

---

# **INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior según Acuerdo Secretarial  
15018, Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 De Noviembre de 1976

---

**DEPARTAMENTO DE PROCESOS DE INTERCAMBIO COMERCIAL**  
*MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA GLOBAL*



**“PROPUESTA DE NUEVOS PRODUCTOS PARA  
INCREMENTAR LA CONSULTA A BASES DE DATOS DEL  
ITESO”**

## **TESIS PROFESIONAL**

**PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRA EN MERCADOTECNIA GLOBAL**

**PRESENTA**

**BLANCA LILIANA TORRES MORA**

ASESOR Dr. Jesús Roberto Hernández Rodríguez

GUADALAJARA, JALISCO; ENERO 2009.

# ÍNDICE

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo I Situación actual de SECOBI</b>	
Antecedentes	5
1.1 Contexto	11
1.1.1 Análisis FODA de SECOBI	14
1.2 Área de oportunidad	18
1.3 Objetivos	21
1.4 Límites y alcances	22
1.5 Metodología	23
<b>Capítulo II Las bibliotecas y sus servicios</b>	
2.1 Conocimiento y opinión	25
2.2 Necesidades de los usuarios	33
2.3 Actitudes del Usuario	36
2.3.1 Análisis de actitudes	36
2.4 Modalidades de educación	40
2.4.1 Planeación de programas	42

<b>Capítulo III Perfil del usuario</b>	
3.1 Metodología e instrumentos	43
3.2 Investigación cuantitativa: resultados	44
<b>Capítulo IV Modelo de Fishbein</b>	
4.1 Aplicación	51
4.2 Medición	54
<b>Capítulo V Resultados y análisis del modelo de Fishbein</b>	
5.1 Metodología e instrumentos	56
5.2 Investigación exploratoria: resultados	60
<b>Capítulo VI Estrategia para la mejora del servicio</b>	65
<b>Conclusiones y recomendaciones</b>	72
<b>Bibliografía</b>	75
<b>Anexos</b>	77

## Introducción

Recientemente se ha detectado un impacto creciente en buscar información en formato electrónico, sobre todo en las nuevas generaciones de estudiantes ya que Internet facilita al usuario que busque información en muchos sitios a la vez, con mayor rapidez y en muchos casos obtiene información relevante. No hay que dejar a un lado las bases de datos electrónicas que aunque el acceso sea por medio de disco compacto, éste formato sigue siendo un recurso más rápido de consulta y ofrece herramientas de búsqueda combinando campos de los registros utilizando operadores lógicos o boléanos, los cuales pueden generar resultados más exitosos.

Hoy en día es muy común encontrarse con bibliotecas universitarias que cuentan con sistemas electrónicos para la búsqueda de información ya sea del acervo físico, así como de bases de datos especializadas en distintas disciplinas cuyo acceso es de paga por cada licencia contratada.

El caso concreto del SECOBI (Servicio de Consulta a Bancos de Información) de la biblioteca del ITESO, ofrece una gran cantidad de recursos disponibles a los usuarios en formato electrónico, algunos pueden consultarse desde casa y otros exclusivamente en la sala de computadoras destinadas para la búsqueda de información.

Con frecuencia los usuarios expresan que en Internet no encuentran nada de lo que buscan; suponemos que dicha expresión se refiere a que no acuden a los sitios adecuados o que su estrategia de búsqueda no es la correcta ya que existen recursos cuyo acceso es por medio de Internet, y que muchas veces se ignora su disponibilidad, así como existen otros recursos que su consulta tiene costo monetario.

El presente estudio tiene como propósito proponer estrategias adecuadas para incrementar la demanda en el uso de los sistemas y/o bases de datos que el SECOBI ofrece a la comunidad universitaria del ITESO, y que sirva de apoyo en su formación universitaria.

## Capítulo I

### Situación actual de SECOBI

#### Antecedentes

La Biblioteca “Dr. Jorge Villalobos P, S.J.” del ITESO, se ha preocupado por ofrecer una amplia variedad de sistemas y colecciones de documentos pertinentes académicamente, que responden con calidad y oportunidad a los objetos de estudio, problemáticas y preguntas de los alumnos, profesores e investigadores del ITESO. Al mismo tiempo mantiene programas de formación de usuarios orientados al desarrollo de habilidades informativas y de capacitación permanente del personal, en fidelidad a su misión.

La biblioteca tiene diversas áreas de servicio, todas ellas cuentan con asesores bibliográficos capacitados para el apoyo en la búsqueda de información. Los asesores son expertos en el uso de los materiales de las diversas áreas y pueden sugerir alternativas para encontrar la información que el usuario necesite.

Las áreas de servicio que brinda la biblioteca son las siguientes:

Circulación: En el área de circulación se realizan los préstamos de libros del Acervo General, Acervo Especial y de los Fondos Suárez, Rodríguez y Reynoso, así como del Acervo CONEICC y del Fondo de Libros Raros y Antiguos a miembros de la comunidad universitaria. Los usuarios deben acudir aquí para registrar la salida o devolución de los libros, de manera que el préstamo quede debidamente cancelado y

con ello termine su responsabilidad por el libro que pidió en préstamo.

Acervo CONEICC: Acervo del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. La colección comprende tesis, revistas y documentos diversos producidos en diferentes universidades de México.

Audiovisuales: En este lugar se encuentran las colecciones de videos, transparencias y librofílm. Este material puede consultarse a través del Catálogo Público en Línea (Aleph). La colección de videos incluye cine documental y de ficción. La colección de transparencias contiene principalmente imágenes de arquitectura, escultura y pintura. Existe un número importante de transparencias que vienen acompañadas de una pista de audio y un guión, este material es conocido como Audiovisuales. Se cuenta con asesoría especializada.

Publicaciones Periódicas: El área de revistas y periódicos tiene en colección 992 títulos, de los cuales 365 son de suscripción vigente. La temática de la mayoría de las revistas corresponde a las disciplinas que se imparten en el ITESO, más varios títulos universitarios y de divulgación general.

Mapoteca: se localiza en la planta alta de la biblioteca a un costado de Publicaciones Periódicas. En esta área podrá encontrar una colección de cartas geográficas del INEGI. Se trata de cinco tipos de cartas en distintas escalas del estado de Jalisco y estados circunvecinos, con información tipográfica, edafológica, geológica, hidrológica y de uso del suelo. También se dispone de una colección de espacio

mapas y cartas urbanas.

Desarrollo de Colecciones: Desarrollo de Colecciones es la parte de biblioteca que tiene como encargo el desarrollar de manera sistemática, coherente y equilibrada las colecciones documentales necesarias, como insumo para la práctica educativa, de investigación y difusión de la cultura en el ITESO. En términos prácticos, Desarrollo de Colecciones selecciona y adquiere los libros y audiovisuales que se incorporan al acervo de biblioteca.

Fondo Arquitectos Jaliscienses: Contiene archivos y planos de los arquitectos Ignacio Díaz Morales y Julio de la Peña.

Fondo Cristero y Reguer: Contiene fondos especializados en documentos sobre la Guerra Cristera.

*Servicios de Cómputo para Usuarios con Necesidades Especiales (SECUNE):* Ofrece el servicio de inducción y capacitación en cómputo para personas con necesidades especiales, para que éstas utilicen la computadora como un instrumento de trabajo y acceso a la información, que les permita completar su currícula de manera independiente y a su propio ritmo.

*Salas y cubículos:* La biblioteca cuenta con dos salas de estudio para ocho personas. Cada uno está equipado de una mesa, cuatro sillas, pintarrón, video casetera VHS y TV. Cinco salas de estudio para 4 y 6 personas. Cada uno está equipado con una

mesa, cuatro sillas y pintaron y sala de proyecciones para 50 personas. Está equipada con pintarrón, proyector de diapositivas y cañón proyector para videos, DVD y PC.

Servicio de Consulta a Bancos de Información (SECOBI): Esta área se encuentra ubicada en la segunda planta de la biblioteca. Ofrece la consulta a bases de datos en disco compacto y en línea (WEB) de tipo bibliográfico, texto completo, directorio, multimedia, estadísticas o indicadores económicos, afines a las disciplinas y carreras que ofrece la universidad ITESO.

En el año 1991 el SECOBI abre sus puertas a la comunidad universitaria del ITESO, ofreciendo la búsqueda de información en distintos sistemas y bases de datos especializadas. Inicialmente contaba con 3 computadoras, pero la búsqueda de información la realizaba el asesor ya que el usuario le hacía la solicitud de un tema y/o pregunta a investigar. Este servicio tenía un costo por obtener la información y dependiendo al sistema que se consultara el usuario pagaba el servicio.

En 1996 cuando la Biblioteca inauguró sus nuevas instalaciones, se modificó y se amplió el servicio, incluyendo el espacio físico así como varios procedimientos de atención al usuario.

Actualmente SECOBI cuenta con una sala de 25 computadoras para que los usuarios busquen la información, generalmente con el apoyo de la asesoría especializada del asesor. La consulta de los sistemas y/o bases de datos es gratuito

para miembros de la comunidad universitaria que pertenece al ITESO. A personas externas si desean hacer uso del servicio se les cobra por consulta, mas no por tiempo ni por los sistemas que consulten.

También ofrece un servicio de obtención de documentos, que consiste en proporcionarle al usuario el artículo completo publicado en revistas principalmente; aunque a veces se solicitan también tesis. Dicho servicio se le cobra al usuario interesado en obtener el texto completo.

Se solicita el documento a universidades con las cuales tiene convenio inter-bibliotecario, así como también se acude a otras universidades y/o agencias especializadas que proveen este tipo de recursos no disponibles gratuitamente en Web, ya que existen bases de datos que únicamente muestran en pantalla la referencia del artículo.

El costo por obtener el artículo completo, varía dependiendo del sistema o método por el que se obtenga. Actualmente se cuenta con intercambio bibliotecario con distintas universidades para obtener artículos en texto completo. También se localizan mediante agencias tales como Infotreve, Electronic Journal Service, ISI, entre otras.

Otro de los servicios que ofrece, es impartir cursos de distintos sistemas y/o bases de datos a grupos que lo soliciten a través del profesor, con la finalidad de que los usuarios utilicen dichos recursos en su materia que cursan.

Los tipos de cursos que se ofrecen son los siguientes:

a) Presentación de los recursos de la biblioteca y visitas guiadas.

b) Cursos introductorios o básicos, dirigidos a alumnos de los primeros semestres o con menos experiencia en el uso y manejo de los recursos de información. El propósito de estos cursos es que los usuarios se familiaricen con los servicios, conocer los acervos impresos y electrónicos que tiene la biblioteca.

c) Cursos especializados en donde se presenta una base de datos a profundidad y en donde se pide que los alumnos desarrollen un tema y un ejercicio práctico sobre el mismo.

d) Cursos a la carta y/o grupales en los que el maestro o un grupo de usuarios solicitan un taller de un determinado recurso y/o base(s) de dato(s) que se impartirá(n), con teoría y ejercicios prácticos desarrollados por el maestro o por el instructor.

e) Cursos individuales en el cual el usuario solicita personalmente que se le explique el recurso y/o base de datos de su interés, en el horario que más se le acomode.

Estos cursos se imparten durante el semestre curricular y se pueden solicitar personalmente, vía telefónica o bien por correo electrónico a los asesores del área.

## 1.1 Contexto

En la misión del ITESO se menciona que es una universidad, integrante del Sistema Educativo UIA-ITESO y confiada a la Compañía de Jesús, tiene como propósito fundamental formar a hombres y mujeres entregados al servicio de los demás<sup>1</sup>.

“La Compañía de Jesús desde hace más de 450 años, elaboró un modelo educativo que tiene como punto fundamental el desarrollo de la inteligencia de los alumnos y las alumnas que por sus salones pasan. Este desarrollo intelectual va enmarcado dentro de unos valores muy específicos y muy claros: los valores que surgen del seguimiento de Jesús.

Este modelo, marco de las universidades integradas en el Sistema Educativo UIA-ITESO, trae como consecuencia que no sólo se busque el desarrollo de la inteligencia de sus alumnos, sino que de la misma manera, se desarrolle su corazón. Se busca que sean gente sensible a las necesidades de su país. Que sean gente que sepa cuestionarse el modelo en el que vive. Que sean gente crítica, pero crítica que aporte soluciones viables. Profesionales que busquen el bien común por encima del bien particular. Que luchen por la distribución justa y equitativa de lo que se produce en el mundo.

---

<sup>1</sup> [http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/ITESO/Informacion\\_Institucional/Sobre\\_ITESO/Mision\\_y\\_Orientacion.pdf](http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/ITESO/Informacion_Institucional/Sobre_ITESO/Mision_y_Orientacion.pdf)

El ITESO está convencido que su modelo educativo ignaciano ha tenido grandes logros a lo largo de los años, de la historia. Que han formado gente excelente en todos los campos que trata de responder a esos retos que la sociedad le demanda. Mismo que vale la pena seguir manteniendo y seguir llevándolo adelante”<sup>2</sup>.

SECOBI participa en esta misión de la Universidad ya que el conocer y tener acceso a información de muchas partes del mundo, abre fronteras en los conocimientos, así como formas de aprendizaje diferentes a los propios. El tener acceso a información “actual” y “confiable” puede contribuir a analizar e investigar nuestro entorno y contribuir al desarrollo de un mejor país. Los recursos disponibles pueden apoyar en el desarrollo del nuevo conocimiento a través de la investigación.

La universidad está conformada aproximadamente por 10,167 personas que pueden ser posibles demandantes del SECOBI, que es uno de los servicios que ofrece la Biblioteca del ITESO, este servicio cuenta con más de 300 bases de datos de referencia, texto completo y estadísticas entre otras. Las bases de datos se encuentran en formato electrónico (Web y/o CDROM) para consulta. Algunos sistemas que ofrecen acceso a varias bases de datos que pueden ser consultados desde casa.

---

<sup>2</sup> [http://www.emagister.com.mx/iteso\\_universidad\\_jesuita\\_guadalajara\\_guadalajara-centrodetalles-51727-6606.htm#desc](http://www.emagister.com.mx/iteso_universidad_jesuita_guadalajara_guadalajara-centrodetalles-51727-6606.htm#desc)

Cabe señalar que la naturaleza del servicio que brinda SECOBI está presente al momento de su intercambio con el usuario puesto que el servicio se caracteriza porque son “hechos a la medida” ya que dependiendo de la necesidad que tenga el usuario de buscar información, es la asesoría que se le brinda.

Por lo tanto, la difusión, producción y entrega del servicio se realizan casi de manera simultánea y son acciones intangibles a la mente del usuario. La participación del usuario en la prestación del servicio es muy importante ya que en el momento pueden surgir muchas preguntas respecto a lo que está buscando de información. El servicio depende casi en su totalidad, de la tecnología de información ya que los acervos se encuentran en formato electrónico y sin esta herramienta tan poderosa no se tendría acceso a los datos.

