UN-A-CH
BIBLIOTECA CENTRAL UNIVERSITARIA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN
CAMPUS I

MODELO DE MERCADOTECNIA EN LOS SERVICIOS DIGITALES DE LA BIBLIOTECA CENTRAL UNIVERSITARIA "CARLOS MACIEL ESPINOSA" DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

TESIS
PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA
EN ADMINISTRACIÓN CON TERMINAL EN
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

PRESENTA:
MARÍA EIDI CÓRDOVA MORENO

DIRECTORA:
DRA. MARÍA EUGENIA CULEBRO MANDUJANO

REVISORES:
DR. ADOLFO SOLÍS MUÑIZ
DRA. LAURA DE JESÚS VELASCO ESTRADA
DRA. ZOILY MERY CRUZ SÁNCHEZ

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS, SEPTIEMBRE 2015

Universidad Autónoma de Chiapas

Facultad de Contaduría y Administración, Campus I

"Responsabilidad compartida y consolidación académica"

Gestión 2014 - 2018

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
Septiembre 01 de 2015
Oficio No. D/CIP/CEIP/1126/15

ASUNTO: AUTORIZACIÓN EMPASTADO DE TESIS.

C. María Eidi Córdova Moreno
Candidata al Grado de Maestra en Administración con terminal en Tecnologías de Información
Presente.

Por este medio me permito informarle que se AUTORIZA la impresión de su tesis titulada **MODELO DE MERCADOTECNIA EN LOS SERVICIOS DIGITALES DE LA BIBLIOTECA CENTRAL "CARLOS MACIEL ESPINOSA" DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS**, toda vez que ha sido liberado según oficio sin número, de fecha Mayo 03 de 2015, suscrito por la Dra. María Eugenia Culebro Mandujano, directora de la tesis mencionada.

Cabe mencionar que se ha constatado que ha cumplido con los procedimientos administrativos y académicos relacionados con la modalidad de evaluación propuesta, conforme a lo dispuesto en el Reglamento General de Investigación y Posgrado, y de Evaluación Profesional para los egresados de la Universidad, así como con el Plan de Estudios correspondiente.

ATENTAMENTE
"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR"

DR. FELIPE DE JESÚS GAMBOA GARCÍA
DIRECTOR

AUTORIZA
CAMPUS I
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIRECCIÓN
TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS

C.c.p. Archivo
VEA.

Contenido

Índice de tablas vii
Índice de figuras viii
Dedicatoria ix
Agradecimientos x
Introducción 1
Capítulo I. La tecnología aplicada a los servicios bibliotecarios 3
1.1 La sociedad de la información 3
1.2 El cambio tecnológico 6
1.3 Las bibliotecas y las tecnologías de información y comunicación 8
1.3.1 Aplicación de las tecnologías a los servicios bibliotecarios 10
1.3.2 Los nuevos soportes 13
1.3.4 Las telecomunicaciones y las bibliotecas 14
1.3.4.1 Internet 16
1.5 Nuevos tipos de bibliotecas 18
1.6 La biblioteca digital y sus características 23
1.6.1 Importancia, funciones y objetivos de la biblioteca digital 26
1.6.2 Ventajas y problemas de la biblioteca digital 28
1.6.3 Organización del acervo digital 30
1.6.4. Servicios de la biblioteca digital 31
1.7 Modelo de desarrollo de una biblioteca digital 33
1.8 Principales bibliotecas digitales en México 36
1.8.1 Red Abierta de Bibliotecas Digitales (RABID) 40
1.9 Evaluación y seguimiento de los servicios de una biblioteca digital 42
Capítulo II. Aplicación de la mercadotecnia en los servicios bibliotecarios 45
2.1 Concepto de mercadotecnia 45
2.2 Etapas de desarrollo de la mercadotecnia 47
2.3 La mercadotecnia y las unidades de información 52

2.4 Importancia de la mercadotecnia en las Unidades de Información 57
2.5 Necesidades de información del usuario 58
2.6 Clientes/usuarios 61
2.7 Servicios 65
2.8 Mercado 67
2.8.1 Tipos de mercado 68
2.9 Investigación de mercado 69
2.10 Segmentación de mercado 72
2.10.1 Variables de segmentación 75
2.11 Análisis fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas 77
2.14 La mezcla de mercadotecnia 78
2.1.4.1 Otro enfoque al mix de mercadotecnia 85
2.15 Posicionamiento 86
2.16 Planeación estratégica y el proceso de mercadotecnia 88
2.16.1 Plan de mercadotecnia 90
Capítulo III. La Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas 94
3.1 Antecedentes 94
3.2 Misión 96
3.3 Visión 97
3.4 Objetivos 97
3.5 Estructura administrativa 98
3.6 Personal 100
3.7 Recursos financieros e infraestructura 102
3.9 Servicios 107
3.11 Biblioteca digital 115
3.11.1 Antecedentes 116
3.11.2 Descripción de bases de datos 117
Capítulo IV. Marco metodológico 122
4.1. Antecedentes del objeto de estudio 122
4.2 Planteamiento del problema 123
4.3 Preguntas de investigación 124

4.4 Objetivo general y objetivos específicos 125
4.5 Justificación 125
4.5 Tipo de diseño de investigación 126
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de información 129
4.7 Población y muestra 132
4.8 Encuesta aplicada a los alumnos docentes y bibliotecarios de las Escuelas/Facultades de la Universidad Autónoma de Chiapas. 136
Conclusiones 156
Pautas para marketing de los servicios de la Biblioteca Digital, Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa", Universidad Autónoma de Chiapas 161
Obras consultadas 165
Apéndice A 181
Apéndice B 199

Índice de tablas

Tabla 1. Etapas de desarrollo de la biblioteca en la sociedad de la información.....18
Tabla 2. Definiciones de biblioteca: electrónica, digital, hibrída y virtual.....19
Tabla 3. Características de la biblioteca digital 24
Tabla 4. Beneficios de implementar bibliotecas digitales 28
Tabla 5. Perspectivas o enfoques para el diseño del modelo de biblioteca digital 34
Tabla 6. Bibliotecas digitales en México.....36
Tabla 7. Primera apreciación del usuario al establecer contacto con la biblioteca digital....38
Tabla 8. Indicadores para la evaluación de bibliotecas digitales 43
Tabla 9. Tipología de usuarios de la información 62
Tabla 10. Propuesta de segmentación de los usuarios de una biblioteca universitaria.....65
Tabla 11. Características diferenciadoras entre productos y servicios 66
Tabla 12. Tipos de investigación de mercado.....70
Tabla 13. Criterios de segmentación de mercado más utilizados 76
Tabla 14. Mezcla ampliada del marketing de servicios.....79
Tabla 15. Medios, soportes y formas de publicidad 81
Tabla 16. Sistema bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.....95
Tabla 17. Niveles que comprende el edificio de la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH 103
.Tabla 18. Distribución espacial de los servicios y colecciones de la 104
Tabla 19. Préstamos bibliotecarios y usuarios por biblioteca.....115
Tabla 20. Tamaño de la muestra por escuela y facultad, UNACH.....134
Tabla 21. Tamaño de la muestra de docentes encuestados.....135

Índice de figuras

Figura 1.Tipología de las bibliotecas según el grado 22
Figura 2. Modelo conceptual de biblioteca digital 33
Figura 3.Etapas de desarrollo de la mercadotecnia 48
Figura 4. Jerarquía de las necesidades humanas de Maslow 59
Figura 5. Variables de segmentación del mercado 75
Figura 6. Planificación estratégica 89
Figura 7. Marketing estratégico 90
Figura 8. Componentes del plan de mercadotecnia 92
Figura 9. Organigrama administrativo de la Dirección de Desarrollo Bibliotecario Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" 99
Figura 10. Distribución de personal por actividad. Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" 101
Figura 11. Software Estadístico de Registros y Control Estadístico de Asistencia de Usuarios 113
Figura 12. SIABUC, Módulo de préstamo 114
Figura 13. Ubicación geográfica de las bibliotecas de las Dependencias de Educación Superior, UNACH 133
Figura 14. Tamaño de la muestra de alumnos 135

Dedicatoria

A mi familia, por su gran amor y apoyo en todo momento.

