

nes que hacemos en la actualidad alrededor de lo que deben ser los servicios de calidad que ofrecemos desde una institución como la nuestra, que no es del Estado, sino una asociación civil sin fines de lucro que depende de un subsidio para poder realizar nuestros servicios. De ahí la importancia de la reflexión que quiero transmitirles acerca de lo que deben ser los servicios que se deben ofrecer para poder obtener hoy en día apoyo del Estado, o de la empresa privada. Hay una estrecha relación entre la posibilidad de subsistir de instituciones como la nuestra, como el Banco del Libro de Venezuela, que ofrecen servicios de información pero que no es del Estado, y el problema de la calidad y del mercadeo de sus servicios, de manera de poder obtener los recursos y el apoyo financiero que necesita para poder subsistir. Cualquier reflexión se enmarca en un contexto global, internacional, mundial, que está determinando el destino en términos generales de todas las acciones institucionales y sociales que se realizan actualmente en el mundo entero.

Yo diría que hay cuatro circunstancias que engloban y que determinan esa realidad mundial. En primer lugar, el fenómeno que hemos vivido en la década de los 90, de ruptura de las visiones globales del mundo, ha habido un proceso por todos conocido que culmina simbólicamente con la caída del Muro de Berlín, aunque no es en sí mismo la caída del Muro del Berlín un hecho de fondo sino la expresión de un largo proceso, de un fenómeno que ha conducido a que las visiones del mundo que se traían desde el siglo XIX, que tendían a explicar todo lo que sucedía en términos históricos globales, en términos de progreso, de que las naciones se transforman para pasar de unos estadios de desarrollo cada vez superiores y más complejos, que todo es explicable a través de las leyes que están por detrás de los procesos sociales históricos o de las que están detrás de los fenómenos naturales. Esa visión ha quedado rota en el siglo XX y hay múltiples factores que conducen a ello, de tipo científico, filosófico, político, social, etc. Lo cierto es que esa visión ha quedado rota y esa ruptura es ampliamente estudiada y discutida bajo un concepto tremendamente polémico, el de la Post-Modernidad. Se habla hoy en día de una sociedad post-moderna, una de cuyas características es la pérdida de la visión global histórica de los fenómenos sociales.

La segunda circunstancia que actualmente incide sobre cualquier fenómeno mundial es la globalización de la economía a través de procesos que se iniciaron en la Segunda Guerra Mundial. Hoy en día existe una gigantesca estructura económica que encadena las grandes y las pequeñas economías

en un proceso interdependiente e interactuante del cual nadie puede escapar. Vivo en un país que está precisamente en este instante, según dicen sociólogos y economistas, viviendo la crisis más profunda de su historia republicana, como resultado precisamente de esa concatenación de la globalización de la economía, que parece no fue bien entendida por nuestros dirigentes de Estado.

La tercera circunstancia es la globalización de las comunicaciones. Quienes trabajamos en el medio de la información oímos hablar todos los días de la revolución de las nuevas tecnologías informacionales, que en realidad no es una revolución de las tecnologías de la información sino en términos más generales una gigantesca revolución de las tecnologías de la comunicación, que han traído como consecuencia paralela a la globalización de la economía una globalización de la comunicación junto a la posibilidad de que individuos o instituciones ubicadas en cualquier parte del mundo puedan comunicarse en forma instantánea con otras que estén en cualquier otro lugar del mundo. Es un hecho que conmueve la vida social contemporánea.

El cuarto fenómeno es como una reacción a todos los anteriores, es algo que además nos afecta profundamente y que caracterizaría como la exacerbación de los sentimientos nacionales y regionales, una respuesta a esta generalización y globalización. La pérdida de las visiones explicativas de la sociedad mundial como un todo han traído como consecuencia un renacimiento de las visiones nacionalistas, regionales, grupales, desde múltiples puntos de vista. Se manifiestan positivamente en un renacer de las culturas nacionales y regionales; se manifiestan lamentablemente en las confrontaciones bélicas que estamos sufriendo en el mundo entero, como la de Bosnia, por ejemplo, o toda la problemática Arabe-Israelí llevada hasta sus últimas consecuencias.

Los servicios de información, los archivos, las bibliotecas, los centros de documentación y otros servicios de información no escapan a estas cuatro circunstancias que inciden sobre la realidad de nuestros servicios de información, diría que de cuatro maneras diferentes, o a través de cuatro efectos que podrían ser identificados y que signan la realidad actual de nuestros servicios y la posibilidad de su desarrollo futuro. Esos cuatro efectos son, en primer lugar, que los mercados para la producción en el mundo son cada vez más amplios; en segundo lugar, que las necesidades de información como resultado de esa ampliación y diversificación de los mercados y esa

diversificación de los mercados son cada vez más variadas; tercero que las nuevas tecnologías de la información son cada vez más accesibles, lo cual trae como consecuencia que el acceso a la información sea cada vez más diversificado, lo que constituye el cuarto elemento.