Es preciso comentar que el usuario que cuente con los siguientes conocimientos optimizará el tiempo en la obtención de la información que requiere:

- Conocimientos mínimos de informática (utilización de una computadora)
- Conocimiento del idioma inglés (Aprox. 60% de la información está en este idioma)
- Grado de escolaridad medio superior o superior.

Necesidades que satisface el SECOBI:

- Brindar asesoría especializada en la búsqueda de información.
- Obtener información actualizada (dependiendo la fuente).
- Localizar información en menos tiempo ya que la búsqueda se ejecuta en

computadora y comparada con la búsqueda manual es significativa.

- Obtener información académica, especializada.
- Obtener la copia de artículos de revistas que no se localicen en nuestra biblioteca.

Recursos disponibles en SECOBI:

Humanos: asesores capacitados para orientar al usuario en la búsqueda de información

Materiales: Hardware y software. El servicio consta de una sala equipada con 25 computadoras. En dicha sala se pueden consultar las bases de datos que están en formato de CDROM así como las bases de datos disponibles a través del Web cuyo acceso puede ser monousuario y multiusuario. Aproximadamente se tiene acceso a más de 300 bases de datos tanto referenciales, texto completo, estadísticas, multimedia, entre otras.

El presupuesto asignado principalmente se aplica para adquirir licencias a recursos en formato electrónico y/o discos compactos de información, así como el material de apoyo para la búsqueda de información como son: thesaurus y diccionarios. A su vez el personal que labora en el área recibe capacitación y percibe un sueldo fijo.

### **1.1.1 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del SECOBI**

**FORTALEZAS:**

- Tiene acceso a numerosas bases de datos bibliográficas y en texto completo reconocidas a nivel nacional e internacional, en las cuales la comunidad del

ITESO y público en general puede consultar información de diversas disciplinas.

- Infraestructura tecnológica de punta (software).
- Asesoría especializada. Los asesores cuentan con amplia experiencia, conocimientos para orientar y dar un servicio eficiente a los usuarios.
- Cuenta con materiales desarrollados por la propia área así como los proporcionados por el proveedor del recurso (guías, manuales, tesauros, etc.) para orientar la consulta.
- En ocasiones, ofrece una variedad de fuentes de información que pueden consultar para buscar un solo tema.
- Acceso a algunas bases de datos dentro y fuera del campus.
- Convenios inter-bibliotecarios para la obtención de documentos, además de excelente relación y comunicación con las bibliotecas.
- Presupuesto para la compra de materiales y servicios (algunos en consorcio).
- Experiencia en localizar el texto completo de artículos de publicaciones que no están disponibles en el área o biblioteca a través del servicio de obtención de documentos.
- Respuesta inmediata a las peticiones de cursos que solicitan los maestros y diseño de cursos a la medida.
- Cuenta con el soporte técnico de la OSI (Oficina de Sistemas de Información).
- Existe organización, control, supervisión de los materiales, equipos y actividades existentes en el área.
- Espacio físico apto para trabajar.

- Intercambio de experiencias entre los asesores.
- Los asesores muestran interés en cooperar para proyectos internos y externos de la biblioteca.

#### DEBILIDADES:

- Limitada comunicación con las demás áreas de la biblioteca y/o entre los departamentos del ITESO.
- Escasa difusión de los servicios.
- Equipos lentos que fallan recurrentemente; equipos faltantes para los cursos.
- El número de usuarios condiciona una asesoría personalizada; así como el tiempo que dispone el usuario para buscar información, además en ocasiones solicitan temas que no se localizan en formato electrónico.
- Renovación retrasada de algunos sistemas y/o bases de datos.
- Inglés como barrera en la consulta de algunos recursos.
- Limitado seguimiento a las necesidades de información de los usuarios para la compra y adquisición de materiales.
- Gran cantidad de revistas especializadas en texto completo de algunas bases de datos cuyo acceso es a través de EBSCO con embargo o retraso de 1 año.
- Escasas bases de datos en texto completo para las áreas de Ingeniería.
- Limitado acceso y participación de los asesores a la información de las actividades académicas del ITESO.
- Atención virtual y/o a distancia restringida.
- Altos costos de los sistemas de información y de los artículos en texto completo.

- Pocas bases de datos electrónicas de revistas mexicanas.
- Traslape de horario de cursos con los horarios de las asesorías.
- Algunos maestros tienen limitada información sobre los productos del área.

#### OPORTUNIDADES:

- Capacitación a la comunidad universitaria en el uso de los recursos a través de herramientas como Moodle, tutoriales electrónicos, entre otros.
- Vinculo inter-departamental en los proyectos académicos.
- Generación de servicio de asesoría virtual.
- Aprovechamiento de los recursos disponibles gratuitamente en Web.
- Sugerir que el presupuesto sea mayor para la adquisición de nuevos productos que sirvan para obtener la información solicitada por los usuarios.
- Demanda permanente de docentes de diversas asignaturas para ofrecerles cursos de sistemas y/o bases de datos.
- Convenios con otras universidades jesuitas extranjeras.

#### AMENAZAS:

- Preferencia de los usuarios por el uso de fuentes poco especializadas (ajenas a la biblioteca) y más amigables o fácil de usar.
- El incremento en los costos de los recursos de información y de las nuevas tecnologías.
- Aumento de revistas con años de publicación en embargo.
- Mayores exigencias de usuarios respecto a obtener información actualizada.

- Estudiantes con poco hábito de investigación.
- Colecciones sin continuidad.

## 1.2 Área de oportunidad

SECOBI genera estadísticas mensuales y anuales de las consultas realizadas por los usuarios, así como el tipo de recursos que se utilizaron; dicho reporte muestra que está subutilizado en comparación con los demás servicios que la biblioteca brinda al usuario.

De las siguientes tablas que se muestran a continuación, la primera refleja el número de usuarios que consultó en el año 2007 los servicios de biblioteca, excepto SECOBI. La segunda tabla muestra el número de usuarios que consultó SECOBI para el mismo año.

Tabla 1. Uso de acervos de la Biblioteca, exepcto SECOBI.

Tipo de Material	Tipo de Usuario	alumno	alumno variable	tiempo emplead	tiempo fijo	biblioteca	alumno maestría	alumno doctorad	usuario externo	91	Toda Tipo de Material	
Acervo General		55,246	2,288	2,438	7,188	2,500	1,227	26	2,522	259	2	73,689
Referencia		739	7	129	46	47	61		15			1,044
Acervo Especial		636	12	36	50	20	33		6			799
Reserva Especial		1,204	14	50	70	10	49		11	2		1,410
Tesis		4,067	266	110	237	98	36	1	236			5,000
Fondó Suárez		159	3	7	64	131	6		9	3		382
En Reserva		3,214	26	14	64	17	14		66	2		3,419
Vídeo no se presta		2		1	17				1	1		159
Transparencia		1,970	18	8	568	64	430		77			3,136
Fondó Reynoso		179	10	21	31	20	15			2		278
Fondó Rodríguez		140	2	6	22	10	22			1		203
Literatura		4,334	165	341	661	252	149	2	87	8		5,999
Para Copias		25	1		3	3			3			36
Vídeo		14,037	549	1,345	2,817	762	663		296	53		20,522
Software Inst.		3,091	19	72	437	141	32		52	1		3,845
Extraviados		18	1				2					21
Préstamo Especial		8										8
Préstamo Especial		1				1						2
Fondó Reynoso (art)				1								1
Toda Tipo de Usuario		89,070	3,380	4,579	12,273	4,076	2,876	29	3,383	332	2	120,000

## Uso de Bases de Datos en Secobi Para el año 2007

Cantidad mensual de usuarios base de datos													
Base Datos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Bancomext - Portal	1			1			1		1				4
Carta Edafológica- Inegi	1								1				2
Carta Geológica - Inegi									3				3
Carta hidrológica de aguas subterráneas - Inegi	1												1
Carta Topográfica - Inegi		3			1	1	1	3	8	5	1		23
Conteo 95 Jalisco - Inegi									3	3			6
Current Contents											1		1
Diario Oficial de la Federación	2	2	3	4	2			1	2	3	1	1	21
Ebrary	4	18	12	7	5	2		17	17	22	10		114
EBSCO Host	74	79	85	53	29	23	12	86	70	64	72	2	649
E-investiga										1	1		2
El Financiero	1	2	2	9	2	2		2	1	1	4		26
E-libro								6	3	8	3		20
Encarta	8	8	8	10	6			10	15	6	2		73
Espadomapas - Inegi									1				1
Estadísticas Históricas de México - Inegi		1	1	1	2					1	1		7
Guía Roji												1	1
IMPRESION								15	28	56	81	3	183
Infodatina	6	14	19	19	10	7	3	4	9	12	8		111
Infosel Financiero	3	3	25	16	12	5	5		1		15		85
Infosel Legal	4	2	3	6	1	1	1	1	8	2	6	1	36
Internet	62	127	191	200	133	41	23	150	213	309	235	23	1707
IQOM								5	13	20	22		60
IRIS - Inegi			3	1				1	2				7
Legam	1	1	2	2	3	1	3		1		1		15
Libros, artículos, tesis ( Inegi, Sigma, etc)	6	13	10	7	11	6	4	6	17	24	20		124
Marco Geoestadístico Mpal. - Inegi							2		1				3
Net library										1			1
Niveles Socioeconomicos - CD donó Mtro. Samuel									1	1	1		3
Planes Parciales	14	13	7	10				4	17	25	2		92
Portal - Inegi	14	31	53	30	34	16	8	65	61	83	56	1	452
Principales resultados por localidad - Inegi									2				2
Proquest	21	1						1					23
RO 99 - Inegi	2	2	3		1					3			11
SAIC - Inegi	1	2	1	1	3	1	1	8	6	3	2	2	31
SAIC 2004 - Inegi	4	14	14	6	5	6	3	11	18	12	7	1	101
Scince - Inegi			3					1	2	1			7
Scince 2000 - Inegi	78	152	90	78	22	19	4	85	151	185	112	1	977
Scince 2000 áreas conurbadas - Inegi	10	27	86	11	4	3	1	8	39	27	48	1	265
Scince colonias - Inegi	6	27	11	6	3	7	2	6	37	28	11		144
Securities	28	18	35	24	20	7	12	22	19	42	37	1	265
SeJal			1		2	2		1		2			8
Sejal - Portal		8	7		2	3	1	4	12	3	6		46
SESAM - Inegi				1									1
Sinergia		1	1	1									3
SISESIM - Inegi									1				1
Tabulados básicos Censo 2000 - Inegi	1								1	3			5
TRABAJO ( Word, Excell, Power Point, Internet, etc									10	34	36	2	82
Web of Science		6	9	8	7	2		1	44	7	14		98
Wold Trade Atlas - Bancomext	9	10	30	11	10	3	1	5	11	31	38		159
<b>Total</b>	<b>362</b>	<b>585</b>	<b>715</b>	<b>523</b>	<b>330</b>	<b>158</b>	<b>88</b>	<b>529</b>	<b>850</b>	<b>1028</b>	<b>854</b>	<b>40</b>	<b>6062</b>

Como se puede observar, SECOBI es menos consultado que los demás servicios que ofrece la biblioteca en distintas áreas.

La biblioteca solicitó al departamento del PIC (Procesos de Intercambio Comercial) un estudio de mercado para identificar cuales acervos son los que usan los profesores del ITESO y conocer si usan los recursos disponibles a través de SECOBI. Dicha investigación se llevó a cabo en el segundo semestre del año 2004 y se aplicó a profesores y coordinadores de tiempo fijo y asignatura del ITESO, partiendo de la hipótesis de que los profesores son el principal impulsor para que los alumnos conozcan y utilicen los recursos que ofrece la biblioteca a sus usuarios para buscar información que apoye a sus investigaciones y trabajos a realizar durante su carrera.

Primero se realizaron entrevistas de profundidad a coordinadores académicos y posteriormente se encuestaron a profesores de tiempo fijo y asignatura. La finalidad de dicha investigación era conocer los hábitos y costumbres que tienen para buscar información y también se propusieron diferentes estrategias a seguir para lograr un mayor acercamiento con los profesores, de tal forma que conozcan más los recursos para que envíen a los alumnos a consultarlos.

En pláticas informales con colegas de otras universidades Mexicanas, se expresa que los alumnos tienen que ser “obligados” a consultar dichos recursos ya que la gran mayoría utiliza los motores de búsqueda gratuitos (Google, Yahoo, entre otras) que ofrece en la Internet, siendo un recurso fácil y de acceso es rápido.

Por éstas y otras razones analizadas, se determinó que lo ideal era conocer el comportamiento, costumbre y uso de los distintos recursos que ofrece la biblioteca y otros centros de investigación que los profesores utilizan con mayor frecuencia para fines docentes.

La problemática existente es la baja demanda de usuarios que consulta los sistemas de información y/o bases de datos disponibles tanto en la sala destinada para este fin como información que se puede consultar vía Web desde cualquier parte del mundo.

Por lo cual se presentó la siguiente pregunta de investigación que nos define el área de mejora:

¿Cuál sería la mejor forma de lograr un incremento en la demanda de uso de los recursos que brinda SECOBI para la búsqueda de información?

### **1.3 Objetivos**

#### General

Determinar las estrategias adecuadas a seguir para lograr un mayor acercamiento y conocimiento del SECOBI e incremento de la demanda en el uso de los recursos considerando el comportamiento de los usuarios.

#### Particulares

- Identificar las características, usos y costumbres de los profesores y alumnos del ITESO en relación a buscar información en formato electrónico para fines docentes con la finalidad de incrementar la demanda en el uso de los recursos

electrónicos especializados que ofrece SECOBI a la comunidad universitaria.

- Identificar las debilidades y fortalezas del SECOBI en relación a posibles competidores o productos sustitutos.

#### **1.4 Límites y alcances**

El objeto de estudio de esta investigación es el usuario de ITESO de los servicios de información, para lo cual se requiere entre otros, conocer su cultura, hábitos y costumbres para la búsqueda y análisis de información, así como los usos de las bases de datos de la comunidad universitaria.

Desde 1996 que la biblioteca amplía el acceso al SECOBI, las estadísticas generadas por los asesores reflejan que el uso de los sistemas y/o bases de datos que ofrece dicha área están subutilizados con respecto a otras áreas de la BIBLIOTECA. La razón fundamental de esta investigación es identificar posibles factores que pueden ser motivo por el cual el usuario no consulta información en formato electrónico y proponer estrategias que sirvan para atraer e incrementar el uso de dichos servicios que ofrece el área.

Dado que la investigación exploratoria realizada anteriormente fue dirigida para conocer los hábitos y costumbres de los profesores, no se analizó a los alumnos del ITESO, por lo tanto en el presente estudio agrego tanto los resultados obtenidos en esta investigación, así como la que se realizó en el año 2004, que contribuirán para el desarrollo de la estrategia adecuada. En los resultados obtenidos recientemente

del estudio exploratorio aplicado a los alumnos obtuve sus opiniones respecto al SECOBI, tomando como referencia al modelo de Fishbein basado en las actitudes que pueden reflejar los seres humanos ante una situación específica.