Agradecimientos

A Dios, por cada día de vida.

A la Universidad Autónoma de Chiapas, por las facilidades proporcionadas para continuar con mi formación profesional.

A mi Directora de tesis, Dra. María Eugenia Culebro Mandujano, por brindarme su confianza y amistad, además de haberme guiado y apoyado en el desarrollo de esta tesis.

A mis maestros y también revisores de tesis, Dr. Adolfo Solís Muñiz, Dra. Laura Velasco Estrada y Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez, por su apoyo ofrecido en este trabajo de investigación, su tiempo, amistad y por los conocimientos transmitidos.

A mis amigas, Gladys del Carmen Robles Arreola, por su apoyo recibido desde que la conocí, sobre todo por hacer de su familia, una familia para mí. A Marcela de Jesús Méndez López, por motivarme a culminar con este trabajo, por todos los momentos compartidos durante esta etapa que nunca olvidaré.

A todos aquellos, maestros, amigos y compañeros de trabajo, que han contribuido para que esto fuera posible, con sus conocimientos, consejos, ánimo y compañía en la adversidad; quienes no hago mención pero saben, tienen un lugar importante en mi vida y siempre están en mi memoria.

A todos, mi reconocimiento y gratitud.

Introducción

La biblioteca universitaria representa un recurso esencial para el acceso y recuperación de la información necesaria en el desarrollo de la docencia e investigación en la Universidad. Esto implica proporcionar servicios bibliotecarios y de información que posibiliten el acceso a documentos que satisfagan las necesidades de información de la comunidad universitaria con una sólida base científica-técnica. En este sentido, las bibliotecas están incorporando las tecnologías de información y comunicación que les permitan facilitar la disponibilidad de recursos documentales en diversos soportes y formatos.

Es por ello, como una estrategia de innovación y respuesta inmediata a las necesidades de información de sus usuarios, la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" facilita recursos digitales a través del acceso de bases de datos especializadas. Sin embargo, para que los recursos bibliotecarios sean utilizados y aprovechados al máximo es importante que se desarrollen actividades de comunicación sobre la función, objetivos y formas de acceso a los distintos servicios de la biblioteca.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación titulado: Modelo de mercadotecnia en los servicios digitales de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas, tiene como principal objetivo identificar las necesidades de los usuarios que permita dar a conocer e incrementar la utilización de los recursos digitales de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinoza" de la Universidad Autónoma de Chiapas, y con ello obtener información para proponer lineamientos que sirvan como punto de partida y fundamento a la necesidad de realizar un plan de mercadotecnia. Así, este estudio comprende los siguientes apartados.

En el capítulo 1, La tecnología aplicada a los servicios bibliotecarios, se hace una revisión documental del panorama acerca de los cambios tecnológicos que el bibliotecario debe enfrentar en el contexto de las sociedades de la información, la creación de nuevos escenarios mediante la implementación de las tecnologías para facilitar el acceso a la información. Se

enfatiza el concepto de biblioteca digital, su objetivo, importancia y funciones como el nuevo entorno y complemento de la prestación de servicios bibliotecarios y de información.

En el capítulo 2, Aplicación de la mercadotecnia en los servicios bibliotecarios, comprende el desarrollo de la revisión de la literatura realizada para describir el concepto, evolución e incorporación de la mercadotecnia al ámbito bibliotecario como filosofía para el mejoramiento de los servicios al ser parte fundamental de la planeación estratégica. Por lo tanto se desarrollan los conceptos de estudios de mercado, la segmentación, el posicionamiento y la mezcla de mercado.

En el capítulo 3, La Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas, se detalla el contexto de la investigación, por lo que se presenta información correspondiente a los antecedentes, estructura organizativa, misión, visión y funciones de dicha unidad de información, entre otros elementos que componen a la Biblioteca Central, la cual cabe aclarar se obtuvo entre los años 2008 a 2011, período que comprendió la presente investigación.

En el capítulo 4, el marco metodológico, se aborda el problema de la investigación, sus interrogantes, justificación y objetivos. Asimismo el tipo y diseño de la investigación, las técnicas e instrumentos, la población y muestra, que comprendió el estudio. Finalmente, en este capítulo se describe la interpretación de los resultados obtenidos de los cuestionarios que se aplicaron a los sujetos de estudio durante los años 2010-2011, en la etapa final del estudio.

Como última parte se presentan las conclusiones que se derivaron del estudio y los objetivos y líneas estratégicas que se proponen para elaborar una mezcla de mercadotecnia.

Capítulo I

La tecnología aplicada a los servicios bibliotecarios

El presente capítulo refiere los principales conceptos que involucran el panorama de la biblioteca y sus servicios en el contexto de las tecnologías de información y comunicación. Se aborda el concepto de biblioteca digital como el nuevo escenario para facilitar el acceso a la información, sus características, objetivos, importancia y funciones como alternativa viable para el crecimiento institucional, la satisfacción de las necesidades de información de los usuarios y las perspectivas de cambio e innovación ante los retos nacionales y globales.

1.1 La sociedad de la información

Durante la década de los años setentas, se comienza a utilizar el término "sociedad de la información", para describir a una sociedad caracterizada por un alto nivel de utilización de la información en el desarrollo de actividades personales, laborales, sociales, educativas, políticas y comerciales. Y en donde los nuevos soportes, tecnologías y redes de información constituyen el mecanismo que impulsa su evolución, dado el carácter de ilimitado que se tiene a la información a través del acceso y uso de estos recursos de información.

Por lo que la "sociedad de la información" se contempla como una nueva forma de organización de la economía y la sociedad, que surge del pasado, el efecto de un cambio, de una sociedad industrializada, a una postindustrializada y posteriormente a una desarrollada informacionalmente, en la cual las formas de producción e intercambio de bienes y servicios se han modificado. De ahí que Ponjuán (1998), denomina "Sociedad de la información: cualquier conglomerado humano cuyas acciones de supervivencia y desarrollo esté basado predominantemente en un intenso uso, distribución, almacenamiento y creación de recursos de información y conocimientos mediatizados por las nuevas tecnologías de información" (p. 6).

En las sociedades de la información la mayor parte de las ocupaciones están relacionadas con la generación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información y el uso extensivo de herramientas tecnológicas y de comunicación para su rápida difusión.

> "Las tecnologías acaban por influir en la formación de la personalidad de los individuos e integran simbólicamente, una búsqueda de la satisfacción de las necesidades y deseos humanos. El uso integrado de las TIC's viene transformando la organización de la vida de las personas" (Ferreira y Sena, 2004, p. 26).

Surgiendo en consecuencia un nuevo paradigma para entender el desarrollo cultural de una sociedad moderna. Una sociedad consumidora de información, que la utiliza para ejercer sus derechos y responsabilidades; explotándola paralelamente a las tecnologías de información y comunicación para innovar, aumentar su eficacia y mejorar sus resultados en la calidad de bienes y servicios producidos y por ende obtener mayor ventaja competitiva en los mercados.