Cuando digo que los mercados son cada vez más amplios quiero decir que si antes la información, y aquella que nos interesa a nosotros particularmente que es la información sostenida, guardada, difundida en forma de documento, tenía como mercado o era utilizada por usuarios del sector académico, del sector de investigación, del mundo estudiantil y de manera muy colateral, secundaria y limitada a los sectores administrativos y empresariales. Hoy en día la necesidad de información es perentoria a todos los niveles, la amplificación de los mercados es general. La ruptura de la barrera de los mercados como resultado de la globalización de la economía trae como consecuencia de que los empresarios encuentren una competencia de hoy para mañana con artículos producidos en cualquier parte del mundo y frente a los cuales ellos tienen que ofrecer artículos con la misma calidad y a un mismo precio; eso obliga al empresario a buscar información tanto sobre qué está produciendo y ofreciendo la competencia, como a buscar información sobre qué hacer con el producto, qué tecnología va a permitir que yo pueda producir con la misma calidad, qué tecnología va a permitir que yo pueda producir al menor costo posible y, además de mi mercado nacional, dónde más puedo yo salir a ubicar mi producto.

La globalización de la economía se expresa en la mercantilización general de la producción. Ese es el fenómeno del que todos oímos criticar y hablar cotidianamente en la prensa, bajo el nombre de neoliberalismo, e independientemente de la posición que se deba tener frente a él es un hecho que el que quiera producir cualquier cosa tiene que afrontar dos problemas: el que pueda encontrar un producto similar en su mercado inmediato proveniente de cualquier parte del mundo; o llegar a colocar su producto en cualquier parte del mundo, siempre y cuando sea capaz de producirlo con la calidad y al costo en que sus competidores lo producen. Es en la solución de ese problema donde nos vemos involucrados los que trabajamos en información. La solución para ese problema no está en la información sino que la información se transforma, en consecuencia, en un insumo de la producción, en un elemento fundamental para moverse en este proceso de globalización de la economía, de mercantilización global de la producción. La información se

transforma en una mercancía que sale al mercado a competir como insumo para la producción de cualquier otro producto de los que se ofrecen en el marco de las economías nacionales e internacionales. Este es el resultado de las cuatro consecuencias mencionadas anteriormente.

Los mercados se hacen cada vez más amplios y la necesidad de la información es cada vez más variada porque no está referida solamente al quehacer académico y al profesor o al investigador, sino que tenemos un mundo nuevo de usuarios, un tipo diferente de necesidad de información que satisfacer. Las nuevas técnicas son cada vez más accesibles, la globalización de la comunicación es posible precisamente por el desarrollo de las tecnologías basadas en la computación, por una parte, y en las telecomunicaciones, por la otra. El desarrollo de la telemática ha traído como consecuencia el desarrollo de la microcomputación y de la computación personal permitiéndole que cualquiera desde cualquier lugar pueda acceder a esos procesos de comunicación global, desde la casa, desde la oficina, en un sitio público, desde cualquier lugar, si se tienen las facilidades económicas bien sea si lo va a usar en términos personales o la institución donde trabaja, si es que va a ser uso institucional; o que viva en una sociedad que haya tomado conciencia de este fenómeno y ya ofrezca la posibilidad del acceso a estas tecnologías como servicio público, cosa que sucede ampliamente en Europa y Estados Unidos, donde hay centros para transmitir y recibir mensajes de correo electrónico, fax, etc., fuera de la casa o fuera de la oficina. Esta es la globalización de las comunicaciones.

Una de las causas de este fenómeno es que el desarrollo de las nuevas tecnologías hacen cada vez más accesible aquello que estaba reservado a personas profesionales o cuyo oficio era el manejo de la computación y de las telecomunicaciones y hoy en día es accesible a cualquiera de nosotros con un mínimo de formación y con un mínimo de inversión a la hora de poder usar esos servicios. En consecuencia, y como resultado de ambas cosas, de la diversificación de las necesidades de información y el cada vez más fácil acceso a las tecnologías, el cuarto elemento que señalé, que es el acceso a la información, es cada vez más diversificado. Ahora, para obtener un dato, para obtener la síntesis de una teoría o para obtener la teoría completa, no sólo se acude al libro como toda la vida se hizo, o a los artículos de revistas ahí donde estén bien procesadas y accesibles como Centros de Documentación y Bibliotecas, o a la documentación que se presenta en eso que llamamos

literatura gris, la de seminarios como este, congresos, conferencias, etc., o a documentos que se guardan en archivos históricos o en archivos institucionales sino que puedo recurrir a muchas más fuentes de información, a bases de datos internacionales de acceso a través de las telecomunicaciones, que permiten obtener lo mismo que antes se obtenía en libros, en revistas o en documentos.