## **1.5 Metodología**

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se realizó un estudio exploratorio y descriptivo en el año 2004 a los profesores del ITESO, dando como resultado las características generales sobre los hábitos de consulta a recursos con fines docentes. En la investigación exploratoria se entrevistaron como prueba piloto a 4 jefes de departamento y a 8 coordinadores de diferentes departamentos con la finalidad de conocer el punto de vista de la máxima autoridad con relación a la importancia de utilizar y fomentar el uso de los recursos disponibles en biblioteca para apoyar a las investigaciones de los alumnos así como de los profesores.

Posteriormente se decidió hacer una investigación cuantitativa aplicándola a 230 profesores de asignatura y de tiempo fijo del ITESO. Dicha investigación proporcionó datos muy valiosos para identificar los usos y costumbres de los profesores en utilizar los recursos que brinda la biblioteca, así como otros recursos que ellos utilizan para obtener información. En ambas investigaciones se proponían tres estrategias para lograr un mayor acercamiento con los académicos, puesto que se parte del supuesto de que si se influye en ellos, se puede incidir en el alumnado para el cambio de cultura para hacer mayor uso de los recursos que se ofrecen en la biblioteca. Se utilizará una estrategia de diferenciación propuesta por Michael Porter

(2002) en combinación con el modelo de Fishbein o de atributos múltiples de mayor influencia, el cuál se explica en el capítulo IV.

Es preciso conocer al usuario de los servicios de información, para lo cual se requiere entre otros, identificar su cultura, hábitos y costumbres de los usuarios de ITESO para la búsqueda y análisis de información, así como los usos de las bases de datos de la comunidad universitaria.

## **Capítulo II**

### **Las Bibliotecas y sus servicios**

En el presente capítulo se describen las referencias sobre la información que se ha publicado respecto a los servicios que brindan las bibliotecas en general y algunos estudios que se han hecho principalmente en el extranjero.

#### **2.1 Conocimiento y opinión**

Para establecer las bases teóricas y los marcos conceptuales se toman en cuenta varios documentos consultados así como opiniones propias y con ello poder hacer relación con el quehacer de la investigación y las bases teóricas que la sustentan.

Tomando como referencia a Feria Lourdes (2002); dicha autora expresa: “Qué diferente es hablar sobre aplicaciones tecnológicas en bibliotecas al inicio del tercer milenio que haberlo hecho hace algunos años, incluso difícilmente íbamos a imaginarnos que las ponencias se presentarían con apoyos visuales en computadora, o que nos iban a pedir que antes de las sesiones apagáramos los celulares”. La automatización de bibliotecas ha dado un enorme salto. En realidad, en poco tiempo, los cambios han sido bastante notorios e importantes.

Desde hace 10 años, los avances han sido significativos, se incrementaron a partir de que se empezó a vislumbrar el tema de las redes, en los 80 también se dio un desarrollo importante de software que se reforzó con el tema de los CD-ROM hace 15 años; aunque el inicio de la computación en México se ubica propiamente en 1958 cuando llegó la primera computadora, rentada por la UNAM, una IBM 650 que durante 3 años fue la única en el país siendo destinada a la resolución de problemas en el campo de las Matemáticas Aplicadas y la Mecánica de suelo. Las aplicaciones para bibliotecas tendrían que esperar un poco más; aunque es importante mencionar que en Estados Unidos varias décadas atrás en 1958, la literatura ya reportaba la primera mención en materia de automatización para la Biblioteca del Congreso.

En México se puede situar el comienzo de la automatización de bibliotecas con el desarrollo de Librunam en la Dirección General de Bibliotecas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Un avance significativo en las bibliotecas fue cuando se inició la construcción de las primeras bases de datos, luego se desarrollo el software integral como SIABUC, más adelante se empezó a hablar de digitalización, se generaron las primeras publicaciones electrónicas que al principio se publicaron en CD-ROM y posteriormente en línea, que este formato es el más común en la actualidad, luego surge la multimedia y sus aplicaciones en bibliotecas hasta llegar a las redes teleinformáticas y actualmente todo ello nos está permitiendo dar los primeros pasos en el tema de las bibliotecas digitales.

Como ejemplo se tiene el caso de ITESO, si bien otro factor paralelo fue el impulso que dio CONACYT a través de SECOBI, la conexión a través de Dialog era muy lenta y costosa debido a la “caída” del sistema. Yvonne Wuggetzer, compañera de trabajo en SECOBI-Biblioteca ITESO, comenta que tenía que elaborar la estrategia de búsqueda en una base de datos de menor costo para que después se tecleara en la base de datos definitiva y ejecutar la búsqueda, de tal forma que el usuario no tenía que pagar tan alto el precio por la información obtenida.

En el IX Coloquio de automatización de bibliotecas, presentado en la Universidad de Colima se habló del impacto que tiene la tecnología en las bibliotecas. Khouri Anastassia (1997) comenta que existe un enorme cambio filosófico y una reingeniería de todas las infraestructuras. Las bibliotecas actuales cada vez más están a la vanguardia de la tecnología, para facilitar la búsqueda de información al usuario. Aunque existe una barrera muy significativa en los costos por consultar la información, ya que entre más especializada esté la información, su costo incrementa y el usuario supone que todo lo que se puede consultar por medio de una computadora está gratuito. Otra barrera importante puede presentarse en usuarios que no se han involucrado a las nuevas tecnologías para buscar información.

Otros cambios se observan en actividades como la investigación y la comunicación. Ya no se comunica como antes, ya no se investiga como antes; todo esto es una representación nueva dinámica; hay también transformaciones en el patrón de enseñanza; hace veinte años eran muy distintas las clases a las de ahora.

En la actualidad se piensa que la comunicación por medio del correo electrónico es fundamental, siendo que en décadas pasadas los seres humanos nos comunicábamos por correo convencional. Por lo que se refiere a la forma de investigar en la actualidad, la gente acude con mayor frecuencia a buscar en “Internet” puesto que perciben que es rápido y fácil de encontrar lo que requieren.

El usuario sigue teniendo necesidades de conocer, leer, escuchar, escribir, etcétera, y requiere alguna técnica y capacitación, es decir, el usuario no ha cambiado en sus necesidades, sigue necesitando lo mismo, sin embargo cada vez más se tiene que poner cuidado en dos diferentes generaciones de usuarios: los técnicos y alfabetizados en informática y los otros.

Dado que la información es presentada en distintos software, ahora el usuario tiene que capacitarse para entender el funcionamiento del sistema, poco a poco ir generando competencias para la búsqueda de información ya que día a día los sitios Web se modifican y las bases de datos tienen otras opciones de búsqueda. Además de tener la herramienta, se necesita conocer la manera de consultar el recurso para que despliegue los resultados esperados. También podrán existir barreras que el idioma en el cual es presentada la información, el usuario no la pueda leer o entender.

A pesar de que cada vez se genera software amigable, frecuentemente el usuario manifiesta que la información la debe localizar con el mínimo esfuerzo y cuando el software no lo es, el usuario se pierde con facilidad en el recurso sin aprovechar las

bondades de éste, desesperándose y abandonando el uso del recurso. Es necesario enseñar a la gente a comprender el uso de los recursos electrónicos y se tiene que cambiar el proceso de la capacitación así como del entrenamiento. Se da por hecho que la gente sabe algo, se gasta mucho dinero a la herramienta, al equipo, a las aplicaciones, pero no se gasta en la capacitación que es tan necesaria.

La biblioteca electrónica que nos transporta por las colecciones del conocimiento universal reduce nuestra visión limitándola ya no a los metros cuadrados de las bibliotecas tradicionales, sino a la capacidad económica y operativa de acceder a determinados materiales y equipos. SECOBI tiene presupuesto para adquirir licencias de uso de bases de datos independientemente que el acceso sea por Internet, dando un valor agregado al usuario de espacio y tiempo.

Las altas tarifas de suscripción a ciertos servicios de información (bases de datos especializadas como EbscoHost, Web of Science, Internet securities, entre otras) hacen aún más decisivo el criterio económico en la adquisición de materiales de consulta.

El usuario común al no estar lo suficientemente familiarizado con los materiales disponibles en los nuevos soportes digitales, no es capaz ni siquiera de sugerir adquisiciones pues ignora su existencia.

Humberto Eco (1996) expresa de una forma muy contundente: “En nuestra sociedad los ciudadanos estarán muy pronto divididos, si no lo están ya, en dos categorías:

aquellos que son capaces sólo de ver la televisión, que reciben imágenes y definiciones preconstituidas del mundo, sin capacidad crítica de elegir entre las informaciones recibidas, y aquellos que saben usar el ordenador y, por tanto, tienen la capacidad de seleccionar y elaborar la información. El usuario de Internet no puede seleccionar, al menos de un vistazo, entre una fuente fiable y una absurda. Se necesita una nueva forma de destreza crítica, una facultad todavía desconocida para seleccionar la información brevemente con un nuevo sentido común. En suma, lo que se necesita es una nueva forma de educación”.

Los nuevos medios audiovisuales e informáticos demandan una nueva configuración del proceso didáctico y de la metodología. Cabero (1994) ha señalado que las tecnologías de la comunicación provocan necesariamente consecuencias cuando se integran en el proceso de enseñanza-aprendizaje, puesto que exigen una mayor preocupación por éste, al demandar el uso de los medios una atención especial a las rutas personales de aprendizaje para llegar a la autoformación. Los contenidos no están ya en manos exclusivamente del docente por lo que los alumnos dejan de ser meros receptores de información, aunque el papel del docente sigue siendo esencial en la planificación, en la orientación y motivación para su búsqueda y en la dinámica de asentamiento y evaluación de los mismos. Hablando de la Universidad ITESO, existe mayor apertura hacia los alumnos para que investiguen por su cuenta y no sólo se concreten a la información que el profesor les aporta.

Aguaded (2001) se cuestiona acerca del aprendizaje que se propicia desde los nuevos medios y las tecnologías de la comunicación:

1. Cómo éste se complementa con el aprendizaje adquirido en contextos formalizados.
2. Cómo la presencia de las nuevas tecnologías en los ámbitos formales de la educación (familia y escuela, básicamente) modifica los procesos tradicionales de adquisición de saberes, actitudes y valores.
3. Cómo usar estos nuevos medios y recursos para que el proceso se produzca de la forma más productiva para el alumnado.

En síntesis los medios y tecnologías facilitan la tarea de “enseñar a aprender” y además, más que en el aprendizaje como producto final, inciden en la trascendencia de éste como proceso, esto es, en las estrategias de procesamiento de la información, adaptación a las situaciones de aprendizaje, control de las propias capacidades y afectos a través de los que el sujeto aprende.

Según Mendoza (2005), el principal objetivo de toda unidad de información, llámese centro de documentación, centro de información, sistema nacional, red regional, o biblioteca, que es el término más difundido, es servir a sus usuarios; éstos no son solo una parte esencial, sino el eslabón final de la cadena de transferencia de la información. Dentro de este contexto, destaca la carencia de una cultura bibliotecológica, la que trae como consecuencia que en general, una pequeña parte de la comunidad de una institución, haga uso de los diversos servicios que le ofrece su biblioteca.

En donde esto tiene matices preocupantes, es en el nivel universitario, en el que tanto docentes como alumnos, investigadores y aún los propios bibliotecarios no

saben como encontrar la información pertinente en el momento oportuno y con optimización de tiempo y de recursos a su alcance.

Esto se da como un problema intrínseco, estrechamente ligado a la selección, almacenamiento y organización de las colecciones, así como a las actitudes negativas, a los locales inadecuados, al pobre manejo de las colecciones, a la escasa difusión y al fuerte apego al conservadurismo que aún ahora impide que los usuarios hagan uso de las colecciones más libremente.

Sobresale pues, en la biblioteca universitaria, la escasa formación que tienen los usuarios en el uso de la biblioteca, razón por la que en los últimos años se está tomando conciencia de que el aparato informativo no puede satisfacer su objetivo, si no se cuenta con la amplia participación de los usuarios en calidad y cantidad.

Se suele clasificar a los usuarios de la biblioteca en: usuarios reales, que son los que asisten a la biblioteca y hacen uso de sus servicios en forma esporádica o sistemática y son, por lo tanto tangibles, concretos y verdaderos así como los usuarios potenciales: o sea, toda la comunidad de la institución a la que la biblioteca debe satisfacer sus necesidades de información y que por lo mismo son posibles usuarios de los servicios bibliotecarios.

De la diversidad de potencial humano a la que se enfrenta la biblioteca, se desprende la importancia que debe tener, el comprender al usuario en su propio

contexto (social, político, económico y cultural) y explorar los lazos posibles entre el usuario y el servicio desde el punto de vista del usuario.

## **2.2. Necesidades de los usuarios**

Según Mendoza (2005) el término "necesidades de los usuarios" conlleva un alto grado de abstracción y poca atención de parte de quienes planean diseñar programas de educación de usuarios: normalmente se parte de supuestos como los mencionados por diversos autores, pero para que estos programas sean más específicos, es conveniente considerar la determinación de necesidades como la primera etapa de un proceso en la que por medio de la investigación, se identifica a los usuarios que requieren ser "formados" precisando cualitativa y cuantitativamente el tipo y grado de formación, así como el tiempo que probablemente se necesitará para satisfacer las carencias.

También Mendoza (2005), dice que no puede considerarse completo este procedimiento si no se precisan las razones que fundamenten dichas necesidades, ni las exigencias y prioridades de atención al respecto; para esto es necesario que se analice: la *organización* en sus objetivos, atribuciones, programas, estructura y recursos; *los procedimientos* en cuanto a operaciones y tareas para poder detectar el comportamiento específico que se pide al usuario en cada una de ellas y; *el factor humano* para determinar destrezas, habilidades y actitudes que se requieren. Estas esferas son las que determinan el tipo de educación. Por ejemplo, si la búsqueda de

información se localiza en el idioma inglés, el usuario a pesar de que sepa utilizar una computadora, si no lee el idioma, será más complicado que obtenga exitosamente lo que desea. En este mismo plano, es conveniente tener presente los dos tipos de necesidades a las que deben responder los programas de formación de usuarios.

*Las necesidades manifiestas*, que son generales, prioritarias, se basan en el sentido común y para ser detectadas no requieren de técnicas tales como encuestas, inventarios, listas verificables o cualquier otra.

Se identifican en primer lugar observando y analizando aspectos como: usuarios existentes contra usuarios potenciales, incorporación de nuevos usuarios, modificación o introducción de rutinas, servicios, equipo y ampliación de instalaciones.

*Las necesidades encubiertas*, por otra parte, son específicas en un determinado nivel funcional y en un grupo específico y requieren para ser identificadas de una investigación minuciosa y sistemática.