Para la eficiencia, la innovación, la eficacia y la competitividad, la calidad, la gestión y la velocidad de la información se convierten en factores claves. Puesto que de la capacidad de obtener y procesar la información de manera casi instantánea, al mismo tiempo y el mismo tipo de información, es un factor central de éxito en las organizaciones para hacer más eficiente todos sus procesos desde los administrativos hasta los de producción de bienes y servicios. Por ello Castells, 1998, citado por Felicié (2006) define la sociedad de la información como un:

> Nuevo sistema tecnológico, económico y social. Una economía en la que el incremento de productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de la producción (capital, trabajo, recursos naturales) sino de la aplicación del conocimiento e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos (p. 19).

Una de las características de las sociedades de la información y la integración de las nuevas tecnologías es el esfuerzo de convertir la información en conocimiento "para potenciar el capital intelectual de las organizaciones, hasta el punto de convertirlo en una ventaja competitiva" (Menchén, 2009, p.79).

La información hoy en día se entiende como un elemento que otorga ventajas por un lado, a quienes controlan su disponibilidad y por otro a quienes tienen acceso a ella. Las relaciones entre los individuos cada vez más intensas y extensivas gracias a las tecnologías de información y comunicación, no son de igualdad. Algunos países controlan con su enorme fuerza el mercado mundial, el conocimiento y la información mientras que a otros, los menos desarrollados, no les queda más que actuar como espectadores de la nueva situación. Inclusive los países más avanzados ante la rapidez de los cambios tecnológicos se ven obligados a estar sometidos a una revisión constante y continua de sus enfoques y actuaciones respecto al manejo de estas tecnologías (Fuentes, 2004).

Luego entonces, las sociedades de la información para la producción, el tratamiento y la distribución de la información requieren de una infraestructura e infoestructura[1]; es decir de la capacidad para crear, comunicar, hacer accesible y garantizar la transferencia del conocimiento y la información a todos los ámbitos de la economía y de la vida social matizada por los aportes del multiculturalismo, pluralidad, la diversidad, la democracia, el ejercicio de los derechos universales y, por supuesto, el derecho a la información y a la lectura, que dinamizan las relaciones de sus integrantes. En este contexto, la biblioteca como unidad que facilita información, al formar parte de una estructura educativa, que tiene como misión informar y comunicar información para la generación y transmisión de conocimientos, no ha sido en absoluto ajena a esta nueva realidad e intenta adaptarse entonces a los requerimientos de la sociedad actual. Ante la explosión de la información-documentación, de conocimientos teóricos, de las innovaciones tecnológicas que ha dado lugar a la revolución tecnológica o digital que se está viviendo y que sólo es el principio de la llamada *Era de la Información y la Sociedad del Conocimiento*, los servicios bibliotecarios

[1] Según Atherton, la infraestructura de la información tiene siete componentes: 1) Núcleos de recursos de información (bibliotecas, centros de documentación, centros de análisis de información, etc.), 2) Personal capacitado en materia de información, 3) Interacción con fuentes personales de información, 4) Enlaces con cuerpos ejecutivos representativos, organismos gubernamentales, sectores económicos, instituciones docentes, establecimientos de investigación y desarrollo e institutos tecnológicos. 5) Canales de comunicación entre generadores y usuarios. 6) Organización que mantenga unidos y active dichos recursos, personal y enlaces, 7) Políticas nacionales que promueven el desarrollo sistemático de la infraestructura; y que frecuentemente al hacer referencia a este conjunto de recursos que apoyan una actividad particular en el campo de la información y las bibliotecas, la literatura acoge una derivación del término de infraestructura a infraestructura (Ponjúan, 1998).

deberán acercar y difundir la información demandada y deseada por el usuario a fin de que satisfaga sus necesidades informativas.

Los cambios tecnológicos incitan a las bibliotecas a integrar servicios y herramientas amigables que permitan acercar aquella información que responda en mayor medida a los proyectos de los individuos y la sociedad en que interactúan.

1.2 El cambio tecnológico

Las Tecnologías de la Información agrupan cuatro áreas tecnológicas que convergen (Olaya, 1998):

- La microelectrónica: que basa su actividad en el diseño de circuitos integrados cada vez de mayor capacidad y velocidad de transmisión. Esta ha facilitado las tareas de almacenaje y proceso de la información, basándose en la caída de la relación coste/bit y en la miniaturización de elementos.
- La computación: dedicada a la fabricación de hardware que permite el almacenamiento y proceso de los datos;
- La informática: dedicada al software, sistemas informáticos que reúnen una serie de procedimientos orientados a solucionar actividades específicas relacionadas con el procesamiento de la información. La informática ha originado una gran revolución en el campo de la información, gracias a la disminución de tamaño y coste de los ordenadores, el aumento de sus prestaciones, la multiplicidad de aplicaciones y la facilidad de uso.
- Las telecomunicaciones: una gigantesca industria dados sus alcances y avances, es la que posibilita la integración de los sistemas mediante el uso de redes locales, amplias o mundiales. Las telecomunicaciones, basadas al principio en la red telefónica, han cambiado por el desarrollo de los satélites geoestacionarios y los cables de banda ancha.

Las tecnologías de información y comunicación (TIC's) posibilitan oportunamente las respuestas a las nuevas demandas de los usuarios de la información que exigen cada vez más calidad, creatividad y competencia en los productos y servicios de información. Estas tecnologías incluyen sofisticadas estructuras de conocimientos tecnológicos y equipos de procesamiento de datos que permiten que las distintas formas y tipos de información sean procesadas, transmitidas, manipuladas, almacenadas y recuperadas con rapidez, seguridad y eficiencia. Además unifican procesos que tradicionalmente se realizaban de manera independiente, afectado también al mundo del impreso mediante su aplicación en los procesos de producción editorial (Lafuente, 1997).

La revolución tecnológica ha proporcionado nuevas formas de comunicación y desarrollo de fuentes y difusión de la información sobre soportes alternativos al papel impreso. El surgimiento de documentos electrónicos, digitales y telemáticos ha impactado sobre el rol de la biblioteca como facilitadora de la información, obligando a los bibliotecarios, editores e investigadores a utilizar herramientas tecnológicas para identificar este tipo de publicaciones. Y poner a disposición del usuario, en forma directa la información contenida en ellas, a través de nuevos servicios de información.

Esta cuestión de la evolución de los formatos y soportes que originó la sustitución de lo impreso por lo electrónico, hizo presagiar que la biblioteca podría desaparecer. Pero se puede decir que "cada vez que ha aparecido en nuestra cultura un nuevo medio se ha anunciado la muerte de su inmediato antecesor. Sin embargo, ninguno acabó con el anterior aunque sí contribuyó a su cambio y evolución" (Muñoz De Solano y Palacios, 2001, p. 320). De ahí que las funciones, tareas y servicios de las bibliotecas deben evolucionar de forma gradual hacia la incorporación del uso de las tecnologías de la información y comunicación, para proporcionar información eficientemente seleccionada, evaluada y organizada en función de los proyectos particulares de sus usuarios, los cuales al ser parte de la Sociedad de la Información han pasado a categorizarse entre usuarios-lectores investigadores electrónicos y no electrónicos[2].

---

[2] Gimeno, Javier (2005) ante la revolución tecnológica distingue entre usuarios-lectores investigadores *electrónicos* y no electrónicos, siendo los primeros considerados *en un largo plazo*, frente a los segundos. El

1.3 Las bibliotecas y las tecnologías de información y comunicación

En el apartado anterior referente al cambio tecnológico, se hace mención que las bibliotecas ya no cuentan solamente con materiales impresos. Se está haciendo cada vez más presente en ellas el tratamiento de los medios audiovisuales, los soportes electrónicos e informáticos. Quedando de este modo relegada su función conservadora de depósito del documento original.