Como consecuencia de esto se da, a su vez, una ampliación y diversificación cada vez mayor del ámbito de usuarios y de servicios en oferta en el mundo de la documentación y de la información, que es donde quedamos involucrados en el proceso los archiveros, ciertamente desde el punto de vista de los usuarios. Tradicionalmente bibliotecas, centros de documentación, archivos y servicios similares atendían o servían de apoyo al mundo académico, a la investigación, a la escuela, a la memoria administrativa, hoy en día la demanda exige que esos servicios sirvan de apoyo también a la Gerencia Política, a la Gerencia Empresarial, a la Ingeniería Industrial, quienes dirigen el Estado en cualquiera de sus instancias requieren cada vez más y de forma perentoria, información para la toma de decisiones; quienes hayan estado relacionados con la Gerencia del Estado saben que tradicionalmente nuestros Estados latinoamericanos han funcionado casi sin información, con la que está en su archivo y cuando más, con la información que está en la experiencia de quienes están tomando las decisiones. Pero un proceso de información especialmente concebido para la toma de decisiones cotidianas o especiales en nuestros Estados es una realidad absolutamente nueva.

La gerencia empresarial se ha transformado en un nuevo campo de usuarios para los servicios de información llamado Ingeniería Industrial. La Ingeniería Industrial significa revisión de los procesos de producción y tiene como fin que se adecúen los procesos para producir cualquier cosa, a las necesidades, realidades, costos y competencia. Es posible hacerlo sólo en la medida que se tenga información sobre cómo funcionan las cosas, qué tecnología hay disponible, en qué ámbito, a quiénes vamos a ofrecer la mercancía que vamos a producir, etc.

Las Bibliotecas, los centros de documentación y los archivos que eran los centros de servicios de información tradicionales, cuentan hoy con competidores extraordinarios en los servicios de bases de datos y consulta en línea, que no están ubicados, que no son identificables, que son incluso virtuales, porque uno hace uso de ellos sin saber quiénes son, ni dónde están, ni cómo son, ni que espacio tienen, ni de qué color son sus paredes.

Otra competencia son los centros de suministro de documentos. En los que ya mencionamos, podemos conseguir información bibliográfica, datos, respuestas a las preguntas que se planteen; estos centros de suministro de documentos funcionan por intermedio de las nuevas tecnologías virtuales. Un usuario anda buscando tal artículo de la profesora Myriam Mejía de Godoy, entra en un servicio en línea, localiza el artículo, llena un formato, lo pide y media hora después lo tiene por fax, en la oficina o en la casa. Este tipo de servicios se multiplican cada vez más en ámbitos nacionales, regionales como en América Latina e internacionales.

Por último, ha surgido un nuevo tipo de servicio muy institucionalizado en los países llamados del primer mundo y cada vez tiene más presencia en los países latinoamericanos, que es el servicio de "corretaje" de información. Son individuos o empresas cuya función es servir de intermediarios por teléfono o personalmente, el usuario llama, plantea su necesidad de información y se olvida de eso. En la tarde, al día siguiente, tres días después, dependiendo de la información que ha pedido, la información le es entregada por el servicio en forma de documento, en forma de dato o en forma de audiovisual, como se haya requerido. Este servicio de corretaje de información utiliza los otros, bien sea los tradicionales, bien sea los nuevos servicios de suministro de documentos o de consulta de bases de datos y consulta en línea.

Todas esas circunstancias nos llevan a pensar que los servicios tradicionales en los cuales nosotros trabajamos, bibliotecas, centros de documentación y archivo, se ven hoy impedidos a reconocer que, en primer lugar, el ámbito de usuarios que tienen coloca los servicios también en el mercado; para cumplir con nuestra misión plenamente, atendiendo al mundo nuevo de usuarios, tenemos que entrar y lanzar nuestra información al mercado y lo tenemos que hacer compitiendo con nuevos servicios que ya están en el mercado, que son diferentes a los servicios mercadeables. Es necesario demostrar al mundo global de usuarios, los de antes y los de ahora, que somos capaces de ofrecer mejor, con más calidad, más rápido, de manera más eficiente, la información que ellos necesitan para mantener nuestra dinámica social de servir a quien tenemos que servir. Pero también es necesario demostrárselo a las instituciones que nos mantienen, que no somos sustituibles por estos nuevos servicios de información que están en el mercado, que no es suficiente con que sea más barato conseguir el documento a través de un intermediario, de un corredor de información que lo va a conseguir en 24 horas, que nuestros servicios tienen ventajas competitivas frente aquellos.