Como metodología para esto, es conveniente: identificar evidencias generales y síntomas de que existen problemas en la biblioteca; analizar a los usuarios para

determinar las características generales en cuanto a aptitudes y actitudes y localizar áreas críticas donde se necesite información.

Estas necesidades resultan de la diferencia entre: aptitudes y actitudes que tiene el usuario y aptitudes y actitudes que requiere. De aquí que todo programa de esta naturaleza debe estar caracterizado por un perfil de necesidades de acuerdo a los niveles de usuarios de la comunidad académica.

Es importante que los profesionales de la bibliotecología no piensen en las *necesidades de información* como un infinito crucigrama de preguntas para las que sus servicios deben proveer la respuesta correcta, sino que deberían buscar qué respuesta deben dar y qué necesitan para ello, así como reconocer que la eficiencia de una biblioteca, no se mide por la cantidad de volúmenes que posee o lo bien organizada que esté, sino por la satisfacción que se logre en los usuarios. Creo que muchas veces se pierde éste punto tan importante como lograr la satisfacción del cliente y se trabaja al contrario, es decir que el usuario se tiene que adaptar a los recursos que le brinda la biblioteca y ésta no conoce lo que necesitan los usuarios.

En la lucha de la biblioteca contra la no utilización, hay que tener presente que el no usuario, entre otras cosas: carece de motivación, cree conocer todo lo que se hace de valor en su disciplina, desconoce los servicios bibliotecarios, considera que en el

tiempo requerido para encontrar la información podría hacer el trabajo nuevamente y dice que no tiene tiempo.

### **2.3. Actitudes del Usuario**

Según Solomon (1997), la evaluación global de un consumidor hacia un producto representa, en ocasiones, el grueso de su actitud hacia la misma. Sin embargo, las actitudes pueden ser mucho más complejas. Uno de los problemas es que un producto o servicio puede estar compuesto de muchos atributos o cualidades, algunos de los cuales tal vez sean más importantes que otros para cada persona en particular. Otro problema es que la decisión de esa persona de actuar con apego.

#### **2.3.1. Análisis de actitudes**

Robert, A. Baron (1987) menciona que una *actitud* es una evaluación general y duradera de personas (incluido uno mismo), objetos o situaciones. Cualquier cosa frente a la cual alguien tenga una actitud, ya sea tangible, como una marca de vodka, o intangible, como manejar en estado de ebriedad, se conoce como *objeto de la actitud*.

Solomon (1997) menciona: la mayoría de los investigadores concluyen que una actitud tiene tres componentes: *afecto*, *comportamiento* y *conocimiento*. El afecto se refiere a lo que un consumidor siente hacia el objeto de la actitud. El comportamiento

involucra las intenciones de una persona para hacer algo relacionado con el objeto de la actitud. El conocimiento se refiere a las creencias de un consumidor respecto al objeto de la actitud. Estos tres componentes de la actitud pueden recordarse como el *modelo de actitudes ABC*. Este modelo enfatiza las interrelaciones entre saber, sentir y hacer. Las actitudes de los consumidores respecto a un producto no pueden determinarse con la mera identificación de sus creencias.

Quienes investigan las actitudes desarrollaron el concepto de jerarquía de efectos para explicar el impacto de los tres componentes. Cada jerarquía nos ofrece una secuencia fija de pasos en el camino hacia una actitud.

1. *La jerarquía de aprendizaje estándar.* Un consumidor enfoca su decisión hacia un producto como un proceso para resolver un problema. Primero, forma sus creencias sobre el producto y acumula conocimientos relacionados con los atributos relevantes. Después, evalúa estas creencias y se forma un sentimiento por el producto.
2. *La jerarquía de bajo involucramiento:* el consumidor no ha desarrollado una sólida preferencia de una marca sobre otra; en lugar de esto, actúa con base en su conocimiento limitado y hace la evaluación hasta después de probar el producto. Es probable que la actitud se deba a un aprendizaje conductual, en el que la opción del consumidor se ve reforzada por experiencias buenas o malas con el producto después de la compra.
3. *La jerarquía de la experiencia sobre los efectos:* los consumidores actúan con

base en sus reacciones emocionales. Aún cuando se reconoce que los factores de las creencias y el comportamiento juegan un papel importante, la evaluación global del objeto de la actitud es considerada por muchos como el aspecto central de una actitud. Puede influir el diseño del empaque y las reacciones de los consumidores hacia los estímulos que lo acompañan, la publicidad y aun el nombre de la marca.

Las personas desarrollan actitudes hacia objetos distintos al producto, las cuales pueden influir en lo que eligen mediante la publicidad de éste. La actitud hacia la publicidad se define como la predisposición a responder en forma desfavorable a un estímulo publicitario específico, durante una exposición en particular. Las sensaciones que genera la publicidad tienen la capacidad de afectar en forma directa las actitudes hacia la marca. Los comerciales pueden evocar una amplia variedad de respuestas emocionales, desde el disgusto hasta la felicidad.

Tenemos muchas actitudes, y generalmente no cuestionamos la forma en que las obtuvimos. Un consumidor con gran lealtad hacia la marca, tiene una actitud positiva, duradera y profunda hacia el objeto de la actitud, y tal compromiso será muy difícil de romper. Los consumidores varían en su compromiso ante una actitud; el grado de compromiso se relaciona con el nivel de involucramiento hacia el objeto de la actitud en la siguiente forma: *Complacer*, que forma una actitud debido a que ayuda a obtener recompensas o evitar castigos de otras personas. *Identificación*, ocurre cuando el consumidor desarrolla actitudes con el fin de parecerse a otra persona o grupo. *Internalización*, las actitudes profundas se hacen internas y se vuelven parte

del sistema de valores de una persona. Difícil cambiar actitudes ya que son importantes para la persona.

Con el principio de la consistencia cognoscitiva, los consumidores valoran la armonía entre pensamientos, sentimientos y conductas, y están motivados para mantener la uniformidad. A continuación muestro varias teorías relacionadas a los puntos antes mencionados:

a) *La teoría de la disonancia cognoscitiva* se manifiesta cuando los consumidores tratan de elegir entre dos productos deseados. Se enfrentan situaciones en las que existe algún conflicto entre las actitudes y el comportamiento.

b) *La teoría de auto percepción* proporciona una explicación de los efectos de la disonancia. Supone que las personas observan su propia conducta y determinan cuáles son sus actitudes.

c) *La teoría del juicio social* supone que las personas asimilan nueva información sobre los objetos de la actitud, a la luz de lo que ya conocen o sienten.

d) *La teoría del equilibrio* considera las relaciones entre los elementos que la persona puede considerar como pertenecientes a un mismo conjunto. Incluye relaciones entre tres elementos que se llaman triadas: una persona y su percepción, el objeto de su actitud y alguna otra persona u objeto. Éstas pueden ser positivas o negativas.

e) *La teoría de la congruencia* explica cómo se modifican las actitudes cuando una persona se liga a un objeto. Importancia que tendrá el producto al ser relacionado con el anunciante y su reputación del anunciante en conexión con el producto.

Los modelos de actitudes de atributos múltiples asumen que la actitud de un consumidor del objeto de la actitud dependerá de las creencias que tenga sobre varios o muchos de los atributos del objeto. Supone que la actitud hacia un producto o marca puede predecirse mediante tres elementos: atributos, creencias y ponderación de importancia del objeto de la actitud.

#### **2.4. Modalidades de educación**

Mendoza (2005) dice que la educación es el aprendizaje integral que abarca toda la vida y todos los aspectos del ser humano; presenta dos formas: la educación formal y sistematizada y la informal; a la primera también se le identifica como formación.

En este punto, se presenta en la literatura sobre el tema, una confusión de términos en los que se mezcla la educación formal, con la orientación, la capacitación, el adiestramiento y otros, por lo que es conveniente definir cada uno de ellos para que de acuerdo al nivel de las acciones que se realicen, se empiece a usar el término adecuado. Así tenemos que:

La capacitación, es la transmisión de conocimientos teóricos y prácticos básicos indispensables para que el sujeto pueda realizar su tarea (manejo del catálogo).

El adiestramiento, consiste en mostrar el uso de alguna herramienta de trabajo: cae en la esfera de los conocimientos prácticos (uso del catálogo automatizado o de los lectores de microformas).

La orientación, es la información de algo que se ignora para que se sepa conducir el solicitante, es guiar al usuario a través de las áreas, servicios y recursos documentales (localizar un autor, un libro, una biblioteca).

Young (1983) señala al respecto que... “la orientación usualmente precede a la instrucción y consiste en familiarizar al nuevo usuario con el ambiente físico de la biblioteca y con el personal disponible para ayudarlo...”

Se llama *Promoción o Difusión* a las actividades que tienden a dar a conocer por diversos medios qué es, qué tiene y qué ofrece una biblioteca, creándose una imagen con el fin de que los usuarios acudan a ella (carteles, directorios, señalamientos).

Según Tocatlian (1978), considerando el programa de la UNESCO, se ha definido la *Educación y la Formación* del usuario de una manera genérica, que incluye todo proyecto o programa destinado a orientar e instruir a los usuarios actuales y potenciales, individual o colectivamente con el objetivo de facilitar:

1. El reconocimiento de sus propias necesidades de información
2. La formulación de estas necesidades
3. La utilización efectiva y eficaz de los servicios de información
4. La evaluación de estos servicios

### **2.4.1. Planeación de programas**

Los programas de educación de usuarios son como ya se dijo, portadores de la imagen que la biblioteca quiere proyectar, por otra parte por sus características llegan a un número considerable de personas, posibilitan nuevas relaciones, mejor uso de colecciones y servicios y permiten agrupar al público en torno suyo.

Su planeación, organización y desarrollo, deben ser cuidadosos y realizar una evaluación de las actividades para verificar aciertos y fallas; por lo tanto, se hace indispensable diseñar un plan que guíe cada actividad del proceso, para asegurar el éxito del mismo. Diseñar cursos de capacitación para cada segmento de mercado, por ejemplo a profesores, a alumnos por tipo de carrera, alumnos de postgrado, alumnos de diplomados, entre otros.

La metodología comprende: el diagnóstico, la determinación de objetivos, la delimitación de contenidos, la selección de métodos y materiales, la prueba piloto, la implementación masiva y la evaluación.

## **Capítulo III**

### **Perfil del usuario**

En el presente capítulo se describe la metodología e instrumentos que se aplicaron para obtener información necesaria y llevar a cabo los objetivos principales de la investigación que realizó el departamento de Procesos Tecnológicos e Industriales (PIC) del ITESO, en el año 2004.

#### **3.1 Metodología e instrumentos**

De acuerdo con el objetivo del estudio se planteó una investigación cualitativa cuyo propósito fue conocer si los Jefes de departamento, coordinadores así como profesores de asignatura y tiempo fijo del ITESO, utilizan y conocen los servicios y recursos de la biblioteca. A su vez, se propuso en dicho estudio tres estrategias concretas para lograr un acercamiento y uso de los recursos en formato electrónico que ofrece SECOBI, tanto con los alumnos como con los profesores.

Se realizaron 18 entrevistas las cuales se distribuyeron de la siguiente forma: 4 a jefes de departamento; 8 a coordinadores de academias (profesores); 6 a profesores de asignatura (tiempo variable). Se distribuyeron de esta manera por que el ITESO cuenta con 12 departamentos y se desea conocer la opinión respecto al tema de una persona de cada departamento independientemente el puesto o jefatura que tengan asignado (coordinador o jefe de departamento). Ver anexo III Plan de Investigación, para mayor detalle.

Posteriormente se realizó la investigación cuantitativa para la cual se diseñó un cuestionario que se aplicó a 245 profesores de tiempo fijo y asignatura. Ver anexo II.

### 3.2 Investigación cuantitativa: Resultados

A continuación se muestra una tabla en donde se analiza el grado en porcentaje de importancia que le asignan los profesores al buscar información en distintos recursos tales como son libros, bases de datos e Internet, de tal forma que podemos inferir un poco sus costumbres y usos propios para la búsqueda de información.

Grado de importancia asignada en porcentaje para los distintos recursos como apoyo a la búsqueda de información.

	<b><i>LIBROS</i></b>	<b><i>BASES DE DATOS</i></b>	<b><i>INTERNET</i></b>
	<b><i>Porcentaje</i></b>	<b><i>Porcentaje</i></b>	<b><i>Porcentaje</i></b>
0-10 porciento	2.45	21.22	15.10
11al 20 porciento	5.71	21.63	28.57
21 al 30 porciento	8.57	20.82	26.12
31 al 40 porciento	32.65	27.76	22.45
41 al 50 porciento	18.78	4.49	3.27
51 al 60 porciento	16.73	1.22	1.63
61 al 70 porciento	7.76	0.41	0.41
71 al 80 porciento	5.71	0.41	0.41
Más del 80%	0.82	0.41	0.82

La utilización de libros para buscar información tiene un porcentaje importante para la mayoría de los profesores; esto nos refleja que a pesar de que las habilidades para buscar información por medio de la computadora son buenas, no quiere decir que la computadora sustituye el uso de los libros impresos.

A su vez, la utilización tanto de bases de datos como Internet para buscar información tiene un porcentaje pequeño en comparación con los libros, y nos refleja que a pesar de que las habilidades para buscar información por medio de la computadora se consideran buenas, no son prioridad de recursos para el público entrevistado.

Por lo que se refiere al uso de la computadora, en promedio (media) para las áreas de sistemas, ciencias sociales y administración es de 4.6 horas al día. La mayoría de los profesores y coordinadores poseen conocimientos básicos para utilizar la computadora, esto es ventaja para el SECOBI ya que la información se consulta por medio de la computadora.

Partiendo de la suposición de que el público encuestado trabaje 8 horas al día, de las cuales le dedica 4 al uso de la computadora, puede ser benéfico para SECOBI ya que tienen familiaridad y hábito de uso de una máquina.

En promedio la mitad del público encuestado de las tres áreas agrupadas considera fácil el uso de la computadora para buscar información. Dado que no existe un obstáculo para utilizar la computadora, tampoco existe dificultad para buscar

información por computadora. Esto significa que la tendencia es utilizar cada vez más la tecnología tanto para fines docentes como para fines personales

A su vez, en promedio 2 horas al día los encuestados afirman que utilizan Internet. La mitad del tiempo que utilizan la computadora acceden a Internet, quizá la otra mitad del tiempo utilizan otro software que son herramientas de apoyo para satisfacer sus necesidades particulares. Esto quiere decir que Internet es un recurso que utilizan con frecuencia.

Los departamentos que integran las áreas de administración, ciencias sociales y sistemas consideran que la biblioteca es un recurso muy importante para que los alumnos busquen información y por consiguiente que el profesor los envíe a la biblioteca, se supone que si el profesor invita a los alumnos a que utilicen los recursos tanto impresos como electrónicos que ofrece para consulta de información, esto contribuirá a que cada día utilicen más dichos recursos no sólo para su vida estudiantil sino posteriormente para su vida laboral.

