrativa.

En otras palabras: para descubrir y satisfacer a los usuarios, hay que tener en cuenta el objetivo, misión y la visión de la biblioteca.

El carácter polifacético de la definición de los valores, de las instituciones y de las estructuras políticas en las diferentes sociedades, y el cambio acelerado que se registra en la escala de valores y en las relaciones, explicar porque, es tan difícil discutir los objetivos de marketing de los servicios públicos en general, y de las bibliotecas públicas en particular.

²¹ THIERRY, Giappiconi. Gestión de la calidad y marketing en las bibliotecas públicas. Barcelona: Bertelsmann-España, 1999. pp.103-104 20 Idem. pp104-105

“La mayor parte de los bibliotecarios, no obstante, una vez interpeladas y animadas a reflexionar sobre el tema, se muestra de acuerdo con lo que deben adaptar sus colecciones y sus servicios a las necesidades sociales a las que pretenden satisfacer”²²

2.5 La Función de la Mercadotecnia en las Bibliotecas

La función de la mercadotecnia se define como una tarea operativa, a una estrategia general, y coordinada con las estrategias de financiación, producción, política de personal e intervención.

Es la biblioteca, esta función incluye la totalidad de la relaciones con los usuarios reales y potenciales, que permitan adaptar la oferta (la colección y los servicios) a las necesidades de la población que se trata de servir. El concepto de la necesidad debe entenderse, en cuanto a su componente de demanda, y puesto que estamos ante una cuestión política pública, se trata de algo que los responsables políticos interpretan como una demanda social a la que hay que responder. Puede tratarse de una demanda explícita, o bien provocada por motivos de interés general.

Uno de los puntos más positivos de la mercadotecnia. Se trata de ofrecer al público un producto atractivo por su calidad, a un precio no prohibitivo, sino asequible. La venta de este producto, que cumpliera así las funciones sociales que se esperan alcanzar, debe proporcionarse de la mejor manera posible.

2.6 Objetivos que se Establecen en un Plan De Marketing para una Biblioteca Universitaria

Ofrecer servicios que alguien esté dispuesto a consumir, lo que implica conocer las necesidades y preferencias de los clientes reales y potenciales.

- Lanzar al mercado nuevas ofertas y productos informativos para atraer nuevos clientes.

²² THIERRY, Giappiconi. *Gestión de la calidad y marketing en las bibliotecas públicas*. Barcelona: Bertelsmann-España,

- Evitar que los clientes que existen dejen de utilizar y consumir nuestros productos. Para ello, es necesario que la biblioteca esté inmersa en un plan de mejoras continuas, modificando las conductas de consumo en los casos que sea necesario.
- Conseguir un mayor nivel o frecuencia de uso de los servicios, implementando al máximo el aprovechamiento de los recursos informativos disponibles.
- Conocer y mejorar la imagen que se tiene de la biblioteca, modificándola en los casos que sea necesario.
- Crear una conciencia colectiva dentro de la Comunidad universitaria, transmitiendo la idea de que una buena utilización de los productos informativos y servicios, incidirá directamente en la mejora de la calidad de la enseñanza e investigación y aumentará el prestigio de la Universidad.
- Intentar que las autoridades de las que depende la biblioteca no tengan la percepción de que se asignan los recursos en vano, deben conocer los resultados del trabajo realizado, demostrándoles que es un servicio rentable y conseguir que tengan una imagen positiva de la misma, por lo que es importante hacer marketing hacia ellos.²³

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

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

La Biblioteca ofrece muchos más servicios de los que conocen los clientes. No basta con tener buenos servicios si no los sabemos comunicar, por ello tenemos la obligación de informar sobre los servicios que ofrecemos.

²³ Davara Rodríguez, y. Estrategias de comunicación en Marketing. Madrid , dossat-2000, 1994

En un proceso de difusión de servicios debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Hacer publicidad únicamente de los servicios que se está seguro de su buen funcionamiento. No se deben difundir servicios que no sean de calidad.
- Tener claro el segmento y tipo de cliente al que se dirige la publicidad.
- No difundir servicios de lo que no se tenga clara su continuidad o que en un momento determinado no se van a poder mantener.
- La difusión de servicios siempre debe enfocarse a incrementar el consumo de los productos y a mejorar la imagen.

En la mayoría de los casos no se cuenta con un departamento de marketing propio, por lo tanto debe ser el propio personal de la biblioteca el que gestione de forma adecuada las vías de comunicación y difusión de forma creativa, con imaginación y gran conocimiento de los productos y servicios que ofrecemos, intentando dar a conocer los cambios y mejoras y consiguiendo la máxima receptividad de nuestros clientes. En este sentido, cabe decir que es importante que se impartan cursos de formación por especialistas sobre técnicas de promoción y marketing para todo el personal bibliotecario.

Se debe elaborar materiales publicitarios escritos en los que se difundan los productos y servicios. Se utilizará una presentación sencilla pero atractiva y con un lenguaje acorde al segmento de mercado al que va dirigida.

Se pueden establecer dos grupos:

a) Hojas informativas de carácter general. Son ideales para alumnos de 1º y 2º ciclo, así como clientes externos que necesitan un primer acercamiento, conocimiento e introducción al manejo y uso de la biblioteca, sus colecciones o servicios. En estas guías se establecen aspectos sobre el funcionamiento general de la biblioteca: horarios, servicios, condiciones de uso y acceso, reglamento y modalidades de préstamo, ordenación y ubicación de fondos, tipos de materiales, etc. Estas guías se pueden entregar a los usuarios en las presentaciones que se realizan de la biblioteca a principio

de curso. Una posibilidad es la utilización del boletín o revista de la universidad para hacer publicidad de estos servicios.

b) Hojas informativas de carácter específico. Destinadas a segmentos de mercado específico, con necesidades informativas específicas, para clientes más especializados y avanzados, o destinadas a la difusión de servicios concretos o especializados como la DSI o Bases de Datos disponibles en Red o en CD-ROM, propias o ajenas, etc. Los boletines de sumarios y boletines de novedades también constituyen una forma de difusión de fondos específicos.

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

Actualmente, la publicidad electrónica es un medio idóneo para la difusión de servicios ya que se pueden llegar más fácil y rápidamente a muchas más personas. Se debe aprovechar las posibilidades de promoción a través de las nuevas tecnologías y las posibilidades que actualmente brinda la Red Internet. El correo electrónico, no sólo es un medio eficaz para el procesamiento automático de la DSI o peticiones y suministro de información bibliográfica, sino que a través de él podemos difundir nuestras actividades y servicios. “En el momento de elaborar una página Web de la Biblioteca, en la que se den a conocer los servicios, es importante que esta reúna los siguientes requisitos:

a) A nivel de contenido:

- Presentación de la página
- Información General sobre la Biblioteca (Hª de la Institución, horarios, condiciones de acceso, etc.)
- Normativa

- Colecciones o fondo que posee y posibilidades de acceder electrónicamente a los mismos.
- Recursos bibliográficos y documentales e instrucción sobre los procesos de
- búsqueda (Bases de datos en línea, revistas electrónicas, etc.)
- Visitas virtuales a la institución.

b) A nivel formal:

- Presentación atractiva.
- Actualización periódica
- Estructura sencilla y clara de contenidos
- Iconos señaladores que faciliten y agilicen las consultas.
- Accesibilidad en varios idiomas”.²⁴

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

El sistema de señalización debe ser claro y entendible, cuidado y puesto al día.