Esto nos obliga a pensar en nuestros servicios de una manera competitiva. Para ello me baso en una concepción de mercadeo que significa colocar un bien o servicio en el mercado después de:

- a. Haberlo concebido de acuerdo con las necesidades de sus futuros usuarios;
- b. Haberlo producido de acuerdo con las normas de calidad que lo hagan competitivo.

Es decir mercadear cualquier producto, mercadear un servicio de información en particular, significa ser capaz de comprender, de entender, de descubrir, de localizar, qué necesidad de información específica puedo yo satisfacer en primer lugar y en segundo lugar, elaborar un producto que satisfaga esa necesidad de información; pero en términos de calidad, si el usuario necesita un documento yo debo ser capaz de ofrecérselo de manera tal, que el usuario prefiera venir a pedirme el documento a mi centro de documentación, biblioteca o archivo, a salir a pedírselo a una empresa de corretaje de información o intentar conseguirlo a través de un servicio internacional de suministro de documentos.

En consecuencia, competir para nosotros en el campo de la información significa dos cosas: primero, focalizar el objetivo de nuestro servicio en las necesidades del usuario, salirnos del servicio hacia el usuario para después regresar al servicio, es la primera acción de cambio profundo que tenemos que lograr en nuestro servicio; y la segunda acción que tenemos que realizar, es revisar la calidad a partir de un concepto de calidad de los servicios de información. Ambas cosas, focalizar en el usuario y revisar la calidad, traerán como consecuencia que nosotros a partir de ahora cambiemos nuestro concepto de servicio y prestemos servicios haciendo inteligencia para mercadear. Acabo de introducir un concepto del cual voy hablar ampliamente después que dé el concepto de inteligencia, fundamental a mi juicio en el manejo de los servicios de información contemporánea.

Preocupémonos entonces primero por cada una de las cosas que acabo de decir, por un lado focalizarnos en el usuario y por otro revisar la calidad. Empecemos por ver qué significa focalizarnos en el usuario. Si nosotros hacemos un análisis de la historia de los servicios de información vamos a ver que de los años 40 hacia acá de una manera paulatina los servicios de información, centros de documentación, bibliotecas y archivos localizaron su acción primero en el soporte, la gran preocupación antes e inmediatamente después de la Guerra Mundial era el soporte de la información, es decir tener el libro, tener el

documento, preservarlo, ser capaz de describirlo hasta sus últimas consecuencias, centrar la atención en hacerlo ver imperecedero.

En un segundo momento, después de la Segunda Guerra Mundial, a partir de los cincuenta y sobre todo en los sesenta la focalización de nuestra acción pasó del soporte a los sistemas de recuperación de información, a la localización del usuario de la información del documento, empezamos a preocuparnos por sistemas de clasificación, de catalogación más expeditos, más precisos que fueran capaces de alcanzar hasta el dato que esta inmerso en el conjunto de información que antes con un encabezamiento de materia quedaba demasiado general.

Nacieron los sistemas descriptores, la utilización de los tesauros, los distintos sistemas de recuperación de información que después formaron parte de la columna vertebral de los llamados centros de documentación y nació un concepto que primero fue un concepto, después fue un tipo de servicio de documentación, el concepto de conseguir el soporte en el cual estaba la información como eso, un soporte y que lo importante para el servicio era la información contenida en este soporte, ahí nace el concepto de documentación, es decir que la acción de la biblioteca, -así lo plantearon los bibliotecólogos norteamericanos primero y los europeos después en los años 50, que la función de la biblioteca no era simplemente guardar la memoria científica e intelectual de la humanidad en sus libros, sino era la de documentar la acción docente y científica en el mundo, así es como nace la documentación, como resultado de esta acción se pasó a la focalización de los sistemas de recuperación, estableciendo así relación más estrecha y cercana a los usuarios.

La diversificación de los servicios tradicionales de consulta trajo como consecuencia que empezáramos a ofrecer servicios circulantes de distinto tipo, servicios de diseminación de información, servicio de alerta, servicio de suministro de documentos a distancia, pero siempre todavía pensando en que ésto es lo que tenemos y ofrecemos.