Sólo el 2% de los encuestados ha visto publicidad de SECOBI. Se considera que es muy bajo el porcentaje de profesores que ha visto publicidad de SECOBI.

El medio de comunicación por el cual manifestaron los encuestados que se enteraron de SECOBI, es el Notice principalmente ya que la mayoría son profesores de tiempo fijo, por lo tanto utilizan la computadora dentro del campus puesto que dicho software

únicamente puede ser consultado en dicho lugar. En seguida mencionaron el correo electrónico, después los trípticos y al último los cartelones.

El correo electrónico que se encuentra en el 2do. lugar en mención es una forma de comunicación óptima para aquellos que no visitan varias áreas del campus y que quizá no se den cuenta de pósters o algún otro tipo de publicidad, sólo acuden a firmar al edificio que les corresponda para anotar su asistencia y se van a impartir la clase al salón, quizá en contadas ocasiones caminen por distintos lugares dentro del campus. La comodidad de consultar su correo desde casa u oficina podrá ser quizá un buen recurso para publicidad de SECOBI. Cabe mencionar que no todos los profesores utilizan su cuenta de correo del ITESO, por lo tanto sería un dato interesante recabar dicho directorio para que TODOS reciban información de SECOBI.

Por lo que se refiere a los trípticos, cartelones o mantas, pocos profesores encuestados recordaron estos medios de comunicación, se supone que es por lo mismo, que únicamente van a firmar para su asistencia y al salón de clases ya que los trípticos y cartelones no se localizan en todos los salones ni en todos los pasillos.

De la totalidad del público encuestado, aproximadamente la mitad de éstos afirman haber asistido a realizar al menos una consulta a SECOBI. De los tres grupos clasificados por departamento, el área administrativa es el que obtuvo mayor número de profesores que han asistido al menos en una ocasión a SECOBI.

Los datos manifiestan que quizá las bases de datos que se pueden consultar en línea sean más atractivas para los profesores porque tiene acceso desde casa, a diferencia de las bases de datos en disco compacto o con licencia limitada aunque el acceso sea por medio de Internet en el SECOBI, ya que esto implica movilizarse a la biblioteca del campus.

La mayoría de los encuestados manifestaron haber ido a consultar a SECOBI para fines profesionales. Se puede afirmar que el área de la cual se ha recibido mayor número de solicitudes de capacitación es el área administrativa a pesar de que SECOBI tiene bases de datos para todas las áreas que abarca la universidad.

La tercera parte de los profesores encuestados, manifestaron que “pocas veces” proponen el uso del SECOBI para que los alumnos realicen investigaciones o tareas. La cuarta parte del total de los encuestados afirman que “nunca” proponen el uso del SECOBI y los demás mencionan que “casi nunca” lo proponen.

Con los datos antes vistos se supone que puede ser consecuencia de algunos de los siguientes indicadores: quizá la materia que los profesores imparten no piensan que tenga relación con obtener información en bases de datos, quizá no conozcan al máximo los recursos como para sugerir que los alumnos los consulten, quizá por costumbre o comodidad utilicen más los libros que bases de datos.

Los coordinadores de los distintos grupos de departamentos consideran que entre el 30 y 40% de los profesores recurren a consultar las bases de datos para actualizarse

en el ámbito académico. Como máximo un 15% de los profesores envía a sus alumnos a consultar las bases de datos del SECOBI

La mayoría de los encuestados aprueba que el SECOBI los visite a la academia para dar a conocer sus servicios.

En general, de acuerdo con los resultados obtenidos se considera que hay cultura entre los alumnos y maestros para la consulta electrónica, hay un gran desconocimiento de los beneficios, servicios y recursos que ofrece y cuenta el SECOBI, es necesario que los profesores utilicen e induzcan a los alumnos a consultar los recursos que brinda SECOBI

Recomendaciones:

Concertar citas con los coordinadores de profesores de las distintas academias que tienen los departamentos del ITESO para cuando se reúnan, darles una breve sesión informativa (de 15 a 30 minutos máximo) de los servicios que serían de su interés, es decir identificar el público que se visitará para informarles sobre recursos que les sea atractivo y no generalidades ya que así se supone que se logrará mayor interés para conocer, consultar y recomendar el uso de dichos recursos. Posteriormente invitarlos a otra sesión que incluya ejercicios y teoría para que exista posibilidad de familiarizarse con los recursos electrónicos para que poco a poco se adquieran habilidades en la búsqueda de información.

Tal y como se ha venido haciendo desde hace algunos años, seguir publicando en el NOTICE tanto las nuevas adquisiciones de bases de datos y/o sistemas electrónicos, así como informar sobre nuevas herramientas que los proveedores agregan a sus sistemas (Ebsco, Proquest, etc.) para que el usuario los utilice. A su vez también publicarlo en el CRUCE (semanario informativo del ITESO) y en algunas ocasiones en MAGIS (revista mensual de ITESO).

Por otro lado enviar correos a profesores por segmento o nicho específico por departamentos, áreas de interés y/o materias que imparten de tal forma que sea más personalizado y dirigido, enviando información que les sea atractiva.

Invitarlos a que acudan a SECOBI para que consulten las bases de datos brindándoles asesoría en la búsqueda de información, una vez que los profesores se familiaricen con los sistemas, invitarlos a programar cursos talleres para sus alumnos y que éstos también vayan adquiriendo habilidades y competencias en el uso y manejo de bases de datos como herramienta para buscar información.

Los profesores que no asistan a las academias, localizarlos físicamente en el aula o en el edificio al que van a firmar sus asistencia para invitarlos y proponerles una cita para darles a conocer los servicios que ofrece SECOBI, una vez aceptada dicha invitación, de igual manera ofrecerle cursos para sus alumnos.

Considero que este proyecto es a largo plazo a medida que se vaya adentrando a la población docente en el uso de dichas herramientas.

## Capítulo IV

### Modelo de Fishbein

En el presente capítulo se define la aplicación y elementos que componen al modelo para medir y evaluar los resultados obtenidos en la investigación.

#### 4.1 Aplicación

El modelo de atributos múltiples de mayor influencia que también se conoce como modelo Fishbein, en honor a la persona que originalmente lo desarrolló, es un modelo que mide los siguientes componentes de una actitud:

1. Creencias sobresalientes que las personas tienen sobre un atributo del objeto.  
Esto es conocer las percepciones que los usuarios tienen sobre el servicio, generalmente en relación con otros como SECOBI.
2. Enlaces entre objeto y atributo, o la probabilidad de que un objeto específico tenga un atributo importante. Identificar si el servicio posee una característica importante para el usuario de ese servicio.
3. Evaluación de cada uno de los atributos importantes. Ponderar la importancia de las características que debe tener el servicio prestado.

Al combinar estos tres elementos, la actitud global del consumidor hacia un objeto se puede calcular y la fórmula básica es:

$$A_{ijk} = \sum_l B_{ilk} I_{il}$$

En donde  $i$  = atributo;  $j$  = marca;  $k$  = consumidor;  $l$  = peso específico dado al atributo  $i$  por el consumidor  $k$ ;  $B$  = creencia del consumidor  $k$  respecto a la medida en la que la marca  $j$  posee el atributo  $i$ ;  $A$  = puntuación de la actitud del consumidor específico  $k$  para la marca  $j$ .

Si bien los modelos de atributos múltiples se han utilizado durante muchos años en la investigación de consumidores, dichos estudios muestran un importante problema: en muchos casos, el conocimiento de la actitud de una persona no es un medio muy efectivo para predecir su comportamiento. En una demostración clásica de “haz lo que digo, no lo que hago”, muchos estudios obtuvieron una correlación muy baja entre la actitud que informó una persona hacia un objeto y su conducta real hacia el mismo. Algunos investigadores se han decepcionado tanto que cuestionan si las actitudes son de alguna utilidad para comprender el comportamiento.

El modelo Fishbein original, que se centraba en la medición de la actitud de un consumidor hacia un producto, se extendió de varias maneras para mejorar sus capacidades de predicción. La versión más reciente se conoce como la *Teoría de la Acción Razonada*. Este modelo contiene varias adiciones importantes a la original, y aunque el modelo sigue sin ser perfecto, su capacidad para predecir el comportamiento relevante mejoró en gran medida.

Algunas de las modificaciones al modelo son:

- a) Intención contra comportamiento. Aunque el usuario tenga intenciones sinceras, muchos factores pueden interferir con el comportamiento real. Por ejemplo, quizá pretenda obtener información para entregar una tarea al profesor, pero en el camino a la biblioteca pudo haberse encontrado a un compañero y éste le ofreció “pasarle” el trabajo... por lo tanto esta persona quizá ya no vaya a consultar a la biblioteca. Para predecir el comportamiento de los usuarios que buscan información, es más efectivo medir su comportamiento anterior que basarse en su intención de búsqueda de información. La teoría de la acción razonada está enfocada a medir las intenciones del comportamiento, reconociendo que ciertos factores no controlables inhiben la predicción del comportamiento real.
  
- b) Presión social. La teoría reconoce el poder de la influencia de otras personas en el comportamiento. Muchas de las conductas no se determinan en el vacío. En gran medida, aunque no lo admitamos, le damos más importancia a lo que la gente espera que hagamos, que a nuestras preferencias individuales. Un nuevo elemento, *la norma subjetiva*, se añadió para incluir los efectos de lo que creemos que los demás piensan de nuestras decisiones. El valor de la norma subjetiva se estima a partir de otros dos factores: 1) la intensidad de la *creencia normativa* sobre las acciones que los otros consideran que se deben tomar o no, y 2) la *motivación para complacer* con base en tal creencia, es decir el grado hasta el cual el consumidor considera las reacciones anticipadas de otras personas, cuando evalúa un curso de acción o una

compra. Si SECOBI lograra tener una posición de que la gente que consulta ahí está a la moda por usar una computadora, quizá de manera subjetiva se lograría un mayor acercamiento a la consulta de los recursos electrónicos.

- c) Actitud hacia la compra. El modelo mide ahora la actitud hacia la acción de compra (Aact) en lugar de medir solamente la actitud hacia el producto. En otras palabras, se enfoca en las consecuencias que percibimos al hacer una compra. Es más válido saber lo que alguien siente respecto a la compra o el uso de un objeto que el mero conocimiento de la evaluación realizada por el mismo consumidor. Por ejemplo, si un usuario no sabe como utilizar una computadora, quizá por pena no se acerque a consultar la información que está en este formato y prefiera consultar un libro que no requiere conocimientos previos a su consulta. A diferencia de que en los sistemas pueden encontrarse distintas formas de obtener información.

## **4.2 Medición**

Una forma sencilla de evaluar las actitudes de los consumidores hacia un producto o servicio es preguntarles sus sentimientos generales al respecto. Esta evaluación global no proporciona mucha información acerca de los atributos específicos, pero da a los directivos cierta idea de las actitudes globales de los consumidores. Este enfoque de un solo artículo utiliza muchas veces una escala de Likert, que mide el nivel global de acuerdo con los participantes, o bien sus sentimientos hacia un enunciado sobre su actitud.

Ejemplo:

¿Qué tan satisfecho está usted con el SECOBI?

Muy satisfecho      Bastante satisfecho      Satisfecho      Insatisfecho en absoluto

Los modelos de actitudes van más allá de la simple medición, ya que reconocen que una actitud global frecuentemente está compuesta por las percepciones de los consumidores hacia varios elementos. La escala de diferencial semántico es útil para describir el conjunto de creencias de una persona con respecto a una empresa o marca; también se utiliza para comparar las imágenes de las marcas competidoras. Los que responden evalúan cada atributo en una serie de escalas de clasificación, en las que cada extremo está relacionado con adjetivos o frases como la siguiente:

La biblioteca está:

Sucia    1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7    Limpia

## Capítulo V

### Resultados y análisis del modelo de Fishbein

#### 5.1. Metodología e instrumentos

1. Se preguntó a 25 personas que conocieran servicios similares a SECOBI, y que también acudieran frecuentemente a investigar, para que mencionaran las características importantes de un centro de información electrónico.

De las opiniones que expresaron este perfil de usuarios, se seleccionaron las que se mencionaban con mayor frecuencia:

- a) Información actualizada
- b) Asesoría oportuna
- c) Información confiable
- d) Bases de datos fáciles de utilizar
- e) Diversidad de acervos
- f) Vinculación entre sistemas

2. Las seis características resultantes las evaluaron diez expertos de bibliotecas como son UNIVA, INEGI e ITESO. Anexo la opinión de un experto:

De las siguientes características de un centro de información electrónico de una biblioteca, qué importancia le asignas a dichos atributos, en donde el número +3 es el más importante y el -3 el menos importante.

Atributos	Ponderación						
Información actualizada	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3
Asesoría oportuna	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3
Asesoría confiable	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3

Fácil de utilizar	+3	<b>+2</b>	+1	0	-1	-2	-3
Diversidad de acervos	<b>+3</b>	+2	+1	0	-1	-2	-3
Información integrada o vinculación entre los sistemas	+3	<b>+2</b>	+1	0	-1	-2	-3

### Resultados de los expertos

Características	Expertos Bibliotecarios										TOTAL	PROMEDIO
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
	Alyson INEGI	Irene Univa	Arturo INEGI	Jerson INEGI	Juan M. INEGI	Ma. Elena INEGI	Norma INEGI	María Univa	Emma D. Univa	ITESO		
1 Información actualizada	+3	+3	+3	+3	+3	+2	+3	+3	+3	+3	29	2.9
2 Asesoría oportuna	+3	+3	+3	+3	+3	+3	+2	+3	+3	+3	29	2.9
3 Asesoría confiable	+3	+3	+3	+3	+3	+3	+2	+3	+3	+3	29	2.9
4 Fácil de utilizar	+3	+2	+2	+3	+3	+3	+3	+2	+3	+3	27	2.7
5 Diversidad de acervos	+3	+3	+3	+3	+3	+3	+3	+3	+3	+3	30	3
6 Vinculación entre los sistemas	+3	+2	+3	+3	+3	+1	+3	+3	+3	+3	27	2.7

La columna de Características se refiere a los atributos que evaluaron los expertos usando una escala bipolar +3 a -3

Las siguientes diez columnas son la ponderación que le dieron los expertos a cada atributo. La penúltima columna es la sumatoria de cada atributo evaluado por los expertos y la última columna es el promedio de todas las ponderaciones.

3. Se realizó una investigación exploratoria tomando la fórmula de universos finitos considerando a profesores de asignatura, profesores de tiempo fijo y alumnos.