No se debe utilizar signos ambiguos y los mensajes deben ser simples, pero sugerentes y llamativos, que puedan ser leídos rápida y correctamente, deben estar colocados en lugares estratégicos, visibles durante toda la jornada y directamente perceptibles a una cierta distancia.

2.7 La Promoción de Servicios en la Biblioteca Universitaria

La promoción de los servicios bibliotecarios que se propone sea difundida en la Biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco abarcan los siguientes conceptos:

- Préstamo inter-bibliotecario.

²⁴ Espinás, e. Datos e Indicadores: Herramientas del Marketing. En :educación y biblioteca, 1999, 11(100) (p.31-33)

- bibliografía nueva.
- auxiliar en la búsqueda automatizada
- cursos, conferencias, talleres sobre base de datos de la biblioteca
- Visitas guiadas a primer ingreso
- Potenciar la consulta a través de la red
- Mampara de expresión
- Café literario, obras de teatro, monólogo

Existen diferentes medios a través de los cuales se puede hacer la promoción de la biblioteca universitaria, sin embargo, el medio fundamental de promoción será la imagen que proyecta ésta comunidad a través de los optima presentación de sus servicios.

Los métodos se auxilian de diferentes medios para lograr el propósito de promocionar información e influir en los usuarios para mejorar sus hábitos de lectura, así como de incrementar el uso y consulta del material bibliográfico y de los recursos.

Cualquier estrategia que se emplee debe modificarse periódicamente, tanto en su contenido como en su forma, ya que el propósito de la promoción es llamar la atención de la población. Lo novedoso siempre es atractivo.

Se propone que sean difundidos a través de

- Carteles
- Folletos
- Volantes
- mampara
- Visitas guiadas
- Mantas
- Trípticos
- Placas comunitarias
- Invitación escolar

Con el objetivo de construir a mejorar la calidad de vida de las personas en comunidades brindándoles acceso a la información.

Efectuar la promoción de la biblioteca, de los servicios y de las colecciones a través de: carteles, mantas y volantes resulta eficaz tanto para su elaboración como para la distribución y recuperación que estos medios pueden tener en la comunidad. Son fáciles de hacer y no requieren de material costoso.

En el siguiente apartado del proyecto, se presentan el programa de actividades como base para desarrollar el proyecto de promoción de los servicios bibliotecarios de la biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco.

3.1 Programa para instaurar la biblioteca digital en la biblioteca del Centro Universitario UAEM Valle de Chalco

El proyecto de intervención se hizo con la finalidad también de dar a conocer otra área de la biblioteca como es: la Biblioteca digital es aquí donde el alumnos puede encontrar los libros, diccionarios, revistas y enciclopedias, pero en red, es decir a través de Internet, siendo a si el acceso mucho más rápido a ellas y desde prácticamente cualquier lugar y lo más importante es que es de acceso a todo el público. Son accesibles desde cualquier parte del mundo.

Las bibliotecas digitales sirven para poder leer libros y semejantes en red, esto sirve para facilitarle el trabajo a mucha gente y poder leer desde sus casas o trabajos y tener acceso a cualquier libro tal como si estuviera en una biblioteca normal.

Desde la antigüedad, la biblioteca ha desempeñado una función importante en la custodia del saber. Su primera manifestación fue el libro oral, el cual perduró durante milenios, y convivió incluso con el escrito. Fue el medio de las civilizaciones para transmitir su historia y tradiciones a las generaciones siguientes.

La biblioteca ha experimentado cambios vertiginosos en las últimas décadas y ello, se debe, tanto al avance de la tecnología como a la necesidad de información en el mundo actual. Su acumulación es de tal magnitud que ninguna organización puede atesorarla físicamente. Estos dos hechos ocupan el centro del interés de los gobiernos en los países más desarrollados, donde las bibliotecas se han convertido en el centro del acceso a la información.

Las bibliotecas posibilitan la transmisión del conocimiento, el acceso a la información y con ello, incentivan la investigación.

Las bibliotecas han transcurrido a lo largo de la historia por diferentes momentos:

- Las primeras bibliotecas de los tiempos de *Aristóteles* hasta aquellas de comienzos de la automatización;
- Las modernas, con sus servicios plenamente automatizados;
- Las contemporáneas, las bibliotecas electrónicas.

Otros criterios distinguen entre:

- La biblioteca en papel;
- La biblioteca cuyos procesos se han automatizado;
- La biblioteca digital, con sus artefactos almacenados electrónicamente.

Esta última etapa, provocada por el avance de las tecnologías de la información que, en un primer momento, afectaron los procesos tradicionales, luego los formatos impresos - con la introducción de los formatos ópticos, digitales o electrónicos-, y, en la actualidad, conducen a un nuevo tipo de estructura, en la que el espacio físico no es importante y las colecciones se distribuyen en un espacio virtual de redes electrónicas, con Internet a la cabeza.

La misión clara y bien definida de las bibliotecas es: conservar y preservar los Valores culturales y llevarlos a las futuras generaciones.

3.1 Programa para la promoción de los servicios bibliotecarios en la biblioteca del Centro Universitario UAEMEX de Valle de Chalco

El Programa basa su desarrollo en 3 objetivos, los cuales llevan una serie de actividades para el cumplimiento de cada uno de los objetivos y que se coordinan entre la institución, áreas de apoyo, servicio social y colectivos participantes, con la finalidad de desarrollar en los estudiantes las habilidades necesarias para manejar eficientemente la información promocionar y reforzar a los alumnos el conocimiento necesario y suficiente sobre la biblioteca y sus diversas funciones para que el usuario este informado de que actividades realiza la biblioteca y así mismo poder aplicarlas para su beneficio, deberá obtener herramientas y conocimiento de lo que es la biblioteca virtual o biblioteca digital

y como funciona así mismo estar enterado de todas las actividades que realizara en un año y que la UAEM cuenta con una biblioteca digital y como ingresar a ella.

Su aplicación se desarrolla para todo el personal del C.U. universitario, así como comunidad externa, con la intención de desarrollar estrategias que aseguren la homogeneidad y la progresiva adaptación de los principales servicios a las necesidades actuales de los usuarios.

Las acciones que tienen lugar en la biblioteca: conferencias, obra de teatro, café literario, cine club, monologo, son algunas de las actividades que el Programa integra. De forma consecuente, también se desarrollan actividades que pretenden involucrar a la población externa sobre todo alumnos de escuelas preparatorias cercanas al Centro Universitario.

El Programa Biblioteca “Semana de la Biblioteca” contiene una serie de ciclos de acciones y actividades de promoción y apoyo al usuario, organizadas de forma coordinada entre todas ellas y formando ciclos que favorecen el refuerzo de cada una de las acciones en la línea de trabajo establecida.

Con las diferentes propuestas se fomenta la identificación entre la oferta de la biblioteca y las acciones de la Universidad, con objeto de establecer elementos comunes que faciliten la vinculación entre los diferentes entornos y creen en los alumnos elementos de familiaridad que favorezcan el uso de los espacios y fondos que ofrece la Biblioteca.

Las actividades lúdicas se enfocan por grado de licenciatura y turno, con la participación e interrelación de las diferentes estancias implicadas.

El propósito es que los alumnos participen, a lo largo de su formación, en actividades realizadas en la biblioteca universitaria y en sus centros.

Con el fin de potenciar la implicación de la población externa e interna y ofrecer una mayor difusión del proyecto, es necesario que se desarrollen acciones generales con todos los implicados en la que se favorezca la participación activa de alumnos, profesores, autoridades.