El último salto es que tenemos entonces que pasar de esa preocupación que nos atenaza sobre los servicios a los usuarios. Tenemos que actuar a la inversa de como estamos actuando, en la actualidad nos preguntamos, qué tenemos, cómo lo podemos hacer mejor y ahora que lo tenemos muy bien hecho vamos a salir a buscar que usuario lo necesita. El proceso debe ser al revés y viendo además el esquema que están planteándose las empresas en su

proceso de modernización, según los principios de calidad total, son cuatro preguntas que las empresas se hacen y que nosotros debemos hacernos.

En primer lugar, cuál es nuestro negocio, cuál es nuestra especialidad, la información que tenemos a qué ámbito de conocimiento humano se refiere; en segundo lugar, quién nos necesita, qué sector de población necesita el tipo de información que nosotros tenemos y de ahí inferir inmediatamente qué es lo que necesita, que sería la tercera pregunta: una vez que sabemos quien nos necesita tenemos que salir a averiguar qué es lo que necesita de nosotros y cómo lo necesita; entonces la cuarta pregunta es cómo podemos hacer nosotros para ofrecer la información que realmente ese usuario necesita y la forma en que la necesita. A la hora de focalizar la atención en el usuario nos vamos a encontrar que cada vez más, sobre todo en la medida en que el ámbito de usuarios sea ampliado al mundo de la gerencia política, de la gerencia empresarial y de la reingeniería y en la medida que el mundo global de la actividad humana se haga más competitivo y complejo también los usuarios tradicionales, académicos, investigadores, etc. necesitarán cada vez más una información concreta. Tradicionalmente un servicio de información de calidad se basaba en la premisa de ofrecer lo pertinente, lo relevante, de una manera oportuna y en cantidad suficiente como para que el usuario encuentre esa información relevante, pertinente y oportunamente ofrecida cuando la necesita.

Tradicionalmente nos sentimos muy orgullosos cuando un usuario pide información sobre un tema determinado y nosotros nos presentamos con 45 documentos excelentes que tratan exactamente lo que el quiere y se lo presentamos 15 días antes de que el tenga que presentar su trabajo o para la conferencia que va a dar. El concepto de pertinente, relevante, oportuno y cantidad de información, son los elementos que configuraban la concepción tradicional del servicio de calidad, hoy en día a ese conjunto hay que agregarle la variable *indispensabilidad* que rompe con la cantidad mencionada antes. Primero, debemos saber cuál es la necesidad específica que tiene el usuario a partir de ahí buscar la información que sea relevante, pertinente y ofrecerla oportunamente ya que le es indispensable para que solucione su necesidad, eso es el concepto de *inteligencia*. Hacer inteligencia significa: «el proceso mediante el cual una sociedad, organización, persona o individuo adquiere información, la procesa, la almacena, la evalúa». Hasta aquí es lo que nosotros hacemos, no ha variado nada y la usa para la acción, aquí es

donde está la parte importante del concepto de inteligencia, «ofrecer información para la acción».

Ubiquémonos en la situación de un gerente que pasado mañana tiene que reunirse con la junta directiva y tiene que proponer la compra de la patente A o de la patente B. Si usted tiene que proponer la compra de una patente para llevar adelante un proceso de reingeniería y adaptársela a un servicio de información y ese servicio de información le presenta oportunamente 25 patentes que tienen que ver con el problema que el tiene que solucionar, pero resulta que él tendría que dedicarse a estudiar las 25 patentes para ver cuál es la que le conviene. Hasta presentarle las 25 patentes hemos prestado un servicio de información. Si nosotros a partir de la necesidad específica del usuario le ofrecemos las dos que serían indispensables que reunieran las condiciones máximas de su necesidad y a partir de la cual el puede tomar una decisión estaríamos haciendo inteligencia; este es un concepto que ha sido ampliamente desarrollado por la escuela de Bibliotecología y Ciencias la Información en Inglaterra, de la cual es profesor el señor Blase, es un concepto que se desarrolla a partir de la constatación precisamente de la necesidad que existe de compensar los servicios de información en términos de competitividad, calidad y mercadeo.

En consecuencia para ofrecer un servicio de calidad en la actualidad es necesario reconcebir el servicio en términos de inteligencia, es decir, hay que hacer reingeniería de nuestros procesos para ser capaces en primer lugar, de identificar la necesidad concreta de los usuarios que nosotros servimos, en segundo lugar, ser capaces de concebir productos que satisfagan esas necesidades concretas y específicas, en la medida de lo posible adelantándonos al usuario mismo que es lo que es el mercadeo en última instancia. Si nosotros hemos logrado identificar necesidades, si somos capaces de definir un producto que satisfaga esa necesidad, podemos salir a ofrecer nuestro producto aún antes de que el usuario lo exija, eso es lo que es hacer inteligencia y es una de las condiciones, a mi juicio, de la calidad de los servicios de información contemporáneos que yo quería transmitirles a ustedes aquí.