El mundo está desbordado de información. Y siendo la biblioteca facilitadora de información, deberá ponerla a disposición del usuario, sea cual sea el soporte y la técnica que utilice. En ese proceso la incorporación de los recursos tecnológicos ha sido la estrategia para administrar y suministrar esas cantidades de información disponibles.

La adaptación de las tecnologías al ambiente bibliotecario ha mejorado la gestión interna (la selección, adquisición, catalogación, clasificación, y circulación de los documentos) liberando al profesional de largas tareas rutinarias. Incorporando los nuevos medios para ofrecer información sobre soportes y canales distintos a los papeles impresos y análogos (bases de datos y catálogos en línea, etc.), la biblioteca, ha facilitado el almacenamiento, la búsqueda y la recuperación precisa y exhaustiva de la información para el usuario.

Merlo (2007) distingue tres formas diferentes de clasificar la relación de las bibliotecas y las tecnologías (p. 2):

> Por una parte, existen bibliotecas pasivas, que, como no podría ser de otra manera, emplean la tecnología y los recursos de información electrónicos, pero sin revertir en servicios para los usuarios; además, se encuentran bibliotecas activas que usan las tecnologías tanto como recurso como para dar servicios y, por último, están las bibliotecas interactivas, donde las tecnologías son un medio para relacionarse con los usuarios.

---

usuario electrónico conoce las fuentes y todos los recursos y herramientas informativas que precisa, las tecnologías de la información y/o de la investigación.

El avance imparable de la tecnología y las innovaciones en los modelos de gestión deben ser asimilados rápidamente por el bibliotecario del siglo XXI, que debe ser capaz de utilizarlas y adaptarlas continuamente para transformar su ambiente superar las amenazas de un entorno cada vez más competitivo.

Lafuente (1997) indica que en relación a las estructuras y procesos que pueden intervenir en su caracterización la adecuación del caso de la biblioteca universitaria a un ambiente tecnológico se puede expresar de dos maneras diferentes (pp. 18-19):

1) Bajo grado de uso tecnológico, determinada por:
   - Procesos automatizados con poca o escasa relación entre un proceso y otro,
   - Utilización de la automatización para apoyar procesos administrativos,
   - Énfasis en el uso de la automatización para apoyar procesos administrativos,
   - Falta de coherencia e interconexión en los servicios y procesos,
   - Nula capacidad de diseño de sistemas de información.

2) Alto grado de uso tecnológico, dirigida a lograr:
   - Sistemas, procesos y servicios relacionados entre sí.
   - Una organización y administración flexible orientada al control de la calidad y de la gestión de la información.
   - Sistemas de comunicación entre biblioteca y comunidades académicas que especifiquen perfiles de interés y medios de aprovechar la información disponible,
   - Un extenso uso de métodos de análisis de los procesos involucrados en la utilización de las tecnologías de información y telecomunicaciones, con el fin de desarrollar estrategias que ofrezcan servicios bibliotecarios y de información documental, por medio de sistemas específicamente concebidos para tal fin,
   - Un cuidadoso diseño de interfaz "intuitiva" y normalizada de fácil aprendizaje para la operación de servicios,
   - Sistemas de información orientadas al análisis interactivo de la información por medio de la clasificación automática de los procesos de consulta de bases de datos, y el uso de la representación gráfica de esquemas de clasificación como instrumentos de consulta,
   - Capacidad de diseño de sistemas para el manejo de tecnologías como el hipertexto, los multimedia, la construcción de arquitectura de comunicaciones

dirigida tanto al manejo de enlaces dinámicos internos (intranet), como externos (internet).

En este contexto, se puede coincidir con Yruela (1998) citado por Torres (2005) en que las nuevas tecnologías de la información se refieren a:

> [...]un conjunto de sistemas, procesos, procedimientos e instrumentos digitalizados, que tienen por objeto la transformación de la información —creación, almacenamiento y difusión— a través de diversos medios electrónicos, informáticos y de telecomunicación, para satisfacer las necesidades informativas de los individuos y de la sociedad (p. 4).

Es por ello que las tecnologías de información deberán verse siempre en beneficio de la sociedad, la universidad y la biblioteca, y considerar que todavía deben probar la supervivencia de sus productos en el futuro; y la duración, permanencia y posibilidades del uso en los años venideros de los registros actuales (Morales, 1996).

1.3.1 Aplicación de las tecnologías a los servicios bibliotecarios

En la sociedad de la información y del conocimiento, la gente tiene diversas necesidades de información en diferentes momentos de su vida y en esta época Morales (1996) hace mención que:

> el acelerado desarrollo de la tecnología, especialmente en las áreas de la electrónica, la computación, las telecomunicaciones, propicio que la cobertura de los mensajes, el número de receptores y la cantidad de información se incrementara; y que en el futuro todo aquel que tenga acceso a la tecnología, a su vez, tendrá acceso al mundo y a la información producida por él (p. 27).

Es decir, Morales considera que la tecnología de la información les deberá a los profesionales de la información, ayudar a ser consumidores y productores de nuevos productos informativos para usuarios previamente detectados, con necesidades específicas.

Estas reflexiones sobre las posibilidades del entorno de las tecnológicas y el uso de la tecnología de la información, en los productos y servicios, según Sánchez (2007) con base en el Manifiesto sobre Internet de la IFLA, 2002 debería incluir:

- "Servicios de acceso a Internet y a las páginas web de consulta,
- Servicios de acceso a los recursos de información electrónica de la propia colección,
- Servicio de biblioteca a través de Internet para posibilitar el acceso a la biblioteca desde el domicilio, la escuela o el lugar de trabajo las 24 horas del día, como recursos esenciales" (p. 101).

Por su parte Magan (1998) sugiere para el aprovechamiento de las tecnologías de información, en los servicios, concretamente las bibliotecas académicas o universitarias realizar:

- "Análisis documental del contenido de la documentación primaria local o inclusión de resúmenes.
- Establecimiento de entradas a los catálogos más flexibles y pertinentes, por lo que se sugiere el uso de indización en lugar de los encabezamientos de materia.
- Elaboración de boletines electrónicos con lo cual se eliminan los costes de edición y distribución de los boletines sobre papel.
- Elaboración de bibliografías orientadas hacia grupos de usuarios concretos cuyas necesidades informativas hayan sido establecidas previamente.
- Actuaciones propias de consultores de información.
- Orientación respecto a las fuentes más pertinentes según las necesidades de los distintos grupos de usuarios y de los usuarios concretos en el caso de investigadores o gestores" (p. 193).

Cabe entonces señalar que esta transformación de los servicios bibliotecarios a un entorno de aplicación de las tecnologías de información implica modernizar sus espacios, automatizar sus procesos y controles y equiparse de medios e insumos computarizados o electrónicos. Toda vez que representa la posibilidad de diseñar nuevos servicios de información que resuelvan las demandas de información en forma pertinente y oportuna.

Este entorno tecnológico documental para el caso de la biblioteca universitaria es trascendental, si ésta desea estar a la vanguardia y ajustarse a las necesidades institucionales, cumpliendo con su función comunicadora de la información, y contribuyendo a la adquisición del conocimiento requerido en el desarrollo intelectual y desempeño académico, laboral, profesional y cotidiano de la comunidad a la que sirve. Por lo tanto, es importante para la biblioteca asumir una actitud en la que no sólo ofrezcan servicios encaminados a satisfacer las necesidades que los usuarios puedan tener en forma reactiva, sino una más proactiva, en la que los bibliotecarios aprovechando las ventajas que las tecnologías permiten, fomenten la participación de los usuarios en el diseño de los mismos.