La transformación de estrategias para la promoción de los servicios bibliotecarios nos va permitir el acceso a la información desarrollando destrezas en búsqueda de información. Además de innovar la manera en que se ofrecen los servicios, por lo tanto la oportunidad de mas proyectos para el mejoramiento de la calidad de la enseñanza.

La automatización de la biblioteca nos ayudara a mejorar la gestión para ofrecer mejores servicios, una mejor organización del material Bibliográfico con que se cuenta en la Biblioteca, y además estar en posibilidad de incrementar nuestros recursos mediante la cooperación con otras bibliotecas, ofrecer a los usuarios nuevos instrumentos y oportunidades para aprender, investigar y documentarse. Para lo cual el proyecto de investigación se basa en tres objetivos fundamentales:

- Desarrollar, organizar y promover los recursos en todos los medios, así como los servicios de información.
- Orientar y capacitar a los usuarios en el uso de los recursos de información.
- Mantener la comunicación con los usuarios para conocer mejor sus necesidades de información y buscar satisfacerlas.
- Contribuir a la promoción y divulgación de la cultura

Pretendemos en el primer objetivo denominado: Desarrollar, organizar y promover los recursos en todos los medios, así como los servicios de información: clasificar y acomodar la bibliografía en su lugar, además que los alumnos ubiquen el área de biblioteca; y sobre todo la automatización de la biblioteca para agilizar los tramites.

Para llevar a cabo este primer objetivo a lo largo del año se han realizado diversas actividades con la intención, en primer lugar, de devolver a la Biblioteca su lugar como espacio dinamizador de las actividades culturales. Se realizaron, en primer lugar, actividades encaminadas a la visibilización y conocimiento de la Biblioteca, dentro de las actividades denominadas: Completar la clasificación, subdividiendo las clases principales de la biblioteca. Se organizo el espacio de la biblioteca, empezando por acomodar estantería, de forma que haya varias zonas con diferentes usos, en años anteriores la estantería estaba acomodada de forma vertical, con el apoyo de servicio social la estantería se acomodo horizontalmente, De este modo, se facilitó la localización

de la Biblioteca para los alumnos recién incorporados y se animó a su utilización a mucho mas alumno.

En esta actividad solo se logro acomodar el 75% de estantería y en el mes de junio-julio se terminara este proceso, ya que en este periodo la universidad está en periodo inter-semestral o término de semestre por lo que los alumnos no se aparecen en biblioteca.

Mediante este objetivo de dar visibilidad a la biblioteca me percate que el material bibliográfico al ser consultada por el usuario, este lo ubica más rápidamente, además de que muchos de los usuarios establecieron un contacto directo con el libro, sin la mediación del personal bibliotecario. La señalización y ubicación mejora la ordenación sistemática de la colección, siendo de gran comodidad para los usuarios, además de resultar de interés para este pues le pone en contacto con libros que están en su centro de interés y que no conocía de antemano; además del placer de poder hojear los libros antes de asumir su consulta o préstamo, lo cual hace que la elección sea más acertada. Los usuarios al tener mas libre el acceso, no entorpecen el material realmente pertinente.

Había colecciones inactivas, y que nunca se habían tomado en cuenta o en su defecto ni el mismo personal bibliotecario lo conocía, cuando nos dimos a la tarea de acomodar estantería, dicho material se empezó a difundir entre los alumnos.

Los inconvenientes que se presentaron después de un acomodamiento y señalización, son que los fondos van a ser más manoseados, y desplazamiento y descolocación de los mismos. Causando más trabajo.



Fotografía 2: Estantería en biblioteca Valle de Chalco Tomada por la autora de este proyecto

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco

Las actividades sobre poner marcas (clasificar y numerar los libros) en todos los libros, registro y sellado primeramente se comenzó por los libros más utilizados. Después se eligió todo el material que no tenía todo el proceso, enseguida darle el procedimiento de sellado, cintas magnéticas, captura de datos, clasificación. En el siguiente esquema se muestra todo el procedimiento que se lleva a cabo para el material bibliográfico.

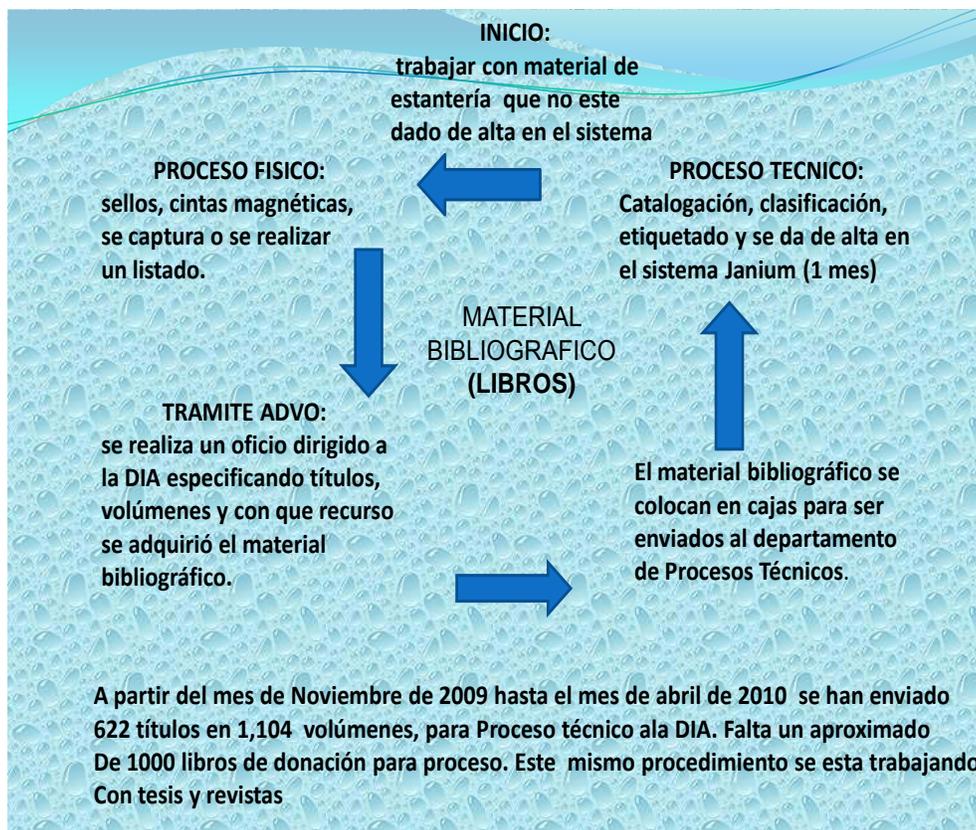


Ilustración 1: 1 Procedimiento del registro y sellado de material bibliográfico. Realizado por la autora de este proyecto

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco

Las actividades que se han llevado a cabo para la automatización de la biblioteca han sido:

1. Analizar criterios pedagógicos para la automatización.
2. Elaborar calendario de automatización y repartir tareas.

Se solicito por medio de un oficio al departamento de control escolar la fuga de la base de datos para el área de biblioteca pero no se autorizo, después se solicito apoyo al área de extensión y difusión cultural pero solo nos proporciono material impreso de antecedentes de algunos alumnos; por lo que nos dimos a la tarea de elaborar formatos para solicitud de referencias a todo el alumnado como por ejemplo, nombre, edad, sexo, dirección, correo electrónico, etc

Con la automatización en la biblioteca C.U. Valle de Chalco se pretende englobar todos los procesos en los que están implicada la tecnología y en cómo esta puede aportar

valor a cada uno de los servicios de la biblioteca. La automatización debe estar centrada en el servicio al usuario frente a los procesos técnicos. La incorporación de la tecnología forma parte de la gestión estratégica de la biblioteca, puesto que incide de lleno en las posibilidades del servicio y en su calidad, al mismo tiempo que en la mejora de procesos.