De lo dicho antes podríamos aventurar una primera definición: la calidad de un servicio de información depende de su capacidad para satisfacer las necesidades de sus usuarios con productos cuyas características los distinguen positivamente de otros similares y por medio de servicios que permitan la adquisición o uso de forma afín, confiable y agradable. Este concepto implica tres dimensiones de la calidad:

La primera dimensión, es el proceso mediante el cual nosotros vamos a producir la información en función de necesidades de los usuarios.

La segunda y tercera dimensión son los medios por los cuales nosotros nos llevamos nuestra información hasta el usuario y su necesidad, es decir, servicios y productos. Lo anterior concluye que la calidad tiene tres dimensiones: el producto, el servicio por medio del cual nosotros hacemos que el usuario tenga acceso al producto y los procesos que están por detrás de productos y servicios destinados a garantizar que tanto el servicio como el producto satisfaga la necesidad del usuario.

De lo dicho anteriormente se desprende que en la clave de la concepción de calidad está el proceso, la dimensión proceso es determinante de la dimensión servicio y de la dimensión producto. El proceso para la calidad ha sido ampliamente analizado por quienes ofrecen hoy en día a partir del análisis, el éxito. Un colega nuestro que se llama Tesco Sarachevic profesor de una universidad norteamericana llevó a la feria de Guadalajara un evento que se llama Latín Basen de 1993, una síntesis aplicable a los servicios de información de lo que son los procesos de calidad total, esa síntesis consta de siete elementos, a saber:

En primer lugar, foco en el usuario, todo proceso empieza por investigar, determinar, delimitar las necesidades de los usuarios que debemos atender.

En segundo lugar, información y medición de la forma en que nosotros estamos realmente satisfaciendo las necesidades de los usuarios.

El tercer elemento, es lo que se conoce con el nombre de *Bench Marking* que significa investigación permanente de las tecnologías de punta, es decir, en la medida en que estamos prestando un servicio, estamos midiendo si realmente satisface la necesidad del usuario. Paralelamente a ese proceso nosotros debemos estar pendientes de ver qué están haciendo los demás y poder determinar quien lo está haciendo mejor y porqué. Cada vez que descubramos que alguien lo está haciendo mejor que nosotros averiguar porqué?, es decir cuáles son las características del producto que ofrecen y cuáles son las ventajas que tiene sobre el nuestro, qué tecnologías utilizan que nosotros no estemos utilizando, que tecnologías hay en el mercado que pueden contribuir al desarrollo de nuestro proceso; de ahí el concepto de la inteligencia. Tradicionalmente hacer inteligencia significa averiguar qué necesita el usuario, y cuál es la mejor manera en la que yo puedo satisfacer esa necesidad.

El cuarto elemento es la aplicación de los dos anteriores, en la medida que yo voy haciendo Bench Marking voy descubriendo que hay procedimientos, tecnologías, servicios y productos mejores que los que yo ofrezco, de ahí que tengo que mejorar continuamente, tengo que cambiar la forma en que yo opero, tengo que cambiar mis procesos, entonces el cuarto elemento de un proceso de calidad total es el mejoramiento continuo.

El quinto elemento, significa gerenciar con los hechos, estar mejorando continuamente en la medida en que constatamos qué sucede en el entorno en que estamos actuando.

El sexto, que es el último componente, es gerenciar con la gente, es uno de los componentes del proceso de calidad total que más difusión ha tenido. Gerenciar con la gente quiere decir, gerenciar con todos los que me acompañan en el proceso, oírlos, plantearles el problema, recibir sus sugerencias, tomar en cuenta sus proposiciones, plantear la problemática de manera de que la creatividad de todos confluya a la acción de mejoramiento y el último, adecuar las estructuras, es decir para mejorar continuamente, para poder gerenciar con la gente, con los hechos, para responder a la información en la medida que sepamos si se satisface la necesidad del usuario, para poder adecuar nuestra realidad a lo que vayamos descubriendo a través del Bench Marking debemos estar permanentemente adecuando las estructuras, eso es proceso de calidad total.

Este proceso de calidad total deberá llevarnos a productos de calidad y a servicios de calidad que tengan una estructura lógica y fácil, que tengan un diseño legible y atractivo, que permita que el usuario satisfaga su necesidad, esa información debe ser suficiente y confiable; por otro lado el servicio, entendiendo por servicio los mecanismos a través de los cuales nosotros vamos a llevar el producto hasta el usuario, deben tomarse en cuenta: personal amable y capacitado, ambiente físico, tecnología, estructura y diseño en el producto. En síntesis, ¿qué es lo que pasaría o qué es lo que debiera pasar para tener servicios de calidad y para poder mercadear servicios en la actualidad con los servicios que tenemos ahora?