Con relación a lo anterior, al hacer referencia sobre las relaciones que se establecen en las bibliotecas interactivas con las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), Merlo (2007) distingue a una nueva generación de la web basada en la participación de los ciudadanos la cual denomina como web social o tecnologías participativas. Estas tecnologías son a la vez receptoras de la información electrónica y ofrecen servicios cooperativos que se basan en entornos digitales, en las cuales los usuarios pueden contribuir aportando contenidos. Creándose de este modo espacios para el intercambio de información y documentación con los usuarios.

Partiendo de un criterio ante todo didáctico para Merlo dichas tecnologías se pueden resumir en diez servicios (pp. 4-6):

- Weblogs: sitios web de actualización constante que permiten la introducción de comentarios y el archivo de las informaciones depositadas.
- Wikis: espacios web en los que múltiples autores -en función de los permisos- pueden crear, editar o borrar contenidos desde el navegador.
- Sindicación de contenidos: posibilidad que presentan algunas web para sus contenidos se redifundan, a través de lectores específicos, navegadores o servicios externos.
- Etiquetado: sistemas de descripción de contenidos basados en la asignación de términos libres, en lenguaje natural, por parte de los usuarios de un servicio.
- Recomendaciones: servicios de valoración e introducción de comentarios sobre la calidad de una información, el interés de una noticia o el valor de un producto.
- Compartir archivos: servidores web que permiten depositar archivos (audio,

- Video, imágenes, etc.) que pueden ser consultados de forma abierta.
- Geoaplicaciones: utilidades que trabajan con información geográfica y que
- permiten la integración y combinación con diferentes recursos web.
- Utilidades: aplicaciones de carácter ofmático y de entorno de trabajo que posibilitan actuar de forma remota y compartida con archivos.
- Redes sociales: entornos web y de realidad virtual en lo que los usuarios se relacionan mediante el intercambio de informaciones y archivos.
- Búsquedas: aplicaciones y sitios web en los que la recuperación de información se realiza teniendo en cuenta las opiniones y comportamientos de los usuarios.

1.3.2 Los nuevos soportes

Uno de los cambios que suscita el nuevo entorno tecnológico es la diversificación de los medios de presentación de la información, lo cual significa un reto para los bibliotecarios puesto que han tenido que pasar de un ambiente tradicional donde los materiales librarios predominan a un ambiente que integra la microelectrónica, la computación, la informática y las telecomunicaciones para el almacenamiento, procesamiento y tratamiento de la información. De ahí que Lafuente (1999) señale que:

> "los rasgos característicos del uso de las tecnologías de la información surgen de la necesidad de: adaptar la idea de la biblioteca al creciente aumento de la circulación de documentos impresos y digitalizados; lograr una relación de costo beneficio en el uso de los recursos; enfrentar la redundancia informativa; responder al desafío que representa la creciente especialización en el uso de términos y conceptos; poder proporcionar servicios que trasciendan las fronteras entre disciplinas; crear medios para beneficiarse de la presencia de una red global de telecomunicaciones, y responder a los cambios en las formas de uso de la información para la toma de decisiones, y a la utilización de información para solucionar problemas relativos a la operación de procesos tecnológicos de todo tipo" (p. 19).

De este modo Castañón (1996) considera que en este contexto la incorporación de las tecnologías a las labores y funciones de la biblioteca conservará los elementos esenciales de: rescate, acopio, organización, conservación y difusión de los registros del conocimiento universal; únicamente que su manera de hacerlo variará y el objetivo será acercar

pertinentemente y oportunamente al usuario la información a través de una gran multiplicidad de servicios directos e indirectos en diversos formatos y soportes, a fin de proporcionarle calidad en los mismos cuando este por sí solo o a distancia demande satisfacer sus necesidades informativas.

Esto significa entonces que se incorporan a la biblioteca nuevas formas de almacenaje y recuperación de la información, convirtiéndose en mediateca. Se pueden dividir las nuevas tecnologías en cuatro grandes grupos:

- Reprografía: permite copiar de forma rápida y exacta cualquier tipo de documento: fotocopia, diazocopia, offset (tamaño natural); microfilm y microficha (tamaño reducido)
- Audiovisuales: disco microsurco, cine y fotografía, casete, cinta magnetofónica, diapositivas, transparencias
- Memorias magnéticas: discos y cintas que se graban y leen a partir del uso de sistemas digitales.
- Memorias ópticas: videodisco, videocinta, disco óptico numérico, y la familia de los compact-disc (CD-A, CD-I, CD-W, CD-ROM).

1.3.4 Las telecomunicaciones y las bibliotecas

Las posibilidades de interacción y comunicación, de acceder a la información en un mundo global, en el que no hay fronteras y se acortan las distancias geográficas y de tiempo, debido a las transformaciones tecnológicas, han generado cambios en las sociedades respecto a las formas de aprendizaje.

La urgente necesidad de comunicarse por diferentes medios ha originado que las instituciones educativas, principalmente las universidades, estén realizando grandes esfuerzos para apoyar el desarrollo de las telecomunicaciones, que incluyen telefonía, comunicación satelital, radio,

televisión, redes informáticas y carreteras de información que contribuyen a un mayor desarrollo de la institución.

> "Telecomunicaciones es el término que se aplica a la comunicación entre dos o más puntos distantes mediante sistemas eléctricos o electrónicos. Aún más, se le llamó telemática a la combinación de la informática con las telecomunicaciones" (Ortiz, 1996, p. 107).

> "Hoy las telecomunicaciones y la informática nos sitúan ante otra revolución tecnológica, a la cual se ha empezado a denominar "la informatización de la sociedad" (Ortiz, 1996, p. 107).

Las telecomunicaciones están influyendo en las formas de conocimiento, las relaciones interpersonales, laborales, sociales, políticas, culturales y deportivas, etc. de los individuos. Estos medios se están utilizando en múltiples actividades académicas como la actualización, educación a distancia e investigación, entre otras, permitiendo ignorar las barreras de tiempo y espacio y beneficiando la presencia social de las instituciones educativas.

En este panorama la biblioteca universitaria se transforma en un espacio que concentra las estaciones de acceso a la información que coordina y ubica en red; con el propósito de propiciar la excelencia en la prestación de los servicios y la satisfacción del usuario. Las telecomunicaciones y las redes de información actualmente:

a) Borran las limitantes de tiempo y espacio.
b) Alteran el control de los mensajes y de la información
c) Modifican el poder de la publicidad pública y masiva y la de persona a persona.
d) Permiten nuevas formas de comunicación y uso de la información.
e) Crean nuevas relaciones e interdependencias entre el hombre y la información" (Morales, 1996, p. 39).

En consecuencia, los servicios que ofrecen las telecomunicaciones a las bibliotecas son los siguientes:

- Videotexto: sistema de acceso a bases de datos a través de la red telefónica y con salida por un módem y un ordenador. Permite la representación en pantalla de la información recibida a través de la línea telefónica.
- Teletexto: sistema que envía a los televisores convencionales información almacenada en ordenadores aprovechando las líneas no utilizadas en el intervalo blanco vertical de la emisión de TV. Es un sistema unidireccional.
- Vídeo y TV por cable:
- Sistemas de educación asistida por ordenador: programas de aplicación para microordenadores que se aplican en las bibliotecas públicas para la orientación y formación de usuarios.
- Softwares educativos: introducen al usuario en el mundo del ordenador
- Edición asistida por ordenador: herramientas de tratamiento de textos
- Telefacsímil: permite la transmisión de textos e imágenes a distancia
- Sistemas de información en línea: la consulta de la ingente información almacenada en BBDD se realiza a través de terminales informáticos, videoterminales, equipos de tratamiento de texto, microordenadores, etc.

1.3.4.1 Internet

Como parte de las tecnologías de información y comunicación, se encuentra también el Internet que es un medio interactivo que permite mayores oportunidades de identificación y localización de la información, asimismo la recuperación de documentos de carácter técnico y científico, y la comunicación y trabajo con investigadores, editores, bibliotecas, etc.