El proceso de automatización mejoro bastante el trabajo en la biblioteca y a los usuarios se les ha facilitado el proceso de prestamos de bibliografía; porque ya no tienen que llenar formatos para todo tipo de préstamos, el préstamo es mas ágil, ya que todo lo registra el sistema. Los alumnos se sintieron motivados al observar que sus procesos ya no tomaban tanto tiempo. Se mejoro en cuanto a la entrega de estadísticas como: estadística de bibliografía consultas y usuarios.

Los primeros momentos de la automatización nos sirvió para detectar que libros no se detectaban con el código de barras, que alumnos no correspondían sus números de cuenta, y que material bibliográfico aparecía duplicado.

En la siguiente grafica se muestra el procedimiento que biblioteca del centro universitario UAEM Valle de Chalco esta llevando a cabo para el procedimiento de automatización de biblioteca. Que se ilustra en el siguiente cuadro

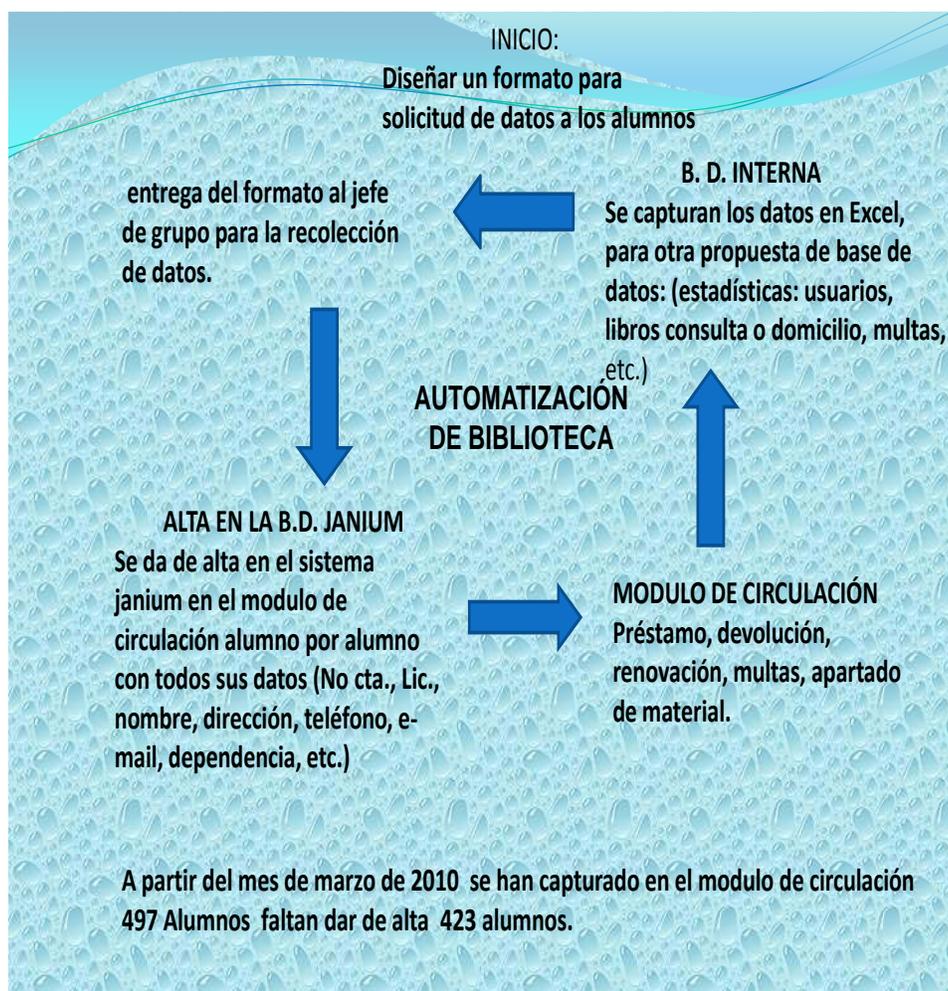


Ilustración 1: 2 procedimiento de automatización de biblioteca. Realizado por la autora de este trabajo

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco

En las actividades referentes a hacer el inventario de lo que hay en aulas, laboratorio, sala de profesores, etc., elaborar fichas de sugerencias de compra. Gestionar documentos nuevos en distintos soportes teniendo en cuenta las sugerencias recibidas desde las etapas y ciclos así como las carencias y necesidades observadas y mejorar la oferta en cuanto a la adquisición de bibliografía.

Se realizo inventario en la salas de Autoacceso, e investigación, del material de donación se decidió enviar todo el material en ingles al área de Autoacceso ya que en el área de biblioteca los alumnos no le dan un buen uso a este material.

Se acordó en la reunión por áreas, la cual se lleva a cabo todos los días lunes a las 12:00 horas que biblioteca va trabajar en conjunto con las coordinación de ciencias aplicadas y coordinación de ciencias sociales los planes y programas de estudio, para poder elaborar, gestionar y mejorar la adquisición de bibliografía.

En el segundo objetivo: Orientar y capacitar a los usuarios en el uso de los recursos de información. Se pretende que los alumnos inician la investigación de material por si solos, que comiencen aprender sobre el manejo del catalogo electrónico; así como la búsqueda de material bibliográfico en estantería.

En las actividades referentes a reponer material deteriorado, solicitar presupuesto al equipo directivo para equilibrar el fondo y propiciar la utilización de la sala de trabajo por grupos de trabajo, que con su profesor puedan utilizar los fondos de la biblioteca y el acceso a Internet.

Se selecciono parte del material dañado y deteriorado para enviarse a la ciudad de Toluca, de los cuales resultaron 60 libros para reparación y encuadernación.

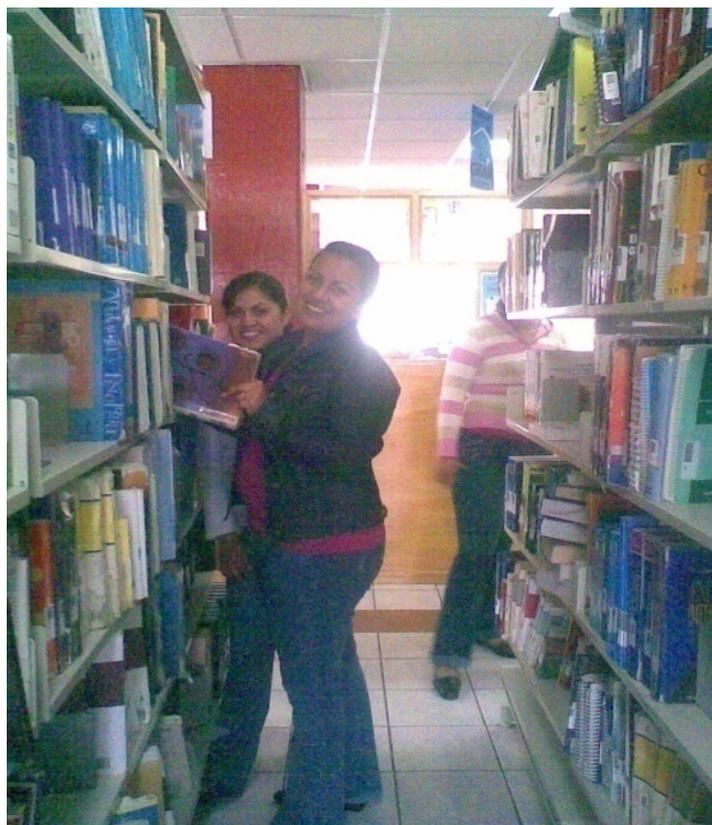
Dentro de las actividades de auxiliar a los usuarios de la biblioteca en la utilización de fuentes de información.