Cuando se habla de la actualidad, estoy haciendo una referencia general. Uno no puede concebir a todos los servicios de información actuando de la misma manera, los hay que actúan de una manera más acorde, otros menos acordes con lo que yo acabo de decir; en general se podría decir que los servicios Latinoamericanos de información, bibliotecas, centros

de documentación, archivos son fundamentalmente reactivos frente a las necesidades de los usuarios ya que el servicio está ahí, el servicio responde lo mejor que puede, el usuario exige. La propuesta es que se pase a un servicio proactivo, un servicio proactivo significaría que no se atiende a los usuarios que llegan sino que se sale a buscar a los usuarios, se averigua lo que los usuarios potenciales y reales necesitan y eso es lo que se compra, eso es la acción de mercadeo, es elaborar productos de acuerdo con las necesidades específicas, no simplemente se ofrecen los materiales que se obtienen para que el usuario escoja sino que se elaboran productos para poder atender esas necesidades específicas, esa elaboración de producto para atender necesidades específicas, es fundamental en el proceso de mercadeo, es lo que se conoce en nuestro ámbito como consolidación de información. La consolidación de información significa extraer del conocimiento e información documentación sistemática ya existente a través de un proceso de análisis, aquellos datos que reestructurados en una nueva información permitirían satisfacer la necesidad concreta del usuario.

El proceso de consolidación de información significa entonces, analizar conocimientos e información para extraer datos y luego reelaborar con los datos un nuevo producto de información para una necesidad concreta, que es la acción de inteligencia para lo cual necesitamos haber hecho primero todo lo que yo acabo en términos muy generales de ofrecer; eso es lo que yo pienso que debe ser la calidad y el mercadeo en un servicio de información contemporánea, muchas gracias.

Preguntas y Respuestas

Pregunta

Gladys Yolanda Ramos

Coordinadora de Área de Archivo y Correspondencia del Ministerio de Minas

Usted ha hablado de ventajas competitivas, a nivel de nuestro país cuáles serían esas ventajas dentro de los servicios de información y que opinión le merece la reingeniería dentro de un servicio ágil de información?

Respuesta

En nuestro servicio no hay una ventaja competitiva, la ventaja competitiva hay que averiguarla a partir de las necesidades del usuario y nues-

misimo de la biblioteca pública hasta el suministro de información para que una Empresa renueve su tecnología, con la cual esa empresa va aumentar en millones de dólares probablemente o en cientos de miles de dólares sus ganancias anuales y que lo justo y lógico es que quien proporcionó la información se lleve un porcentaje de ganancia; en principio sí, creo que toda información tiene un costo, el problema de cobrar hay que verlo en dos momentos, el primer momento es que todo servicio de información tiene que calcular sus costos y que cada producto de información y que cada servicio que se preste debe tener un costo clave. El segundo paso es, si cobramos ese costo, si recuperamos del usuario ese costo o si lo recuperamos de los entes que nos mantienen de la manera que acabo de explicar antes, en la medida que nosotros tengamos costos y podamos demostrar, nosotros para poder vivir costamos 27 millones de dólares y con 27 millones de dólares le damos a usted 47 millones de dólares de beneficio comunal, usted me debe dar también esos 27 millones de dólares.

Pregunta

Luis León Gutiérrez.
Ministerio de Agricultura.

¿Desde hace pocos años se viene hablando de calidad total, sin embargo no se han establecido mecanismos para ejercer un control y una evaluación de esa calidad total?

Como no, si existe, existe una norma internacional para servicios que es la norma ISO 9000, aplicada a los servicios de información es una manera de controlar el proceso de calidad total.

Pregunta

Guillermo González Guzmán.
Coordinador de Correspondencia y Archivo del Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario, INPEC.

¿Cuál sería la estrategia más adecuada para ofrecer los nuevos servicios de información que aparecen en el mercado, para una comunidad poco interesada en la investigación y la lectura, como la nuestra ?