Por lo que Morales (1996) señala que Internet es una red de redes de cobertura global que ofrece dos posibilidades para ser usada: una con fines de educación e investigación y otra con fines comerciales. Su acceso abierto y masivo (dentro de los que están conectados a la red) y parte de un principio de beneficio común honorabilidad y buena voluntad, por lo que no existe un reglamento para incluir tal o cual documento, y todo depende del interés por incluirlo y de la infraestructura tecnológica que se posea. Entonces, respecto al uso del que

Internet está siendo objeto en las bibliotecas, Merlo y Sorly (1998), nos dicen que es muy variado. No obstante Lancaster y Sandore (2000), utilizando contribuciones de otros autores establecieron una serie de aplicaciones comunes:

- Comunicación entre el personal o con otros colegas.
- Discusión a través de servidores de listas u otros vehículos electrónicos.
- Ayuda a los servicios de referencia en búsquedas de todo tipo y en bases de datos.
- Uso de catálogos de otras instituciones.
- Posibilidad de crear perfiles de búsqueda propios para los usuarios
- Préstamo interbibliotecario: verificación, peticiones, suministro
- Catalogación.
- Compra de libros y publicaciones periódicas.
- Evaluación de sistemas en línea para la selección de uno.
- Elaboración de bases de datos producidas localmente, pero accesibles por usuarios remotos.
- Creación de páginas web para facilitar información de la biblioteca, sus recursos y servicios.

Al referirnos a las redes de computadoras, es ineludible hablar de Internet, donde sin duda han nacido y continuarán naciendo nuevas profesiones y por ella nuevas perspectivas de ocupación a la vez que también habrán de desaparecer algunos tipos de trabajo, o se transformarán tanto, que quizá los tendremos que identificar de manera distinta" (Ortiz, 1996, p. 107).

Este es el caso de las bibliotecas que al implementarlo como fuente de información y como medio de comunicación, para el desarrollo de las gestiones administrativas y servicios bibliotecarios y de información, los bibliotecarios han evolucionado en su papel de buscador de la información, en un entorno tradicional donde prevalece el documento impreso y los procesos de circulación y tratamiento manuales a un entorno automatizado por computadoras.

1.5 Nuevos tipos de bibliotecas

En la actualidad, como consecuencia del desarrollo de la computación y las telecomunicaciones e internet, muchas de las funciones y procesos de la biblioteca, se han modificado. Se ha visto superada su actividad únicamente de resguardo y conservación de colecciones bibliográficas, hemerográficos, cartográficos y audiovisuales, pasando por la integración de catálogos automatizados y/o en línea, hasta tener acceso a documentos que no necesariamente poseen físicamente, pues se hallan albergados en servidores remotos.

Las tecnologías de información y comunicación, no han eliminado a la biblioteca, sino por el contrario, han reforzado y delineado cada vez más claramente su presencia social como institución, a partir de la cual se puede conjuntar la información que se requiere, se organiza y puede ser utilizada por quien la solicita. (Olaya, 1998). En este sentido, del avance y la utilización de las tecnologías de información, se tiende a describir la evolución de la biblioteca por etapas. Torres (2005) a partir de la consulta de varios autores señala los siguientes períodos (Véase tabla 1):

Tabla 1. Etapas de desarrollo de la biblioteca en la sociedad de la información

Etapa: 1	Biblioteca tradicional	Abarca desde la antigüedad hasta los inicios de la automatización. Su organización, servicios y procesos, tales como el desarrollo de colecciones, entre otros, se corresponden con la estructura de los documentos impresos.
Etapa: 2	Biblioteca Automatizada	Las computadoras se utilizan para actividades básicas como la catalogación, la organización del acervo y la búsqueda de información. Colecciones predominantemente con documentos impresos pero procedimientos computarizados. Uso de bases de datos en línea. Acceso y uso de catálogo en línea (OPAC).
Etapa: 3	Biblioteca del futuro	Consulta de materiales de manera remota que favorecerá el acceso universal.

Fuente: Torres (2005. pp. 15-16).

Como se puede observar cada una de estas etapas corresponde a un estadio tecnológico distinto, generando su propia denominación diferenciadora para cada tipo de biblioteca en función de la tecnología disponible, lo cual anteriormente se realizaba con base a las

características del usuario y las colecciones que se organizaban para responder a las necesidades de información de éstos. Y que en esta perspectiva obliga a un rediseño de sus prestaciones, servicios y funciones diversas, dando lugar también a que al referirse a la biblioteca del futuro se establezcan otras denominaciones como electrónica, digital o virtual o una combinación de estos elementos (biblioteca híbrida).

Dichas denominaciones en el momento actual a causa de la aceleración de vertiginosa de los procesos tecnológicos se superponen a otras, utilizándose todas como expresiones sinónimas o cuasi-sinónimas, cuando en realidad no lo son creándose problemas de ambigüedad en las precisiones de naturaleza terminológica y conceptual. (Agustín-Lacruz, 1998).

Muestra de ello es la siguiente tabla que Faba y Nuño (2004) construyen a partir de las definiciones que varios autores hacen con relación a estos términos:

Tabla 2. Definiciones de biblioteca: electrónica, digital, hibrída y virtual

Biblioteca Electrónica
Es aquella que cuenta con sistemas de automatización que le permiten una ágil y correcta administración de los materiales que resguarda, principalmente en papel. Así mismo, cuenta con sistemas de telecomunicaciones que le permiten acceder a su información, en formato electrónico, de manera remota o local. Proporciona principalmente catálogos y listas de las colecciones que se encuentran físicamente dentro de un edificio (López Guzmán, 2000).
Permite acceder a bancos de información en formato electrónico. Este tipo de bibliotecas incluiría también los catálogos automatizados de bibliotecas tradicionales. Según esta definición, la biblioteca electrónica intentaría reproducir la producción impresa pero utilizando un medio diferente del soporte papel (Pérez, 2000).
Biblioteca Digital
Es un servicio de información/biblioteca localizado en un espacio, ya sea virtual o físico, o en una combinación de ambos, en el que una proporción significativa de fuentes disponibles para el usuario existe solo en forma digital (Bawden y Rowlands, 1999).
Es un repositorio de acervos y contenidos digitalizados, almacenados en diferentes formatos electrónicos por lo que el original en papel, en caso de existir, pierde supremacía. Generalmente, son bibliotecas pequeñas y especializadas, con colecciones limitadas a sólo algunos temas (López Guzmán, 2000).
Es aquella que contiene elementos digitalizados, es decir, contenidos completos de todo tipo, que incluso, a veces tienen una forma cambiante a causa de su constante actualización, que aplica la tecnología en cualquiera de sus formas pero en la que no actúa el elemento humano de una manera directa y simultánea al servicio que da (Pérez, 2000).
Las bibliotecas digitales son bibliotecas electrónicas en las que un gran número de usuarios distribuidos geográficamente tienen acceso a una gran cantidad de contenidos diversos de objetos electrónicos (Yerkey y Jorgensin, 1996, citados por Sreenivasulu, 2000).