Se organizo el equipo de computo con el que cuenta la biblioteca para que una computadora se utilice solo para la consulta del catalogo electrónico, diariamente se esta dando asesoría a los usuarios sobre la búsqueda de su material bibliográfico

En la actividad programar cursos encaminados a que nuestros alumnos aprendan a encontrar la información y a saber seleccionar y tratar los documentos más útiles. Biblioteca organizo del 24- al 28 de agosto del año 2009 conferencias y talleres sobre el sistema de base Janium con el que cuenta la universidad así como, diferencia entre biblioteca virtual y digital.

A la fecha el área de biblioteca ha realizado dos Conferencias sobre: Qué es y cómo funciona la Biblioteca Digital de la UAEM. Además sobre biblioteca, digital y electrónica denominada “vamos a la biblioteca sin salir de casa” dando prioridad a los alumnos de nuevo ingreso del turno matutino. Este año se piensa programar la misma actividad para seguir cubriendo este objetivo en el mes de agosto del 2010.

En gran medida los usuarios desconocen las prestaciones y funciones de la biblioteca gran parte de ellos desconocen que son y como acceder a los catálogos, esto se debe por el mal uso de los espacios y por la poca cultura en cuanto a la biblioteca como espacio.



Fotografía 3: Pasillo de biblioteca. Tomada por la autora de este trabajo

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco

En el tercer objetivo: Mantener la comunicación con los usuarios para conocer mejor sus necesidades de información y buscar satisfacerlas. Se pretende que los alumnos

conozcan que la universidad cuenta con biblioteca digital y bases de datos; y que hay posibilidad de buscar en otras universidades o facultades ya que contamos con prestamos interbibliotecarios

Se estableció un calendario que posibilite el que puedan acceder a la biblioteca, acompañados por su profesor, todos los grupos de alumnos el mayor número de ocasiones posible para desarrollar tareas de consulta y estudio.

Una de las actividades que el año pasado quedó sin realizar, pero que este se va a retomar es la actividad “vamos a la biblioteca a consultar mis dudas”, en el que se propondrá a un grupo de alumnos y alumnas que compartan una lectura con sus compañeros. Se trata de proponer una serie de libros relacionados con el tema de “la importancia de leer y entender”

Potenciar las consulta a través de la red del Centro. En esta actividad con el área de cómputo se solicito la creación de una página exclusiva para el área de biblioteca y poder informar cada uno de los eventos que lleva a cabo para todo el personal universitario. Además se acordó trabajar una vez por semana para familiarizarse y poder subir la información que tiene biblioteca a la página de la universidad.

Realizar estadísticas de uso que nos orienten a la hora de la compra de material. El área de biblioteca a partir del año 2009, con ayuda del personal de apoyo se dio a la tarea de realizar estadísticas del libro o bibliografía mas utilizado o en su defecto mas solicitada, tomando en cuenta a los usuarios reales y se esta llevando a cabo por mes.

Familiarizar a los usuarios con la búsqueda automatizada, lo que les permitirá acceder por tema, autor o título. Para esta actividad el área de biblioteca invito al personal de la ciudad de Toluca para realizar nuevamente talleres sobre el catalogo electrónico con el que cuenta la universidad, de este modo, se pondrá en conocimiento de los alumnos la posibilidad de acceder al catálogo electrónico y además informarles sobre el préstamo interbibliotecario con distintas bibliotecas. Por medio de este sistema, se ayudará a los alumnos a buscar información en Internet, a evaluar la fiabilidad de las fuentes, a alertar

sobre los peligros tanto de la falta de información, como de su exceso, y, en definitiva, a utilizar todos los recursos informativos que Internet pone a su alcance.

La formación de usuarios es un servicio cuya función es dar a conocer el uso de la biblioteca y de sus recursos de búsqueda documental. Casi siempre se ha visto enfocada como la instrucción bibliográfica necesaria para lograr que el usuario aproveche de forma óptima los recursos que ofrece la biblioteca.

Actualmente la mayor complejidad de la información hace necesaria la adquisición de habilidades de información, que hagan que las personas sean capaces de aprender durante toda su vida y de adaptarse a los cambios. En este objetivo la formación de usuarios es importante que se lleve a cabo en los meses de julio agosto para los chicos de nuevo ingreso; esto facilitaría el trabajo de promocionar varias áreas de biblioteca

En el último objetivo: Contribuir a la promoción y divulgación de la cultura. En este último objetivo se pretende que de forma agradable y muy divertida los alumnos se acerquen y conozcan el área de biblioteca, como es el teatro, y convocatorias para leer poemas o novelas.

Hasta la fecha se han programado varios eventos para cubrir este objetivo con el apoyo del área de difusión cultural



Fotografía 4: Obra de teatro “Solo para Ardidos”. Tomada por la autora de este trabajo

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco

Celebración de “Semana de la biblioteca”. Para cubrir esta actividad biblioteca por segunda ocasión le dará seguimiento a las actividades de biblioteca en el mes de agosto del presente año.

Promover un taller de escritura creativa. En el mes de septiembre se realizó una convocatoria para los alumnos sobre el libro más leído sobre literatura denominado: “Te invito a leer un libro” con el apoyo de los profesores de la licenciatura en diseño industrial, se trabajó con 5 grupos y uno de los requisitos era entregar un resumen de lo que habían leído, así como un dibujo alusivo a la portada

En la actividad de elaborar un espacio de expresión para todos los alumnos, donde plasmen sus ideas, sugerencias, poemas, etc.

Esta actividad se llevó a cabo en la mampara del área de biblioteca se intentó realizar el periódico mural por mes, pero al inicio del pasillo se encuentran 5 mamparas de otras áreas de periódicos murales y al final la biblioteca, cuando llega la información a biblioteca ya está muy desgastada, por lo que optamos por mejorar un espacio creativo,

donde los alumnos plasmen sus ideas, anoten sugerencias, puedan, escribir, dibujar, grafitear, etc. Este espacio creativo a dado buenos resultados a los alumnos, ya que a muchos les ha servido como escape a su rutina o monotonía



Fotografía 5: Conferencia sobre “Premios Nobel de Literatura”. Tomada por la autora de este trabajo

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco

Una de las actividades mas relevantes que ha podido mantener biblioteca hasta la fecha es la obra de teatro titulada “Solo para ardidos” esta obra se llevo a cabo con la participación del personal bibliotecario, alumnos y personal administrativo, del mes de noviembre del año 2009 a la fecha se han presentado a la comunidad interna y externa como: Preparatorias, Colegio de Bachilleres del Estado de México, Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de México, casa de la cultura del Municipio de Ixtapaluca, casa de las Diligencias en la Ciudad de Toluca, casa de la Cultura del Municipio de Tenango del Aire.

En este objetivo se pretende buscar recursos motivadores para el acceso a la biblioteca de los usuarios, internos y externos y que al mismo tiempo provoquen su deseo, y para motivar este acercamiento, que mejor estas actividades relacionadas con la promocion y divulgacion de la cultura.