Respuesta

Bueno, en primer lugar tomar conciencia de que la lectura es un mecanismo para obtener información, información que nos va a producir placer o utilidad y que en consecuencia si nosotros somos capaces de demostrarle a

llegar a conseguir y un usuario político frente al cual tenemos que ser permanentemente proactivos. Es importante concebir los servicios de demostración política, nosotros tenemos que estar permanentemente demostrándole a quienes toman decisiones financieras o políticas en relación con nuestro servicio de que les somos útiles. En segundo lugar estamos obligados a hacer un análisis permanente de costo-beneficio para poder demostrarle la utilidad política de nuestros servicios, por ejemplo, en el Banco del Libro allá en Venezuela, entidad que como se dijo al principio dirijo, existe desde hace 35 años un servicio que se llama canje de libros de textos. Es un servicio que se basa en la recolección de libros de texto usados, para primaria y secundaria que nosotros organizamos de manera que el que llega, el niño, el joven o el padre con una cantidad X de textos usados, que los acaba de usar en el año escolar que termina y que están en buen estado los pueda cambiar por una cantidad similar de textos utilizables del año inmediatamente siguiente. Si yo llego con 5 libros de cuarto grado me llevo cinco libros de quinto grado, si yo terminé con mi libro de matemáticas de cuarto grado me llevo mi libro de matemáticas de quinto, así nació el Banco del Libro, de ahí le viene el nombre. Según las estadísticas del año 94, porque las del año 95 todavía no las tenemos, nosotros cambiamos 47 mil libros, a un costo promedio de 1000 bolívares por libro, eso significó un ahorro para las familias caraqueñas de 47 millones de bolívares, como nosotros recibimos un subsidio del Estado de 27 millones de bolívares, entonces este análisis estadístico presentado frente al Ministerio de Educación fue: mire señores ustedes nos dieron 27 millones de bolívares y nosotros le ahorramos 47 millones a las familias caraqueñas, es una acción proactiva de convencimiento demostrativo político al que me refiero, yo creo que estamos condenados a inventar estas acciones de manera sistemática permanente.

Pregunta

Betty Aguilera
Corporación Financiera Tequendama

¿Cree que los productos y servicios de información deben tener un precio monetario dentro del mercado?

Si lo creo, claro, aquí tenemos que jugar con qué servicios ofrecemos y cuáles son nuestros usuarios, tenemos servicios desde aquellos que el Estado consiguió para satisfacer gratuitamente necesidades y que cobrarlo iría en contra del concepto mismo del servicio o como puede ser el préstamo de novelas en una biblioteca pública que cobrarlo iría en contra del concepto

mismo de la biblioteca pública hasta el suministro de información para que una Empresa renueve su tecnología, con la cual esa empresa va aumentar en millones de dólares probablemente o en cientos de miles de dólares sus ganancias anuales y que lo justo y lógico es que quien proporcionó la información se lleve un porcentaje de ganancia; en principio sí, creo que toda información tiene un costo, el problema de cobrar hay que verlo en dos momentos, el primer momento es que todo servicio de información tiene que calcular sus costos y que cada producto de información y que cada servicio que se preste debe tener un costo clave. El segundo paso es, si cobramos ese costo, si recuperamos del usuario ese costo o si lo recuperamos de los entes que nos mantienen de la manera que acabo de explicar antes, en la medida que nosotros tengamos costos y podamos demostrar, nosotros para poder vivir costamos 27 millones de dólares y con 27 millones de dólares le damos a usted 47 millones de dólares de beneficio comunal, usted me debe dar también esos 27 millones de dólares.

Pregunta

Luis León Gutiérrez.
Ministerio de Agricultura.

¿Desde hace pocos años se viene hablando de calidad total, sin embargo no se han establecido mecanismos para ejercer un control y una evaluación de esa calidad total?.

Como no, sí existe, existe una norma internacional para servicios que es la norma ISO 9000, aplicada a los servicios de información es una manera de controlar el proceso de calidad total.

Pregunta

Guillermo González Guzmán.
Coordinador de Correspondencia y Archivo del Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario, INPEC.

¿Cuál sería la estrategia más adecuada para ofrecer los nuevos servicios de información que aparecen en el mercado, para una comunidad poco interesada en la investigación y la lectura, como la nuestra ?

Respuesta

Bueno, en primer lugar tomar conciencia de que la lectura es un mecanismo para obtener información, información que nos va a producir placer o utilidad y que en consecuencia si nosotros somos capaces de demostrarle a

una comunidad determinada de que la información le sirve para solucionar determinados problemas, el producto será vendido. Si creo que el camino es analizar el producto, primero tener claro cuáles son las necesidades del campo usuario en donde queremos promover el producto, en segundo lugar ver de qué manera ese producto realmente satisface esas necesidades y en tercer lugar demostrarle a la comunidad que este producto realmente satisface esa necesidad y muy probablemente lo que tengamos que hacer con toda seguridad es a partir del producto crear un producto adaptado a la necesidad que será el que vamos a poder vender. La gente tiene necesidades de información, eso es distinto, entonces la acción proactiva es descubrir, por eso hablo de demostrar, descubrir qué necesidad de información puede ser resuelta con una información determinada y demostrar que lo puede resolver.