Fórmula universos finitos:

$$z^2 pq N$$

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

n = tamaño de la muestra

z = nivel de confianza 95%

p = individuos que saben que existe SECOBI

q = individuos que no saben que existe SECOBI

N = universo

e = error 5%

La muestra se adecuó según la estratificación del universo quedando de la siguiente

manera donde  $x = n(\text{tipo de usuario}) / N$

<b>Tipo de usuario</b>	<b>Número de encuestas</b>
Profesores de asignatura	27
Profesores de tiempo fijo	9
Alumnos 1er. Semestre	48
Alumnos 2do. Semestre	15
Alumnos 3er. Semestre	43
Alumnos 4to. Semestre	13
Alumnos 5to. Semestre	40
Alumnos 6to. Semestre	14
Alumnos 7mo. Semestre	36
Alumnos 8vo. Semestre	12
Alumnos 9no. Semestre	20
Alumnos 10mo. Semestre	5
Alumnos 11vo. Semestre	4
Alumnos 12vo. Semestre	2
Alumnos Postgrado	24
TOTAL	312

Los tipos de usuarios se tomaron de la lista definitiva generada por la subdirección de servicios escolares resumen de inscripciones periodo escolar otoño 2007. Se aplicó el cuestionario que se muestra a continuación, para obtener resultados precisos; la relevancia (información necesaria) y la precisión (confiable y válida) son los criterios básicos para juzgar los resultados de los cuestionarios.

Cuestionario aplicado a usuarios de SECOBI :

¿Has consultado SECOBI en el último año? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

ALUMNO: <input type="checkbox"/>	PROFESOR: <input type="checkbox"/>
Semestre: _____ Expediente: _____	Departamento: _____ Expediente _____
Carrera / Postgrado: _____ (nombre de la carrera o postgrado)	Tiempo Fijo _____ Asignatura _____

Califica del + 3 (máximo) al - 3 (mínimo) las siguientes características:

- a) El SECOBI tiene información actualizada  
-3   -2   -1   0   +1   +2   +3
- b) En SECOBI la asesoría es oportuna  
-3   -2   -1   0   +1   +2   +3
- c) En SECOBI la información es confiable  
-3   -2   -1   0   +1   +2   +3
- d) Las bases de datos con las que cuenta SECOBI son fácil de utilizar  
-3   -2   -1   0   +1   +2   +3
- e) SECOBI cuenta con diversidad de acervos  
-3   -2   -1   0   +1   +2   +3
- f) Las bases de datos que consultas en SECOBI te permiten tener acceso a otros sistemas electrónicos externos.  
(vinculación entre sistemas)  
-3   -2   -1   0   +1   +2   +3

Por favor escribe que entiendes por los siguientes aspectos:

1. Información actualizada: \_\_\_\_\_
2. Asesoría oportuna: \_\_\_\_\_
3. Información confiable: \_\_\_\_\_

De acuerdo a tu percepción, que factores consideras se deben implementar en SECOBI para sentirte satisfecho con el servicio:

---

---

---

¡GRACIAS!

## **5.2 Investigación exploratoria: resultados**

### Implementación del muestreo

Para la selección de los sujetos de estudio se partió del marco muestral de cada uno de los estratos establecidos y la condición de que dichos sujetos habían consultado por lo menos una vez en el año el SECOBI.

### Tipo de muestreo

Cuota: Se encuesta a gente que cumpla con ciertos requisitos. En este caso es que sean usuarios de SECOBI y que estuvieran cursando un semestre para el caso de alumnos. Por lo que se refiere a los profesores se determinó la muestra por departamento académico al que pertenecen.

### Tamaño de la muestra

Se estima que de los 6,062 usuarios registrados en el año 2007 el 30% son usuarios que han ido una sola vez y el resto más de una vez.

Un elemento más del tamaño de la muestra es el nivel de confianza que se define como la seguridad de que los datos permanecerán semejantes a lo largo del tiempo, como la forma de buscar la información por medio de formato electrónico puede ser de distintas maneras, se estableció un nivel de confianza del 95% que proporciona la

seguridad de que si se realizan 100 estudios parecidos, 95 serán semejantes y el resto diferentes, esto aporta una alta seguridad en los resultados pero no afecta tanto al costo y número de encuestas a realizar.

Por último se estableció un margen de error (es decir una variación en la información que el estudio proporcionará porque estamos realizando una muestra y no un censo), del 5% esto en función de que la población puede considerarse un cierto grado de homogeneidad ya que tanto alumnos como profesores pueden acudir a consultar información en formato electrónico.

Los resultados obtenidos se integraron al cálculo de la actitud del usuario frente a un servicio que describo en las siguientes tablas:

#### Usuarios encuestados

Atributos	Valid	MEDIA Mean	MEDIANA Median	MODA Mode	DESV. STD. Std. Deviation	Expertos
Información actualizada	312	2.3	2	2	0.8	2.9
Asesoría oportuna	312	2.1	2	3	1.1	2.9
Información confiable	312	2.5	3	3	0.8	2.9
Bases de datos fáciles de utilizar	312	1.4	2	2	1.4	2.7
Diversidad de acervos	312	2.1	2	3	1.0	3
Vinculación entre sistemas	312	1.8	2	2	1.1	2.7

#### CALCULO DE LA ACTITUD DEL USUARIO FRENTE AL SECObI

Atributos	Fuerza de la creencia Expertos	Puntuación de la evaluación Encuestados	Actitud
Información actualizada	3	2	6
Asesoría oportuna	3	2	6
Información confiable	3	2	6
Bases de datos fáciles de utilizar	3	1	3
Diversidad de acervos	3	2	6
Acceso a otros sistemas electrónicos externos	3	2	6

En la primera columna de la tabla: “calculo de la actitud del usuario frente al SECOBI” se mencionan los atributos que mencionaron los usuarios concedores y/o frecuentes, en la segunda columna se muestra la opinión (promedio) que resultó de los asesores expertos. La tercera se refiere a la media que resultó del total de encuestas aplicadas y la cuarta columna se refiere a la actitud del usuario ante el servicio, que se obtiene de la multiplicación de la primera y segunda columna.

Para obtener el rango máximo y mínimo de calificación en la escala bipolar que puede tener dicho instrumento se debe multiplicar la calificación que asignan los expertos por + 3 y - 3 y se hace una sumatoria de todos los atributos para que el resultado sea el rango.

CALCULO DE LA ACTITUD DEL USUARIO FRENTE AL SECOBI

	<i>Fuerza de la creencia</i>	<i>Puntuación de la evaluación</i>	
<b>Atributos</b>	<b>Expertos</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Actitud</b>
Información actualizada	3	+3	+9
Asesoría oportuna	3	+3	+9
Información confiable	3	+3	+9
Bases de datos fáciles de utilizar	3	+3	+9
Diversidad de acervos	3	+3	+9
Acceso a otros sistemas electrónicos externos	3	+3	+9
		<b>TOTAL</b>	<b>+ 54</b>

	<i>Fuerza de la creencia</i>	<i>Puntuación de la evaluación</i>	
<b>Atributos</b>	<b>Expertos</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Actitud</b>
Información actualizada	3	- 3	- 9
Asesoría oportuna	3	- 3	- 9
Información confiable	3	- 3	- 9
Bases de datos fáciles de utilizar	3	- 3	- 9
Diversidad de acervos	3	- 3	- 9
Acceso a otros sistemas electrónicos externos	3	- 3	- 9
		<b>TOTAL</b>	<b>- 54</b>

Rango = - 54 ó + 54

54 ----- 100

33 ----- x

$$X = 33 \times 100 / 54$$

X = 61.1% que se refiere a los usuarios satisfechos con el SECOBI

Los tres componentes que mide el modelo dan como resultado los siguientes puntos:

1. Las percepciones que los usuarios de SECOBI tienen sobre el servicio en su mayoría son positivas no llega al notable pero se puede montar una campaña en el punto más débil al ojo de los consumidores que en este caso se refiere al atributo obtenido con menor puntuación expresada por los usuarios y que opinaron que las bases de datos deben ser más fáciles de utilizar. Se manifestó que la información está actualizada, la asesoría es oportuna, la información es confiable y existe diversidad de acervos así como existe vinculación entre sistemas.
2. Las características que mencionaron (los usuarios conocedores y/o frecuentes) que debe tener un centro de consulta de información electrónico ya están disponibles y operando en SECOBI, esto quiere decir que sí existe relación entre el producto (servicio) y sus distintas modalidades de prestación del servicio ya que se involucran tanto productos tangibles como intangibles.

3. La evaluación de los atributos más importantes de la totalidad de respuestas que presentaron los usuarios conocedores o expertos, se identificaron 6 atributos que se repetían con mayor frecuencia, y éstos se evaluaron por los encuestados; dichos resultados se muestran en la tercera columna de la tabla “Calculo de la actitud del usuario frente al SECOBI”.

## Capítulo VI

### Estrategia para la mejora del servicio

Según Kotler (2001), una estrategia es un plan de juego para alcanzar las metas. Todo negocio debe adaptar una estrategia para alcanzar sus metas, que consiste en una estrategia de marketing, una estrategia de tecnología y estrategia de fuentes que sean compatibles. Aunque hay muchos tipos de estrategias de marketing que se pueden usar, Michael Porter (2002) los ha condensado en tres tipos genéricos que son un buen punto de partida para el razonamiento estratégico: liderazgo general de costos, diferenciación, o bien enfoque.

La estrategia de diferenciación nos refiere a que el negocio se concentra en lograr un desempeño superior en un área de beneficio importante para el cliente y que una buena parte del mercado valora. La empresa puede esforzarse por ser el líder en servicio, el líder en calidad, el líder en estilo o el líder en tecnología, pero no es posible ser líder en todo. El negocio cultiva las fuerzas que contribuirán a la diferenciación que se busca.

Se considera que la estrategia competitiva genérica que se propone para SECOBI, es la de “Diferenciación en atributos del producto”, ya que no solamente se tiene acceso a la información, sino que se proporciona asesoría de cómo buscar la información, lo cual tiene un plus en el servicio, puesto que cualquier persona que pertenezca a la comunidad universitaria tiene acceso a los sistemas en línea (con

licencias multiusuario), los podrá consultar en cualquier computadora ya sea dentro o fuera del campus, sin embargo la asesoría en la búsqueda de información utilizando sentencias de búsqueda acordes a sus temas de interés pueden ser sugeridos por el asesor especializado.

Se parte del supuesto de que los usuarios valoran el servicio que ofrece el asesor. Para ellos es importante que el asesor esté debidamente capacitado para orientar al usuario en la búsqueda de información ya que existen diversos tipos de fuentes a las cuales se pueden recurrir y no necesariamente en un formato en particular. A su vez se han elaborado guías breves de algunas bases de datos que apoyan al uso correcto de las mismas, lo cual ahorra tiempo al usuario para investigar como se utiliza cada software.

Para lograr esta estrategia de diferenciación es necesario tomar en cuenta lo siguiente:

- a) Determinar el mercado potencial de dicho servicio.
- b) Dar a conocer las ventajas sobre consultar bases de datos académicas especializadas.
- c) Crear cursos básicos para las distintas licenciaturas y postgrados sobre el uso de las bases de datos dependiendo la necesidad de información.
- d) Tener continua comunicación con los profesores para conocer sus necesidades de información.
- e) Comunicar a toda la comunidad universitaria, las adquisiciones de discos compactos y/o sistemas así como las actualizaciones por medio de distintos

recursos informativos disponibles en ITESO tales como el Notice, CRUCE, correo electrónico, entre otros.

Considerando la información y resultados obtenidos en la investigación, se presenta la siguiente propuesta de mejora para la consulta a bases de datos en SECOBI de la Biblioteca en el ITESO. Se puede definir que un servicio es un producto con predominio de lo intangible, que al momento de su intercambio, el cliente y el proveedor establecen alguna forma de interacción a través de actos, esfuerzos y situaciones cuyo resultado no se traduce en una transferencia de propiedad. La producción de un servicio puede estar asociada al intercambio de un producto físico.

Las características que comúnmente se adscriben a los servicios son las siguientes:

1. Intangibilidad: con frecuencia no es posible gustar, sentir, ver, oír u oler los servicios antes de comprarlos. Se pueden buscar de antemano opiniones y actitudes; una compra repetida puede descansar en experiencias previas y al cliente se le puede dar algo tangible para representar el servicio.

2. Inseparabilidad: con frecuencia los servicios no se pueden separar de la persona al prestador del servicio, ya que la prestación del servicio puede ocurrir parcial o totalmente, al mismo tiempo que su consumo.

3. Heterogeneidad: es difícil estandarizar la producción de los servicios debido a la dificultad de asegurar un mismo nivel de producción desde el punto de vista de la calidad. Y desde el punto de vista de los clientes también es difícil juzgar la calidad

con anterioridad a la compra.

4. Caducidad: los servicios son susceptibles de caducar y no se pueden almacenar.

5. Transferencia de propiedad: la falta de propiedad es una diferencia básica entre una industria de servicios y una industria de bienes, el cliente sólo tiene acceso, mediante un pago al uso, acceso o arrendamiento de determinados elementos. Un ejemplo puede ser la consulta médica.

En todo servicio se involucran los siguientes elementos:

- a) **Personas** que deben estar capacitadas para prestar un servicio; tener una actitud positiva para brindar un servicio de calidad y que tengan cierto poder de decisión ante situaciones extraordinarias para beneficio de ambas partes (prestador de servicio y cliente).
  
- b) **Procesos** que faciliten al cliente obtener el servicio. Mi propuesta es generar otras formas de consulta a información en recursos más “amigables” y de uso común a los usuarios; éstos pueden ser a través de formato electrónico y/o impreso.
  
- c) **Evidencias físicas** que se refiere a la infraestructura, el mobiliario y hacer tangible la calidad en el servicio.

d) **Facilidades físicas** que son los elementos necesarios para prestar el servicio tales como el hardware, software, equipo de cómputo, acceso a Internet, etc.

Actualmente SECOBI ha desarrollado guías para consultar diferentes bases de datos con la finalidad de que el usuario pueda tener ayuda a través de imágenes y textos de tal forma que siguiendo los pasos logre obtener la información requerida. Estas guías se pueden consultar en formato impreso en la sala de SECOBI o en la página Web <http://kino.iteso.mx/secobi>

También se ha desarrollado una página Web de enlaces de Internet de recursos para facilitar a los usuarios la consulta ya sea por temas y/o disciplinas que éstos solicitan con frecuencia al asesor del área. <http://148.201.96.14/enlaces/default.aspx?c=36>

Recientemente SECOBI adquirió los microdatos y cartografía del II Censo de Población y Vivienda generado por INEGI. La cartografía del área conurbada de Guadalajara está disponible en formato .dwg que se puede consultar a través del software Autocad. Los microdatos se pueden consultar en cualquier software que tengan capacidad para leer 7,000,000 de registros (ACCESS, FOX PRO) que son los que componen el estado de Jalisco ya que la información se puede consultar por manzana geográfica.

Debido a que ambos recursos se deben consultar de forma separada para poder hacer referencia tanto los datos estadísticos con los cartográficos y viceversa, he propuesto integrar ambos recursos en un solo software con la finalidad de que el

usuario consulte la información en un formato más amigable y sencillo de usar para todos los usuarios, así de esta manera se irá modificando la imagen de SECOBI ante los usuarios de que los recursos ya son mas “fáciles de utilizar”.