La organización de actividades culturales debería ser parte de actividades normales, sin embargo al comienzo de las actividades nuestros malos hábitos nos vencían, pero los alumnos comenzaron a percatarse de las actividades y fueron ellos quienes nos impulsaban a continuar, porque preguntaban y solicitaban más actividades.

Al ir creciendo en esta actividad me di cuenta que no era suficiente el personal, y que también era muy importante la participación de profesores y autoridades; ya que muchos de los eventos se llevaban a cabo en sus clases o actividades y dependíamos de su autorización para que se llevara a cabo dicho evento, además el espacio y presupuesto destinado para este fin nos quedaban cortos.



Fotografía 6: Conferencia sobre “Premios Nobel de Literatura”

Fuente: biblioteca del C.U. UAEM Valle de Chalco

3.2 Conclusiones del Programa de promoción de los Servicios Bibliotecarios En la Biblioteca del Centro Universitario UAEM Valle De Chalco

Los resultados obtenidos del desarrollo de este proyecto son:

Acceso a la información para desarrollar destrezas en búsqueda de información.

Además Innovar la manera en que se ofrecen los servicios de referencia y circulación

Se agilizan los procesos administrativos tales como el inventario de equipo y de colecciones, los informes estadísticos de los servicios que se ofrecen

Transformar la estrategia de promoción y divulgación de los servicios y actividades que se ofrecen.

Este sistema permite establecer la política pública en la prestación de servicio en el área de circulación de recursos bibliográficos y de equipo.

Lograr establecer un Catálogo completo en Línea donde se pueda tener acceso a todos los recursos bibliográficos (impresos, electrónicos, audiovisuales y otros)

Actualmente la comunicación es un parte importante en nuestra sociedad, y esta comunicación en ocasiones a través de los medios de comunicación, carteles, folletos, revistas, periódicos, fotografías, anuncios espectaculares entre otros, y esperan que nosotros demos una respuesta a estos estímulos.

Estos estímulos, son los que permiten que la publicidad tenga una respuesta al consumir un producto o un servicio; las bibliotecas no están exentas de esta situación y por lo tanto puede hacer que los usuarios potenciales, a través de la mercadotecnia puedan utilizar los servicios que la biblioteca ofrece.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, y ahora que la biblioteca Universitaria de la UAEM Valle de Chalco está por cumplir 15 años de proporcionar servicios a la comunidad universitaria, surgen las siguientes reflexiones entorno a la biblioteca de este proyecto de investigación.

En cuanto a su estructura organizativa se puede señalar que no tiene bien definidas las áreas de apoyo para su acceso a los materiales bibliográficos así como a los servicios complementarios, esto debido a que el área de biblioteca se encuentra relegada.

La promoción de los servicios de cualquier índole, en la actualidad tiene un papel determinante para que los usuarios o clientes conozcan que servicios o productos ofrecen las empresas o cualquier institución educativa pública o privada, que desea ampliar su oferta y captar más usuarios o consumidores, por tanto, las bibliotecas universitarias también se ubican en este contexto.

Por lo anterior, el análisis realizado en esta investigación se infiere que los (a) responsables y personal que labora en las bibliotecas universitarias tienen una responsabilidad en la promoción de estos servicios.

Las responsables del que laboran en la Biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco, tienen conocimiento sobre la importancia de la promoción de los servicios que brinda la biblioteca, sin embargo, las acciones emprendidas no han sido suficientes para fomentar la cultura de la lectura y el manejo de medios electrónicos que apoyan a la investigación; por una lado no sólo la falta de recursos económicos sino esto tiene que ver con la estructura organizacional de la universidad.

La propuesta de los servicios que ofrece la Biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco es para convertir a los usuarios potenciales en reales para hacer uso de los servicios bibliotecarios que esta misma ofrece con la ayuda del personal que labora dentro de ella y así mismo dar un mejor servicio y satisfacer sus necesidades de información de los usuarios.

La promoción puede dar resultados a corto plazo, al ser una actividad constante y planeada permitirá obtener también resultados a largo plazo, lo que enriquecerá la labor del bibliotecario y reafirmará la función social de la biblioteca universitaria.

La presente tesina se ha basado en una suposición de partida que apuntó a la promoción de los servicios bibliotecarios, como una opción de contribuir a las acciones de dar a conocer los espacios con los que cuenta la biblioteca de C.U. A través del desarrollo de la misma se abordaron distintas temáticas relacionadas y se enfatizó especialmente sobre la importancia de que el individuo aprenda a reconocer sus necesidades de información y evaluar recursos y fuentes de información.

El tema no se agota en la presente tesis, sino por el contrario la misma pretende generar un punto de partida para la reflexión sobre las temáticas planteadas que son innovadoras. Sería deseable dar continuidad a la investigación y profundizar en aspectos tanto conceptuales como prácticos y compartir los resultados con la comunidad académica para seguir avanzando en la generación de conocimiento nuevo. En este sentido, se espera hacer un aporte que permita seguir consolidando el grupo de investigación, teniendo en cuenta las pautas generales surgidas de la presente tesina.

En la medida de las posibilidades, poner en práctica el presente proyecto de intervención y evaluarlo en forma continua para obtener resultados de fortalezas, debilidades sobre la promoción de los servicios bibliotecarios.

Hay que estar preparado para los desafíos que presenta la sociedad de la información y el conocimiento requiere del desarrollo y consolidación constante de habilidades y destrezas que van más allá del dominio de las tecnologías de la información y la comunicación. Preparar a los individuos para enfrentar esos desafíos es responsabilidad primeramente de las autoridades, que apunte a la formación de individuos pensantes, críticos y autónomos, y no se limite a promover una sola dimensión

Referencia bibliografía

- Alfaro Mendives, Karen Lizeth. Propuesta para mejorar e innovar los servicios de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima: [s.n] ,2005.
- Armendáriz Sánchez, Saúl. Mercadotecnia, información y bibliotecas. En: Biblioteca universitaria. Nueva Época, No 2 Vol. II (julio-diciembre 1999) .
- Caparò Coronado, Karina Jessica. Aplicación de normas de calidad en la evaluación del servicio de circulación de documentos del Centro de Información de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas UPC. Lima: [s.n], 2005. pp.265.
- Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. tr. Guadalupe Meza staines. 2a ed. México: Prentice Hall Hispanoamericana, c1998.
- Kotler, Philip/Andreasen, Alan R. Strategic Marketing for Nonprofit Organizations, Englewood Cliffs, 3ª ed. 1987.
- Kotler, Philip/Andreasen, Alan R.: Strategic Marketing for Nonprofit Organizations, Englewood Cliffs, 3ª edición, 1987.
- Loyola Rocha, Jaime . La ciudad emergida de las aguas. Coloquio sobre la fundación del Valle de Chalco Solidaridad. Los primeros años H. Ayuntamiento municipal de Valle de Chalco Solidaridad, México D.F. abril de 1998.
- Loyola Sulca, Héctor F. Desarrollo de colecciones de la Biblioteca de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Federico Villareal a través del donativo de egresados. Lima: [s.n], 2002. pp.28.
- Nerva, Pablo Diccionario en lenguas española, México: Fernández, 1985.
- Plan de Centro de población estratégica de Valle de Chalco Solidaridad, 1996
- Caballero Valdés O, Perón González S. El bibliotecólogo y el profesional de la información modernos. Ética, papeles y perfiles. Ciencia de la Información 1998