La biblioteca digital o virtual puede considerarse meramente como un depósito de textos electrónicos en línea (Ince, 2001).
Biblioteca Híbrida
Es un modelo de biblioteca en el que el usuario, desde un interface vía web o windows y a través de páginas o pantallas, puede acceder a los recursos digitales, representados en siete bloques: a) Pasarela a Internet; b) Fuentes primarias: revistas electrónicas, materiales digitalizados en el propio centro, literatura gris; c) Fuentes secundarias: bases de datos, CD-ROM; d) Catálogos: OPACS locales, catálogos de consorcios; e) Acceso a editoriales y librerías; f) Intermediarios comerciales: agentes de suscripción, host; g) Servicios de información en tiempo real: medios de comunicación (Oppenheim y Smithson, 1999).
Una biblioteca híbrida, también denominada pasarela, suministra un entorno y unos servicios parcialmente físicos y parcialmente virtuales (Bawden y Rowlands, 1999). Se halla entre la biblioteca convencional y la digital, donde las fuentes de información electrónicas e impresas se usan conjuntamente (Garrod, 2001).
Conjuga formatos electrónicos e impresos reunidos en un servicio de información integrado al que se accede mediante una combinación de pasarelas electrónicas locales y remotas (HyLife Programme, 2001).
Biblioteca Virtual
La expresión "biblioteca virtual" se utiliza para describir colecciones de recursos web (Bawden y Rowlands, 1999).
Es aquella que hace uso de la realidad virtual para mostrar una interfaz y emular un ambiente que sitúe al usuario dentro de una biblioteca tradicional. Hace uso de la más alta tecnología multimedia y puede guiar al usuario a través de diferentes sistemas para encontrar colecciones en diferentes sitios, conectados a través de sistemas de cómputo y telecomunicaciones (López Guzmán, 2000).
Es aquella que da un valor añadido a la biblioteca digital complementándola con servicios bibliotecarios y documentales, en los cuales interviene, de forma constante el elemento humano, que ayuda y complementa la acción del usuario, dándole estos servicios de forma virtual (a distancia), y que aprovecha la respuesta virtual de los usuarios para organizar la información y los contenidos que éste necesita, o para darle las herramientas necesarias para obtener información (Pérez, 2000)
Las bibliotecas virtuales son sistemas basados en la tecnología web que tienen alojadas numerosas bases de datos científicas, muchas de las cuales se hallan en texto completo (Fitzgerald y Galloway, 2001).

Fuente: Faba y Nuño (2004, pp. 19-28).

Como hace mención Faba y Nuño (2004), se puede observar que estas definiciones no esclarecen las diferencias conceptuales de las expresiones, dichos términos se emplean indistintamente con diversas acepciones. Sin embargo para facilitar la identificación de fronteras y/o convergencias entre estas denominaciones o términos que permitan evitar su uso como sinónimos, Bauwens (1994) citado por Torres (2005) ofrece como alternativa el establecimiento de 3 niveles de virtualización:

Nivel 1. Se ofrece acceso a OPAC, aunque no se pierde de vista que en fase corresponde a la biblioteca automatizada.

Nivel 2. Las bibliotecas que se ubican en este nivel de acceso electrónico a colecciones virtuales, pero pueden entregar documentos reales o impresos. Coexisten aquí los documentos impresos con los electrónicos.

Nivel 3. Estas bibliotecas tienen acceso a colecciones virtuales que constan de documentos productos electrónicamente. Pero antes de que se pueda contar con una colección de documentos de naturaleza electrónica será necesario digitalizar previamente la colección impresa. En esta última fase de este nivel se experimentará un acceso limitado a inmensas colecciones, las cuales estarán compuestas de publicaciones generadas digitalmente (pp. 17-18).

A partir de estos niveles se puede decir que hay bibliotecas digitales que tienen su comienzo ya en ese formato, es decir, nunca tuvieron un antecedente en papel, todos sus documentos son digitales de origen. También están las bibliotecas digitalizadas, es decir, aquellas que, tras un proceso de cambio de soporte, han digitalizado sus fondos en papel a soporte digital. La expresión biblioteca electrónica suele usarse para referirse a los fondos electrónicos de una biblioteca que cuenta en su colección con distintos tipos de soportes. Luego entonces se observa que la situación de la biblioteca actual refleja una combinación de soportes, básicamente el papel y el electrónico, que conviven y se complementan. Por ello es más adecuado hablar de biblioteca híbrida, tal y como la denomina el estudioso Peter Brophy. Esto da lugar a nuevas formas de trabajar, nuevas herramientas de trabajo que se suman a las tradicionales.

Según Tomás Saorín (2001) citado por Gómez (2002), la biblioteca híbrida sería aquella que:

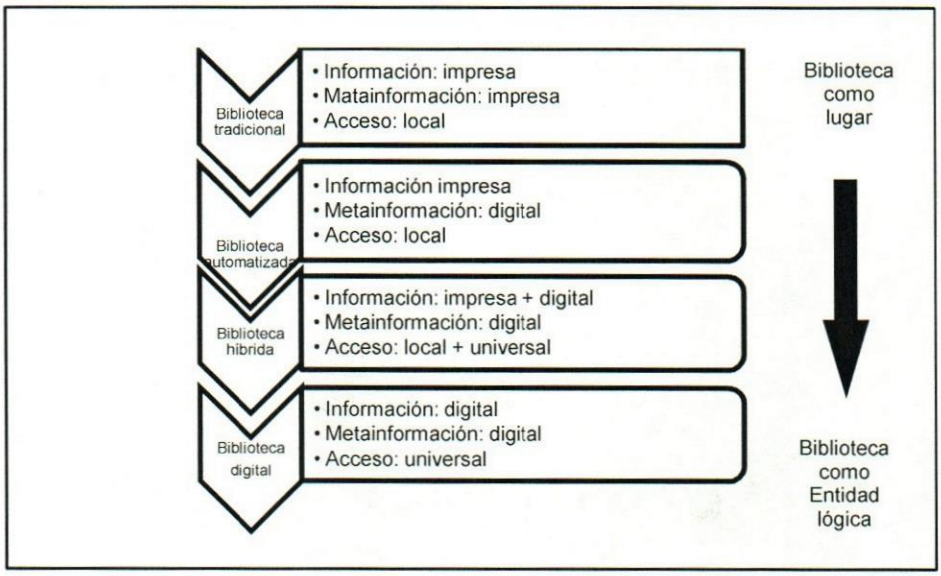
- parten de una institución bibliotecaria que existe físicamente de forma organizada
- integra recursos tradicionales con recursos digitales, potenciando los primeros más que reemplazándolos
- ofrece documentos y servicios en cualquier soporte, de forma presencial y en línea
- en el espacio presencial de la biblioteca, los servicios y procesos están automatizados, ahorrando tareas administrativas y mecánicas a los profesionales, y ofreciendo al usuario mayor autonomía, a través del autoservicio, y las herramientas en línea (p. 191).

Es decir, la biblioteca híbrida es una combinación de biblioteca digital y biblioteca tradicional. Algunas bibliotecas tienen casi tan desarrollada su parte digital como su parte tradicional. Otras bibliotecas no pueden denominarse ni siquiera híbridas porque el volumen de sus fondos electrónicos es poco relevante. En otras palabras, como señala Torres (2008)

dentro de la biblioteca convencional o tradicional está proliferando la tendencia de digitalizar los documentos impresos, generándose una versión digital además de la impresa, con lo cual se asevera que se tiene una biblioteca digital.

Sutton citado por Carrión (2001) propone un modelo de evolución de la biblioteca que resulta esclarecedor para explicar a qué biblioteca se refieren los documentos citados. A partir de la combinación de tres elementos (información, metainformación y forma de acceso o interfaz), describe cuatro tipos de biblioteca que van de la tradicional a la digital, de acuerdo con el grado de introducción de las TIC y de los nuevos recursos de información. (Véase figura 1).

Figura 1.Tipología de las bibliotecas según el grado



Fuente: Carrión (2001, p. 3).