Por medio del software Qlik View se generarán registros agrupados por AGEBA (Áreas Geo Estadísticas Básicas) de información que generalmente solicitan los usuarios de SECOBI tales como población total, población por edad y sexo, escolaridad, vivienda, entre otras. El área de sistemas de la Biblioteca contribuirá en el desarrollo de estos registros y el encargado del laboratorio de Geomática colaborará para que los registros se puedan consultar en Google Earth cuyo sitio es posible consultar cartografía y a través de hipervínculos en cada AGEBA se podrá consultar las variables que mencioné anteriormente por medio de Excel.

Principalmente el atractivo de consultar este recurso que generará ambas instancias, es que no se requiere mayor conocimiento para visualizar los datos así como la cartografía, ya que estará disponible a través de Internet en la sala de SECOBI y la consulta será más sencilla que en el software generado actualmente por INEGI. Además, se le podrán agregar variables o información que los alumnos o investigadores hayan generado en estudios de campo y que sean pertinentes integrar a dicho recurso.

Las aplicaciones estratégicas de las creencias, enlaces entre objeto-atributo y evaluación son:

- Capitalizar una ventaja relativa: si el SECOBI se percibe como superior en un

atributo específico, los consumidores necesitan convencerse de que este atributo es importante por lo tanto se debe difundir en los medios de comunicación que actualmente se utilizan.

- Reforzar la relación percibida entre producto y atributo: realizar campañas que acentúan las cualidades del producto ante los consumidores.
- Agregar un nuevo atributo: Crear una posición distintiva sobre los competidores al agregar una característica al servicio como puede ser asesoría en línea.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tal como se planteó al inicio de esta investigación, el propósito del proyecto se orientó a dar respuesta para identificar la mejor forma de lograr un incremento de la demanda de uso de los recursos que brinda SECOBI para la búsqueda de información.

Considerando los resultados obtenidos en las investigaciones que se elaboraron, se identificó que los usuarios de SECOBI tienen una actitud positiva al servicio que actualmente ofrece el área, no llega al notable, pero se puede mejorar a través de la creación y/o adaptación de software de tal forma que el usuario pueda percibir que ya es más fácil de utilizar las bases de datos y/o recursos que anteriormente consultaba, así de esta manera se incrementará el número de usuarios que consulta los recursos de SECOBI.

Me parece indispensable incrementar la difusión de las “novedades” y/o mejoras que ofrece SECOBI a través de los medios de comunicación que ofrece la universidad como son el Notice, CRUCE, MAGIS, correo electrónico, reuniones con academias o UAB, entre otras. Es indispensable dar a conocer a la comunidad universitaria que en SECOBI ya existe software más fácil de utilizar para buscar información.

El análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene SECOBI, será factor principal para realizar mejoras y aprovechar las fortalezas que ya se tienen actualmente en el área.

Es importante señalar que en el SECOBI el servicio, atención y capacitación que tengan los asesores que constantemente están en contacto con los usuarios, son fundamentales para lograr el incremento en la consulta a los recursos ofrecidos en el área.

El reto para SECOBI es cambiar esa percepción que tienen los usuarios respecto a la consulta de las bases de datos, demostrando que cada vez es menos difícil la búsqueda de información en esta área. Me siento satisfecha de pertenecer a este servicio que tiene una hermosa labor de enseñanza fuera del aula y que día a día desempeñamos los asesores bibliotecarios.

Se recomienda a los encargados de desarrollo de colecciones, que se adquiera recursos más amigables para que los usuarios perciban que la consulta es más fácil, a su vez sugiero que se diseñen nuevos productos que puedan ser consultados en software disponibles en Web, como pueden ser tutoriales de bases de datos que no los tengan desarrollados.

La investigación presentada en este documento pretende que sirva para desarrollar otras investigaciones para las demás áreas de la biblioteca ya que también existen

otras áreas de la biblioteca que no son tan consultadas como son mapoteca y publicaciones periódicas.

Sugiero que en la maestría se agreguen más materias enfocadas a la prestación de servicios, ya que éstos serán los que determinarán las decisiones de compra al consumidor final. Actualmente disponemos de una gran variedad en los productos ofrecidos al mercado, por lo tanto creo que existe una oportunidad para crear distintos servicios que le convenga y satisfaga las necesidades y/o deseos al consumidor.

En esta investigación entre otras cosas, aprendí a conocer las opiniones y/o percepciones de los usuarios respecto al servicio, lo cual servirá para cambiar esas percepciones de los usuarios de SECOBI y que se logre un incremento cada vez mayor en el uso de los recursos ofrecidos por el área.

Agradezco a todos mis maestros que me transmitieron sus conocimientos, experiencias y enseñanzas ya que lo que aprendí en la maestría lo he aplicado constantemente en mi vida profesional.

## Bibliografía

- Aguaded, J. I. (2001). *Medios de comunicación en las aulas*. Proyecto Docente. Huelva: Departamento de Educación. Universidad de Huelva (Versión digital).
- Aguaded, J. I., (1993). *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada*. Huelva: Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación. P. 99
- Cabrero , J. (1994). “Nuevas tecnologías, comunicación y educación”. En *Comunicar*. 14-25, p.
- Feria Basurto Lourdes (2002). *Bibliotecas digitales*. Universidad de Colima. Colima, Colima, México, 7 p.
- Khoury Anastassia (2002). *Bibliotecas digitales*. Universidad de Colima. Colima, Col. México. McGill University, Canadá. 59 p.
- Kotler Philip (2001). *Dirección de marketing. /La edición del milenio*. Pearson educación, México. 80p.
- Márquez Teresa (1997). ponencia “VIII Coloquio de Automatización de Bibliotecas”, Universidad de Colima, México.
- Mendoza Benítez, Luz María (2005). Algunas reflexiones en torno a la educación usuarios. *Dirección General de Bibliotecas de la UNAM*. Consultado de la Web en captura de pantalla de la página tal como esta se mostraba el 8 Jul 2008 <http://www.dgbiblio.unam.mx/servicios/dgb/publicdgb/bole/fulltext/volVI2/educa.html>
- Pérez Rodríguez Ma. Amor (2004). *Los nuevos lenguajes de la comunicación*. Barcelona, España. Paidós. 29p.

Porter, Michael E. (2002). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior/ México: CECSA

Robert, A. Baron y Donn Byrne (1987). Social Psychology: Understanding Human Interaction. Boston: Allyn & Bacon.

Solomón, Michael R. (1997). Comportamiento del consumidor. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.

Tocatlian, Jacques. (1978). "Formación de usuarios de la información: programas, problemas y perspectivas" En: Boletín de la *UNESCO* para las Bibliotecas 32(6), p.382.

Young, apaud. (1983), Velez Salas Cecilia "Programa de educación de usuarios del Centro de Documentación de la Facultad de Psicología de la UNAM" en: Memorias. Encuentro de Bibliotecarios de la UNAM,2 México: UNAM. Dirección General de Bibliotecas.

[http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/ITESO/Informacion\\_Institucional/Sobre ITESO/Mision\\_y\\_Orientacion.pdf](http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/ITESO/Informacion_Institucional/Sobre_ITESO/Mision_y_Orientacion.pdf)

[http://www.emagister.com.mx/iteso\\_universidad\\_jesuita\\_guadalajara\\_guadalajara-centrodetalles-51727-6606.htm#desc](http://www.emagister.com.mx/iteso_universidad_jesuita_guadalajara_guadalajara-centrodetalles-51727-6606.htm#desc)

# ANEXOS

## ANEXO I

### Guía de Tópicos

#### Jefes de departamento

1. Report
2. ¿Qué tan importante considera usted la investigación en general?
3. ¿Qué tipo de investigaciones realiza?
4. De las mencionadas, ¿Cuál considera usted que es la mas importante?
5. ¿Cuál es la que mas utiliza?
6. De las que utiliza nos podría decir, ¿Cuál es el medio en el que usted se apoya o el de su preferencia?  
(libros, revistas, Internet...)
7. ¿Por qué?
8. ¿Conoce usted lo que es SECOBI? (Obtener definición)
9. ¿Qué servicios conoce de SECOBI?
10. ¿Por qué medio se enteró de SECOBI?
11. ¿Ha visto publicidad de SECOBI?
12. ¿Ha asistido a hacer alguna consulta en el SECOBI?
13. ¿Cuáles son las ventajas que encontró al asistir?
14. ¿Y cuáles son las desventajas?
15. ¿Tiene usted alguna propuesta para mejorar el servicio del SECOBI?
16. ¿Qué aspectos considera usted importante respecto al servicio?
17. ¿Qué aspectos considera usted importante respecto a la información?
18. ¿Usted como jefe de departamento propone a los coordinadores de profesores, el uso del SECOBI?
19. ¿Qué sugiere o propone que debería de tener SECOBI para incrementar la demanda?
20. ¿Usted que opina si el personal de SECOBI visitara la academia a la que pertenece usted para promover sus servicios? ¿Y cuáles serían sus ventajas?
21. Que opina acerca de que el personal de SECOBI visitara los salones de alumnos para promover sus servicios.
22. Y ¿Qué ventajas le ve a que el personal de SECOBI visitara las oficinas de profesores de tiempo fijo y asinatura, para en su oficina capacitarlos y así promover el servicio?

## Guía de Tópicos

### Coordinadores

- 1 Report
- 2 ¿Qué tan importante considera usted la investigación en general?
- 3 ¿Qué tipo de investigaciones realiza?
- 4 De las mencionadas, ¿Cuál considera usted que es la mas importante?
- 5 ¿Cuál es la que mas utiliza?
- 6 De las que utiliza nos podría decir, ¿Cuál es el medio en el que usted se apoya o el de su preferencia? (libros, revistas, Internet...)
- 7 ¿Por qué?
- 8 ¿Conoce usted lo que es SECOBI? (Obtener definición)
- 9 ¿Qué servicios conoce de SECOBI?
- 10 Por qué medio se enteró de SECOBI?
- 11 ¿Ha visto publicidad de SECOBI?
- 12 ¿Ha asistido a hacer alguna consulta en el SECOBI?
- 13 ¿Cuáles son las ventajas que encontró al asistir?
- 14 ¿Y cuáles son las desventajas?
- 15 ¿Tiene usted alguna propuesta para mejorar el servicio del SECOBI?
- 16 ¿Qué aspectos considera usted importante respecto al servicio?
- 17 ¿Qué aspectos considera usted importante respecto a la información?
- 18 ¿Usted como coordinador propone a los profesores el uso del SECOBI?
- 19 ¿Qué sugiere o propone que debería de tener SECOBI para incrementar la demanda?
- 20 ¿Usted que opina si el personal de SECOBI visitara la academia a la que pertenece usted para promover sus servicios? ¿Y cuáles serían sus ventajas?
- 21 ¿Que opina acerca de que el personal de SECOBI visitara los salones de alumnos para promover sus servicios.
- 22 Y ¿Qué ventajas le ve a que el personal de SECOBI visitara las oficinas de profesores de tiempo fijo y asignatura, para en su oficina capacitarlos y así promover el servicio?

## Guía de Tópicos

### Profesores de asignatura (Tiempo Variable)

- 1 Report
- 2 ¿Cómo prepara su clase? (recursos/fuentes de información)
- 3 De todas las tareas que les solicita a sus alumnos, existen algunas que se relacionen con la biblioteca (ITESO)
- 4 ¿Cuáles recursos de la biblioteca utiliza?
- 5 ¿Conoce usted lo que es SECOBI?
- 6 ¿Que servicios conoce de SECOBI?
- 7 ¿Por qué medio se enteró de SECOBI?
- 8 ¿Ha visto publicidad de SECOBI?
- 9 ¿Ha asistido a hacer alguna consulta en SECOBI?
- 10 Cuáles son las ventajas que encontró al asistir?
- 11 Y cuáles son las desventajas?
- 12 ¿Tiene usted alguna propuesta para mejorar el servicio del SECOBI?
- 13 ¿Qué aspectos considera usted importante respecto al servicio?
- 14 ¿Qué aspectos considera usted importante respecto a la información?
- 15 ¿Usted propone/invita/sugiere a sus alumnos el uso del SECOBI?
- 16 ¿Qué sugiere/propone que debería tener SECOBI para incrementar la demanda?
- 17 ¿Usted que opina si el personal de SECOBI visitara la academia a la que pertenece usted para promover sus servicios? ¿Y cuáles serían sus ventajas?
- 18 Que opina acerca de que el personal de SECOBI visitara los salones de alumnos para promover sus servicios.
- 19 Y ¿Qué ventajas le ve a que el personal de SECOBI visitara las oficinas de profesores para promover el servicio

## ANEXO II

### Cuestionario para coordinadores y Maestros

Nombre _____
Departamento _____
Coordinador del área de _____
Maestro del Area de _____
Tiempo en el puesto _____

1. ¿Cuántas horas al día utiliza usted la computadora? \_\_\_\_\_

2. Para usted el uso de la computadora para buscar información lo considera:

\_\_\_ muy fácil    \_\_\_ fácil    \_\_\_ ni fácil ni difícil    \_\_\_ Muy difícil

3. ¿Cuántas horas al día utiliza usted Internet? \_\_\_\_\_

4. Cómo califica usted su manejo de Internet en una escala del 1 al 7 en donde uno es pésimo y siete es excelente

1    2    3    4    5    6    7

5. ¿Aproximadamente, qué porcentaje de inglés lee usted? \_\_\_\_\_

6. ¿Qué tan importante considera usted que los profesores envíen a los alumnos a la biblioteca para buscar información?

\_\_\_ muy importante    \_\_\_ algo importante    \_\_\_ poco importante    \_\_\_ nada importante

7. ¿Cuales son las herramientas de búsqueda que usted considera mejores para los alumnos? Reparta con porcentajes hasta sumar el 100% de acuerdo a su importancia.

\_\_\_\_\_ Libros

\_\_\_\_\_ Bases de datos

\_\_\_\_\_ Internet

8. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo se encuentra usted con la siguiente frase?

*“conozco los servicios que ofrece el departamento de SECOBI- Biblioteca”*

\_\_\_ Totalmente de acuerdo

\_\_\_ de acuerdo

\_\_\_ Indiferente

\_\_\_ En desacuerdo

\_\_\_ Totalmente en desacuerdo

9. ¿Cuál(es) servicios conoce de SECOBI?

\_\_\_ Asesoría en búsqueda de información

\_\_\_ Servicio de obtención de documentos

\_\_\_ Cursos de capacitación

\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

10. ¿Ha visto publicidad de SECOBI?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ Pasar pregunta 12

No recuerdo \_\_\_\_\_

11. ¿Por qué medio se enteró de SECOBI?

Notice                       Compañeros                       Otra gente  
 Magis                               Posters                               Otro  
 Cruce                      |                       Trípticos  
 Correo electrónico                       Cartelones y/o mantas

12. ¿Ha asistido a hacer alguna consulta en el SECOBI?