Referencia electrónica

- Allendez Sullivan PM. *El impacto de las nuevas tecnologías en la competencia laboral del bibliotecario del siglo XXI* [publicación periódica en línea]. *Biblos* 2004;5 (17):25-35. Disponible en: [\http://bibliotecas.rcp.net.pe/biblios/%20%5BConsultado:%2019%20de%20octubre%20del%202004%5D <http://bibliotecas.rcp.net.pe/biblios/>.
- Babini D, Fraga J. *Alcances del concepto de biblioteca virtual* [sitio en Internet]. Disponible en: <http://168.96.200.17/ar/biblio/cap2.pdf>.
- Canedo Andalia R. *La revolución de los 90 en el sector informativo-bibliotecario*. [publicación periódica en línea]. *ACIMED* 2000;8(1).
- Márquez T. *Tecnologías, democracia y placer: El rol de los nuevos mediadores electrónicos* [sitio en Internet]. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n9/rol.htm>
- Mercadotecnia. <http://www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/mercadotecnia1/t13.htm>. Morales Morales, María Azucena. *Estudio de normas en sus variadas aplicaciones para bibliotecas universitarias* [en línea] www.dgbiblio.unam.mx/servicios/dgeb/publicdgb/bole/fulltext/volv2/normas.html
- Norman, o. Gene: *Marketing library and information services: An Annotated guide to recent trends and Developments*, en : *reference services review*, primavera de 1989.
- Ortega Gasset J. *Mision del bibliotecario* [en línea]. 2ª ed. Madrid: El Arquero, 1967. Disponible en: <http://www.cddhcu.gob.mx/bibliot/publica/libros/mision/indiceco.htm>
- Pineda JM. *El rol del bibliotecólogo en la sociedad de la información*. [sitio en Internet]. Disponible en: <http://www.documentalistas.com/web/biblios/articulos/6/B6-02.pdf>.
- Rodríguez del Castillo MM. *El bibliotecario de ciencias de la salud en los noventa. Aproximación a su situación en España*. En: *Nuevas tecnologías y su incidencia en la figura del bibliotecario documentalista* [en línea]. 5tas. Jornadas de Información y

Documentación de Ciencias de la Salud; 1994 mayo 4-6; Palma de Mallorca.
Disponible en: <http://www.abadib.es/5jornadas-salud/comunicacion17.htm>

- *Thierry, Giappiconi. Gestión de la calidad y marketig en las bibliotecas públicas. Barcelona: Bertelsmann-España, 1999.*
- *Universidad de Málaga. Bienvenidos a la Biblioteca Universitaria [en línea]*
- *Universidad de Murcia. Biblioteca Universitaria: misión, visión y objetivos [en línea]*
<http://www.um.e/biblioteca/doc/pdf/mision.pdf> .
- *www.monografias.com / centros2.pntic.mec.es / estudiantes.udg.mx*
www.uma.es/servicios/presentacionbibliotecauniversitaria.pps.

Regular
Malo

6.- cuando no has encontrado el material ¿recibes orientación del bibliotecario?

SI NO

7.- Consideras que tu biblioteca te ofrece los servicios suficientes para desarrollar tus actividades

SI NO

8.- Consideras que el horario que ofrece la biblioteca es?

Suficiente
Insuficiente
Sugiere un horario

9.-El ambiente de la biblioteca te permite concentrarte?

SI NO

10. ¿Conoces el nombre de tu biblioteca?

SI NO

11 ¿Conoces los servicios que proporciona la biblioteca?

SI NO

12. De los servicios que ofrece la biblioteca, ¿Cuáles conoces? Cuales utilizas

- Préstamo en sala
 - Préstamo a domicilio
 - Fotocopiado
 - Otros
 - Cuál(es)
 - Utilizas
- Cuales utilizas

- Préstamo en sala

- Préstamo a domicilio
- Fotocopiado
- Otros
- Cuál(es)

13. ¿Con que frecuencia utilizas estos servicios?

- Préstamo en sala
- Préstamo a domicilio
- Fotocopiado
- Otro(s)
- Cuál(es)? _____

14. ¿Cuál es la finalidad por la cual asistes a la biblioteca?

Investigación

Tareas

Actividades recreativas

Lectura

Otro(s),

¿Cuál(es)? _____

15. De la escala del 0 al 10 como evaluarías los servicios de la biblioteca

- Servicio de préstamo a domicilio
- Servicio de préstamo interno
- Fotocopiado
- Videoteca
- Consulta
- Sala general
- Catálogo
- Atención del personal
- Revistas



ANEXO No. 2

Estos fueron los resultados de las encuestas que obtuvieron de los usuarios que asisten a la Biblioteca Universitaria UAEM Valle de Chalco.

1.- Cuando asiste a la biblioteca siempre encuentras material disponible?

SI	29.79%	NO	70.20%
----	--------	----	--------

Como puede observarse la mayoría de los usuarios contestaron que no encuentran el material disponible

2.- Encuentras en la biblioteca los libros que te piden en clase y/o para tus investigaciones?

Siempre	14.04%
Casi siempre	68.76%
Nunca	17.19%

La mayoría de los usuarios contestaron que casi siempre encuentran los libros que te piden en clase y/o para tus investigaciones

3.- Según tu apreciación. ¿en que estado se encuentra el material bibliohemerografico?

Bueno	23.49%
Regular	57.87%
Malo	18.62%

Los usuarios contestaron que material bibliográfico se encuentra en un estado regular

4.- Consideras que el tiempo que destinas para encontrar el material documental es:

Poco	59.59%	mucho	34.95%
demasiado	5.4%		

Los usuarios contestaron que el tiempo que destinan para encontrar el material es poco

5.- El trato que recibiste del servicio bibliotecario fue:

Bueno	85.67%
Regular	13.75%
Malo	0.8

Los usuarios consideraron que el trato del servicio bibliotecario es buena.

6.- cuando no has encontrado el material ¿recibes orientación del bibliotecario?

SI 77.65% NO 22.34%

La mayoría de los usuarios contestaron que si reciben orientación del bibliotecario cuando no encuentran el material bibliográfico

7.- Consideras que tu biblioteca te ofrece los servicios suficientes para desarrollar tus actividades

SI 66.18% NO 33.81%

La mayoría de los usuarios consideran que la biblioteca si ofrece los servicios suficientes para desarrollar sus actividades

8.- Consideras que el horario que ofrece la biblioteca es?

Suficiente 81.08%
Insuficiente 12.60
Sugiere un horario 9.91

Los usuarios consideran que es suficiente el horario que brinda la biblioteca

9.-El ambiente de la biblioteca te permite concentrarte?

SI 75.93% NO 84 24.06%

La mayoría de los usuarios comentan que el ambiente de la biblioteca no les permite concentrarse

10. ¿Conoces el nombre de tu biblioteca?

SI 1.8 % NO 79.2

Los usuarios no conocen el nombre de la biblioteca

11 ¿Conoces los servicios que proporciona la biblioteca?

SI 21.6 NO 59.4

Los usuarios no conocen los servicios que proporciona la biblioteca

12. De los servicios que ofrece la biblioteca, ¿Cuáles conoces?

Cuales utilizas

- Préstamo en sala 8.1 %
- Préstamo a domicilio 8.1 %
- Fotocopiado 1.0%
- Otros (sala de cómputo. Cubículos) 1.0%
- Cuál(es) 1.0%

De los servicios que ofrece la biblioteca solo conocen el préstamo a domicilio y en sala

13. ¿Con que frecuencia utilizas estos servicios?