Si                       No  (Pasar a pregunta 16)                      No recuerdo

13. ¿En un semestre cuantas veces asiste a utilizar los servicios del SECOBI? \_\_\_\_\_

14. ¿Con que finalidad ha utilizado los servicios del SECOBI? Cuantifique las veces que ha sido para cada finalidad.

Profesional  
 Académica  
 Otros \_\_\_\_\_

Si ya ha asistido a SECOBI:

15. ¿Qué sugiere para mejorar el servicio?

16. ¿Usted como coordinador o profesor propone a los alumnos el uso del SECOBI para que realicen sus tareas o investigaciones?

Siempre     Casi siempre     Pocas veces     Casi nunca     Nunca

17. ¿Por qué?

Llenado por COORDINADORES

18. ¿cuánto tiempo estaría dispuesto proporcionarle al personal de SECOBI para que asista a la reunión de la academia?

15 minutos\_\_\_      30 minutos\_\_\_      1Hora\_\_\_      1 1/2 horas\_\_\_      2horas\_\_\_

19. ¿Cuántos profesores pertenecen a la academia que coordina?\_\_\_\_\_

20. Aproximadamente ¿Cuál es el porcentaje de asistencia promedio de los profesores a las reuniones de academia?

21. ¿Qué porcentaje de los profesores de su academia considera usted que recurre a las bases de datos para actualizarse en el ámbito académico?\_\_\_\_\_

22. Aproximadamente, ¿Cuántos profesores envían a los alumnos a consultar las bases de datos disponibles en web y en disco compacto?\_\_\_\_\_

23. ¿De que manera considera usted que sería mejor proporcionar a los servicios por parte de la Biblioteca si asistiera personal de SECOBI a su academia para dar a conocer los servicios?

Solamente teórica\_\_\_      Teórica y práctica\_\_\_      Solamente práctica\_\_\_

24. ¿Usted que opina si el personal de SECOBI acudiera a las oficinas particulares de los profesores de asignatura para promover sus servicios?

Completamente de acuerdo\_\_\_

De acuerdo\_\_\_

En desacuerdo\_\_\_

Completamente en desacuerdo\_\_\_

## Anexo III

### Plan de la Investigación exploratoria

Por medio de las entrevistas llevadas a cabo a jefes de departamento, coordinadores y profesores de asignatura se obtuvo información respecto a sus opiniones de la viabilidad para implementar las estrategias propuestas por SECOBI para lograr el incremento de la demanda en dicho servicio.

Se seleccionó esta técnica para obtener información (cualitativa) de la gente, generalmente es utilizada cuando es necesario obtener información de alguna persona especializada en un tema. Como técnica de investigación, la entrevista abarca diversas dimensiones ya que amplía y verifica el conocimiento científico.

Se tomó una muestra representativa de 18 entrevistados las cuales se distribuyeron de la siguiente forma: 4 a jefes de departamento; 8 a coordinadores de academias (profesores); 6 a profesores de asignatura (tiempo variable)

Se distribuyeron de esta manera por que el ITESO cuenta con 12 departamentos y se desea conocer la opinión respecto al tema de una persona de cada departamento independientemente el puesto o jefatura que tengan asignado (coordinador o jefe de departamento).

Se eligieron a los jefes de departamento y coordinadores que se ha tenido menor contacto por parte del SECOBI. Una vez aplicadas las entrevistas se decidió entrevistar a seis profesores de asignatura para conocer a este público.

De las cuatro entrevistas a jefes de departamento se distribuyeron de la siguiente manera: Everardo Camacho Gutiérrez (SPC); Leonor Ahuja Sánchez (EAF); Sofía Paula Cardona (ESO); Juan Jorge Hermosillo (PTI).

De las ocho entrevistas a coordinadores se distribuyeron de la siguiente manera: Ignacio Pamplona (CFI); Lorena Herrero (EVA); Ignacio Medina Núñez (SOJ); Miguel Ángel Alonso Flores (MAF); Andrea Fellner (HDU); Noe García (ESI); Pedro Juan de Velasco y Rivera (FIH); Ángel Samaniego (EAF).

De las seis entrevistas a profesores de asignatura de tiempo variable se distribuyeron de la siguiente manera: Graciela Casillas (EAF); Sergio Escamilla (SOJ); Ulises Corona (CFH); Rigoberto Gallardo (CFS); Eleonora López Gaxiola (HDU); María Guadalupe Álvarez (SOJ).

Se elaboraron 3 guías de tópicos para entrevistar al público objetivo específico. Ver capítulo de Anexos.

Se transcribieron las entrevistas y a partir de eso se desarrolló una matriz en donde se analizó la información por tópicos, en el caso de coordinadores y jefes de departamento se hizo una interpretación de cada uno y después de las dos. En el caso de los profesores se realizó el análisis por tópicos con una interpretación por tópico.

La mayoría de los entrevistados demostraron cierta consistencia en sus respuestas a cada tópico de tal forma que esto dió pie a continuar con la investigación descriptiva por medio de encuestas a profesores de tiempo variable (universo mayor) para obtener datos cuantitativos de la información.

### 3.3 Investigación descriptiva o concluyente

#### *Objetivo General y objetivos específicos*

Evaluar con los coordinadores de unidades académicas y con profesores de tiempo fijo y variable la viabilidad de implementar las siguientes estrategias propuestas:

- a) visita a la academia (reuniones de profesores)
- b) visita al aula para dirigir el aprendizaje tanto de los alumnos como profesores al mismo tiempo
- c) visita a la oficina del profesor
- d) a + b

También identificar ventajas y desventajas percibidas de cada una de las estrategias.

- Identificar que porcentaje de los profesores y coordinadores del ITESO conoce e identifica todos o algunos de los servicios que brinda SECOBI y lo ha utilizado.
- Identificar las ventajas y desventajas que el usuario encontró al momento de utilizar el servicio.

- Identificar los factores que contribuyen a que los usuarios no utilizan el servicio de SECOBI.
- Conocer los aspectos importantes que exige el usuario para utilizar este tipo de servicio.
- Conocer el impacto que ha generado la publicidad generada para SECOBI.
- Evaluar las estrategias propuestas por el SECOBI para su promoción.
- Identificar el tiempo que permitirían asignar a la capacitación o sesión informativa de recursos y/o servicios que ofrece SECOBI.
- Identificar el número de profesores que pertenecen a la academia.
- Identificar el porcentaje de lectura del Inglés.
- Identificar la frecuencia de uso de computadora
- Determinar las necesidades y preferencias de los coordinadores docentes en cuanto a: número de profesores a cargo; tiempo disponible para asistir al curso y el tipo de curso requerido.

#### *Hipótesis*

- Los coordinadores de academias de profesores conoce el SECOBI pero no tiene muy claro los servicios que ofrece, ni de lo que se trata. Saben que pueden encontrar datos en red.
- Los coordinadores y profesores se enteraron que existe SECOBI por medios de comunicación internos en el iteso (CRUCE, MAGIS, Notice, correo electrónico, compañeros).
- Los coordinadores y profesores opinan que hay poca publicidad ya que no la recuerdan con facilidad.
- La información que requieren los coordinadores y jefes de departamento la encuentran en Internet utilizando recursos gratuitos.
- El 70% de los coordinadores y profesores se inclina por la estrategia de visitar personal de SECOBI a la academia a la que pertenecen para dar a conocer los servicios del mismo

*Tipo de encuesta a realizar:* Encuesta personal ya que fuera del salón se les pedirá a los profesores que la contesten aprovechando que ya se encuentran en el ITESO.

*Cuestionario:* El instrumento que se propone utilizar es el cuestionario para obtener resultados precisos en las encuestas. La relevancia (información necesaria) y la precisión (confiable y válida) son los criterios básicos para juzgar los resultados de los cuestionarios.

*Muestreo:* El sujeto de estudio de la investigación fueron: Coordinadores, profesores de tiempo fijo y asignatura de las licenciaturas y postgrados del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.

*Marco muestral:* Directorio de profesores y coordinadores de las diferentes áreas del ITESO, proporcionado por la oficina de servicios escolares.

*Tipo de muestreo:* Estratificado ya que se agruparon las diferentes carreras en tres grandes áreas como son:

- Área de Ciencias Sociales que incluye las carreras y/o departamentos: Centro de formación humana, Centro de Lenguas, Departamento de Educación y Valores, Departamento de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos, Departamento de Estudios Socioculturales, Departamento de Filosofía y Humanidades, Departamento de Salud Psicología y Comunidad, Departamento. del Hábitat y Desarrollo Urbano, Educación Física, Centro de Formación Humana, Promoción Cultural, Servicios Comunitarios, Integración y Desarrollo Universidad Empresa, Investigación y Formación Social, Centro Universitario Ignaciano Dirección de Integración Comunitaria, Educación Continua con un **total de 667** profesores y coordinadores de tiempo fijo y asignatura.
- Área administrativa que incluye las carreras y/o departamentos: Departamento de Economía, Administración y Finanzas, Departamento de Procesos de Intercambio Comercial, Dirección General Académica, Dirección de Relaciones Externas, Dirección ITESO, A.C., Publicidad, Oficina de Compras, Oficina de Contabilidad, Servicios Generales, Oficina de Tesorería, Rectoría, Subdirección de Servicios Escolares, Subdirección de Biblioteca con un **total de 256** profesores y coordinadores de tiempo fijo y asignatura.
- Área de Sistemas que incluye las carreras y/o departamentos: Departamento de Electrónica, Sistemas e Informática, Departamento de Matemáticas y Física, Departamento de Procesos Tecnológicos e

Industriales. Oficina de Sistemas de Información con un **total de 252** profesores y coordinadores de tiempo fijo y asignatura.

Una vez definidos los estratos la forma de contactar a los sujetos de estudio de la investigación será por salto sistemático porque se pretende abarcar todos los departamentos.

El procedimiento de dicho muestreo consiste en seleccionar un punto de inicio mediante un proceso aleatorio y después se selecciona cada n-ésimo número de la lista (directorío). Dicho cuestionario se aplicará a la salida de su horario de clases en las instalaciones del ITESO.

#### *Tamaño de la muestra*

Partiendo de la siguiente hipótesis de trabajo: "El 50% de los maestros y coordinadores no conoce el servicio del SECOBI y el 50% restante sí lo conoce"; No se tiene información previa que permita establecer una proporción diferente, con la finalidad de modificar dicha hipótesis y para acercarla a la realidad se realizó un estudio piloto de 80 encuestas y se cuantificó la proporción de maestros que si conoce el servicio.

Un elemento más del tamaño de la muestra es el nivel de confianza que se define como la seguridad de que los datos permanecerán semejantes a lo largo del tiempo, como la forma de buscar la información por medio de formato electrónico, es cambiante se estableció un nivel de confianza del 95% que proporciona la seguridad de que si se realizan 100 estudios parecidos, 95 serán semejantes y el resto diferentes, esto aporta una alta seguridad en los resultados pero no afecta tanto al costo y número de encuestas a realizar.

Por último se estableció un margen de error (es decir una variación en la información que el estudio proporcionará porque estamos realizando una muestra y no un censo), del 6.25% esto en función de que la población puede considerarse un cierto grado de homogeneidad porque la mayoría coinciden en su quehacer que es la docencia, partiendo de normas /reglamentos/ principios que el ITESO proclama.

Aplicando la formula para universos finitos se cuenta con el total de la población que es de 1,175 personas.

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

Como el muestreo seleccionado es estratificado el total de la muestra se distribuyó de forma proporcional a la muestra obteniendo los siguientes datos:

	Encuestas	Error
Ciencias sociales	70	11.7%
Administrativa	70	11.95%
Sistemas	70	11.71%
Coordinadores	35	16.56%

El error de 6.25 es para el total de las encuestas que serán 245 y cada estrato de forma independiente tiene un error específico en tanto como se aprecia en la tabla.

#### *Implementación del muestreo*

Para la selección de los sujetos de estudio se partió del marco muestral de cada uno de los estratos establecidos y se estableció el coeficiente de elevación, como el número que indicará cada cuantos elementos se debe realizar el salto, esto con la finalidad de que todos los elementos tengan la misma oportunidad de ser entrevistados

En la investigación exploratoria realizada anteriormente se entrevistó a 4 jefes de departamento, a 8 coordinadores y a 5 profesores de asignatura. Por lo tanto se restarán del total para cada público correspondiente.

En el caso del área de ciencias sociales, el salto se realizará cada 10 personas pues el coeficiente de elevación (K) fue:  $K = N/n$        $K = 10$

Para dar inicio a la selección de los sujetos de estudio en el caso del Área de Ciencias Sociales se eligió un primer número de la tabla de número aleatorios que se encuentre entre el 1 y 10, en este caso el número es 4 a

partir de allí al número 14 de la lista se le aplica la encuesta, enseguida al 24 y así sucesivamente, en caso de no localizar al sujeto entonces se sustituirá con el inmediato inferior y de allí se continuara con el muestreo.

En el caso del área administrativa, el salto se realizará cada 4 personas pues el coeficiente de elevación (K) fue:

$$K = 256 / 70 \quad K = 4$$

En el caso del área de sistemas, el salto se realizará cada 6 personas pues el coeficiente de elevación (K) fue:

$$K = 252 / 70 \quad K = 6$$

En el caso de los coordinadores, el salto se realizará cada 2 personas pues el coeficiente de elevación (K) fue:

$$K = 60 / 35 \quad K = 2$$

#### *Análisis de la información*

Se aplicó el cuestionario a profesores de tiempo fijo y asignatura con la siguiente clasificación:

Área administrativa	68
Área de sistemas	77
Área ciencias sociales	98
	-----
Total	243

El Área Administrativa incluye: Departamento de Economía, Administración y Finanzas, Departamento de Procesos de Intercambio Comercial, Dirección General Académica, Dirección de Relaciones Externas, Dirección ITESO, A.C., Publicidad, Oficina de Compras, Oficina de Contabilidad, Servicios Generales, Oficina de Tesorería, Rectoría, Subdirección de Servicios Escolares, Subdirección de Biblioteca.

El Área de Ciencias Sociales incluye: Centro de formación humana, Centro de Lenguas, Departamento de Educación y Valores, Departamento de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos, Departamento de Estudios Socioculturales, Departamento de Filosofía y Humanidades, Departamento de Salud Psicología y Comunidad, Departamento. del Hábitat y Desarrollo Urbano, Educación Física, Centro de Formación Humana, Promoción

Cultural, Servicios Comunitarios, Integración y Desarrollo Universidad Empresa, Investigación y Formación Social, Centro Universitario Ignaciano Dirección de Integración Comunitaria, Educación Continua

El Area de Sistemas incluye: Departamento de Electrónica, Sistemas e Informática, Departamento de Matemáticas y Física, Departamento de Procesos Tecnológicos e Industriales

Si se aplica la formula para universos finitos, se cuenta con el total de la población que es de 1,175 personas.

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2}$$

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

El error de 6.25 es para el total de las encuestas que se aplicaron 243 y cada estrato de forma independiente tiene un error específico.