- Préstamo en sala 8.1 %
- *Préstamo a domicilio* 8.1%
- *Fotocopiado* 1.0%
- *Otro(s) (sala de cómputo. Cubículos de estudio)* 1.0%
- Cuál(es)? 1.0%

Los usuarios utilizan con frecuencia los servicios de préstamo en sala y a domicilio

14. ¿Cuál es la finalidad por la cual asistes a la biblioteca?

Investigación	8.1 %
Tareas	8.1%
Actividades recreativas	6.5%
Lectura	7.5%
Otro(s),	5.5%
¿Cuál(es)? _____	

Los usuarios asisten con más frecuencia a la biblioteca a realizar investigación y tareas

15. De la escala del 0 al 10 como evaluarías los servicios de la biblioteca

- Servicio de préstamo a domicilio 10
- Servicio de préstamo interno 9
- Fotocopiado 5
- Videoteca 5
- Consulta 8
- Sala general 8
- Catálogo 8
- Atención del personal 9
- Revistas 5

Los usuarios les satisfacen más el préstamo a domicilio e interno



ANEXO .3

Objetivo: El presente cuestionario tiene el propósito de conocer al personal, servicios, colecciones y medios de promoción que utiliza la biblioteca.

INSTRUCCIONES: Favor de contestar con veracidad, debido a que las respuestas Proporcionadas, serán utilizadas para la realización de una tesina para obtener el Grado de licenciatura.

1.- Edad _____ Sexo _____ Antigüedad en el Centro Universitario _____

Puesto que desempeña _____

2. ¿Conoce el nombre de la biblioteca donde labora?

3. ¿Cuál es el horario de servicio de la biblioteca?

4. ¿Conoces como esta ordenado el catalogo publico de la biblioteca?

- Autores, títulos y temas, en un solo orden alfabético
- Autores, títulos y temas, ordenados separadamente
- Autores y títulos en un solo orden y temas en otro.

5. ¿Conoces las colecciones que conforman el acervo de la biblioteca?

- Si
- No

6. ¿Conoces cuáles son las obras de consulta?

- Todo tipo de libros que sea consultado
- Los libros que recomienda los ,maestros
- Obras como diccionario, enciclopedias, anuarios.

7. ¿Qué servicios proporciona la biblioteca?

8. ¿Las colecciones de la biblioteca se actualizan?

Si

No

9. ¿Con que frecuencia se actualizan las colecciones?

Una vez al año

Dos veces al año

Tres veces al año

Más de tres veces al año

No se actualizan

10. ¿Qué servicio utilizan con más frecuencia los usuarios?

11. ¿Conoces el procedimiento para la realización del préstamo a domicilio?

12. ¿Consideras que la biblioteca cuenta con ejemplares suficientes para realizar el servicio de prestado a domicilio?

Si

No

13. ¿Considera que los usuarios que asisten a la biblioteca, satisfacen sus necesidades de información?

Si

No

14. ¿Cómo es el trato del personal hacia los usuarios que asisten a la biblioteca?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

15. ¿Cómo es el trato del usuario que asisten, hacia al personal de la biblioteca?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

16. ¿Se han realizado programas de promoción de los servicios que ofrece la biblioteca?

Si

No

17. ¿En caso de contestar, afirmativamente la pregunta anterior? ¿Qué medios utilizan?

Carteles

Folletos

Hojas sueltas

Periódico mural

Trípticos

Video

Visitas a escuelas

Volantes o boletines

18. Le gustaría que se estableciera un programa de promoción en la biblioteca, donde presta sus servicios?

Si

No

19. De ser así, participaría en el proyecto de promoción de los servicios bibliotecarios.

Si

No



ANEXO No.4

Los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados al personal y profesores e investigadores que la laboran en el Centro Universitario fueron los que se muestran en los siguientes porcentajes

1.- Edad. El rango oscila entre los 30-45 años

El Sexo que más predomina es la mujer

Antigüedad en el Centro Universitario la mayoría de las personas tienen más de 5 años laborando en el centro universitario

2. ¿Conoce el nombre de la biblioteca donde labora

El personal, así como profesores e investigadores no conocen el nombre de su biblioteca

3. ¿Cuál es el horario de servicio de la biblioteca?

La mayoría del personal conoce el horario del trabajador

4. ¿Conoces como está ordenado el catálogo público de la biblioteca?

- Autores, títulos y temas, en un solo orden alfabético 20%
- Autores, títulos y temas, ordenados separadamente 30%
- Autores y títulos en un solo orden y temas en otro. 20%

El personal no conoce como está ordenado el catálogo

5. ¿Conoces las colecciones que conforman el acervo de la biblioteca?

- Sí 60%
- No 40%

Solo la mitad del personal que labora así como profesores e investigadores no conocen como está conformado el acervo de la biblioteca

6. ¿Conoces cuáles son las obras de consulta?

- Todo tipo de libros que sea consultado 30%
- Los libros que recomienda los maestros 50%
- Obras como diccionario, enciclopedias, anuarios. 40%

El personal no conoce cuáles son las obras de consulta

7. ¿Qué servicios proporciona la biblioteca?

El 80% del personal no conoce los servicios con los que cuenta la biblioteca

8. ¿Las colecciones de la biblioteca se actualizan?

Si	40%
No	60%

9. ¿Con que frecuencia se actualizan las colecciones?

Una vez al año	20%
Dos veces al año	10%
Tres veces al año	30%
Más de tres veces al año	20%
No se actualizan	10%

La mayoría del personal contesto que tres veces al año se actualiza la bibliografía

10. ¿Qué servicio utilizan con más frecuencia los usuarios?

El préstamo interno, préstamo a domicilio y pocas veces los cubículos

11. ¿Conoces el procedimiento para la realización del préstamo a domicilio?

No se conoce el procedimiento para la realización del préstamo a domicilio

12. ¿Consideras que la biblioteca cuenta con ejemplares suficientes para realizar el servicio de prestado a domicilio?

Si	60%
No	40%

No es suficiente el servicio de préstamo a domicilio

13. ¿Considera que los usuarios que asisten a la biblioteca, satisfacen sus necesidades de información?

Si	70%
No	30%

Los usuarios si satisfacen sus necesidades de información

14. ¿Cómo es el trato del personal hacia los usuarios que asisten a la biblioteca?

Excelente	66%
Bueno	80%
Regular	70%
Malo	50%
Pésimo	30%

El trato del personal hacia los usuarios en bueno

15. ¿Cómo es el trato del usuario que asisten, hacia al personal de la biblioteca?

Excelente	70
Bueno	80
Regular	60
Malo	20
Pésimo	30

El trato del usuario hacia el personal es bueno

16. ¿Se han realizado programas de promoción de los servicios que ofrece la biblioteca?

Si	20%
No	80

Se han llevado a cabo pero solo dos veces de 10 años que tiene el área de biblioteca la promoción de los servicios

17. ¿En caso de contestar, afirmativamente la pregunta anterior? ¿Qué medios utilizan?

Carteles	10%
Folletos	10%
Hojas sueltas	5%
Periódico mural	20%
Trípticos	20%
Video	0%
Visitas a escuelas	0%
Volantes o boletines	10%

Solo se utiliza el periódico mural algunas veces

18. Le gustaría que se estableciera un programa de promoción en la biblioteca, donde presta sus servicios?

Si	80%
No	20%

Si les gustaría establecer un programa de promoción en la biblioteca

19. De ser así, participaría en el proyecto de promoción de los servicios bibliotecarios.

Si	80%
No	20%

Si participarían en conjunto los profesores y personal bibliotecario en el proyecto de promoción de los servicios.