En esta combinación, la web de la biblioteca se convierte en el nexo de unión de las dos bibliotecas como punto aglutinador. Poco a poco la biblioteca tradicional da acceso a un número creciente de servicios: acceso remoto a biblioteca digital, petición de reservas y prórrogas en los préstamos, solicitud de préstamo interbibliotecarios, búsquedas en el OPAC, etc., todo ello en respuesta a la necesidad de un grado de desarrollo tecnológico por la constante transformación y desarrollo de las tecnologías de información y comunicación. En todo caso, no es previsible que en los años venideros la biblioteca actual se convierta en

biblioteca digital de forma íntegra. De hecho, muchos expertos vaticinan un largo período de transición, puesto que aún hay expectativas de larga vida para el documento impreso.
Por eso, ante las disímiles consideraciones respecto a los conceptos de biblioteca electrónica, digital o virtual, Sánchez y Vega (2002) exponen que puede incluirse en su definición los términos tradicionales y agregarle el uso de las computadoras en los procesos de la biblioteca y la digitalización de sus colecciones.

1.6 La biblioteca digital y sus características

En el apartado anterior se hizo mención que la biblioteca digital puede ser concebida desde dos enfoques: como parte de la biblioteca tradicional o convencional o como un sistema autónomo, independiente cuya tecnología de la información y comunicación, que la sustentan, la distinguen de la anterior. En uno u otro enfoque, se puede apreciar y coincidir con Torres (2009) que la biblioteca digital es un entorno donde:

- se reúnen colecciones, servicios y personal,
- favorece el ciclo completo de creación, difusión, uso y preservación,
- Se parte de una política y un esquema conceptuales,
- Se transforma la información en conocimiento y
- Se ofrecen servicios con valor añadido (p. 34).

Estos elementos que convergen en la biblioteca digital y que algunos autores como Tramullas y la American Library Association (ALA)[3] los retoman para su conceptualización y que además como se describe en el siguiente apartado desde la perspectiva de otros autores, se observa que la caracterizan como tal.

[3] Biblioteca digital es una colección estructurada y organizada de documentos digitales, desarrollada según una política y un esquema conceptual, que ofrece a sus usuarios servicios de valor añadido, fundamentados precisamente en la colección o en aspectos relacionados con la misma (Tramullas, 2000, p. 33)

Según Rowlan y Bawden, 1999 citado por Pérez y Herrera (2006) las características de la biblioteca digital se estructuran en cuatro categorías: básicas; de contenido; servicios y uso; investigación y evaluación, como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 3. Características de la biblioteca digital

Básicas	De contenido	Servicios y uso	Investigación y evaluación
Diferentes términos que denotan el mismo concepto	Contiene material en formato digital	Preferencia por el entorno educativo	Investigación en informática, el concepto, nuevas estructuras, aplicaciones prácticas tecnológicas, aspectos éticos y legales.
Progreso irremediable hacia la digitalización total de fondos	Tiene una colección Identificable.	Incluye un equivalente al catálogo tradicional	Métodos de evaluación y métrica.
Permanencia de la biblioteca híbrida	Contiene documentos de variada naturaleza	Desarrolla nuevas herramientas de búsqueda y consulta	
Necesidad del concepto del cambio en la organización	Se continua enfatizando el texto	Ofrece servicios integrados	
Se construye sobre los puntos fuertes de la profesión	Proceso de cambio en las relaciones autor-editor-distribuidor.	Ofrece interfaces para usuarios particulares	
Marca el final de la biblioteca y el profesional tradicional	La preservación del material como función primordial	Se accede a sus colecciones a través de portales.	
		Soporte de análisis y proceso de la información	

Fuente: Pérez y Herrera (2006, p. 93).

Toda la información con la que cuenta es digital o está en proceso de digitalización. La transición de las revistas en papel a las electrónicas ha sido uno de los temas de mayor importancia para su desarrollo durante la década de 1990. Aunque existen diversos proyectos encaminados hacia la conversión a formato digital de las colecciones de bibliotecas tradicionales, se afirma que probablemente hará falta más de una década para que la mitad de los materiales de las bibliotecas queden disponibles en forma digital.

En relación con el proceso de digitalización, se afirma que la biblioteca digital es análoga a una biblioteca tradicional en muchos de sus procesos y servicios, con la única diferencia de que en la biblioteca digital se utilizan medios tecnológicos para mejorar aquellos. Otros especialistas aseveran que los medios digitales permiten varias maneras de acceso y uso de la información de hecho algunos estudios reflejan una preocupación por desarrollar prácticas inéditas para la adquisición, la descripción y la organización bibliográfica, así como para preservar, acceder y proporcionar los servicios inherentes a las bibliotecas en un medio totalmente digital.

Martínez Arellano (2008) señala que existe una gran cantidad de información que en este momento se está generando y que es de acceso libre, pero que también hay que considerar en la organización de una colección de información digital aquella información que se comercializa. Partiendo de esto podemos ver que las bibliotecas digitales tienen una serie de características entre ellas:

- Proporcionan información rápida, independientemente del tiempo y lugar donde se encuentren los individuos.
- Brindan acceso a otros tipos de colecciones como son multimedia, imágenes, textos donde se integren audio y video.
- Permiten recuperar información muy específica para cierto tipo de usuarios.
- Propician una integración colaborativa, tanto en investigación y aprendizaje, como en diversos ambientes.
- Reducen barreras de tiempo y distancia (p.156).

De ahí, que Vouttssás (2006) señale:

> "Una biblioteca digital debe ser una libre extensión de la biblioteca tradicional proveyendo a sus lectores acceso a información en todo formato la que ha sido evaluada, organizada, archivada y preservada. El acceso a este creciente cúmulo de información se da a través de sistemas electrónicos personalizados y servicios de profesionales de la información. La biblioteca digital provee valor agregado y ahorra tiempo reduciendo significativamente el tiempo de acceso. Reduce la necesidad de la proximidad física de los recursos de información, pero hace énfasis en la calidad de esos recursos". (p. 26-27).

UN-A-CH
BIBLIOTECA CENTRAL UNIVERSITARIA

1.6.1 Importancia, funciones y objetivos de la biblioteca digital

El reto de la biblioteca en el contexto de la sociedad de la información es el de incorporar activamente las TIC`s, de modo que se pueda acceder a contenidos y recursos de información electrónicos junto con documentos tradicionales. Porque cómo señala Garduño (2005) "Las tecnologías de información y comunicación ofrecen diversas y ricas posibilidades para el diseño y desarrollo de modelos educativos y materiales didácticos con fines de docencia e investigación" (p.53). Las tecnologías de información y comunicación están siendo utilizadas en el ámbito educacional con la finalidad de brindar a la población acceso a tecnologías que apuntalen su educación

Por lo anterior, se considera entonces que las TIC's constituyen un instrumento efectivo que permite a las bibliotecas procesar, transmitir, manipular, almacenar y difundir la información eficientemente para que el usuario la recupere con rapidez y seguridad en la investigación, adquisición y generación de nuevos conocimientos.

> Tal es así que Vives señala que (2009...checar la referencia en internet) "El objetivo principal de las bibliotecas digitales, es el de identificar, localizar, crear, organizar y dar acceso a documentos completos en cualquier formato: textos electrónicos y digitales, programas informáticos, vídeos, objetos, mapas, audio, etc., es decir, cualquier tipo de material en cualquier tipo de formato. Estos materiales pueden almacenarse de forma local, es decir ubicándolos en servidores y en bases de datos propias, o se puede acceder a ellos de forma remota, conectando con los servidores donde se hallan ubicados, ya sean comerciales o de libre acceso. En cualquiera de los casos el acceso a ellos se hace de forma totalmente transparente para el usuario, que debe poder utilizarlos de forma fácil y amigable, sea cual sea el origen de estos documentos. (p. 152)

De este modo la importancia de la biblioteca digital radica en la función de concebirle desde, el principio de acceso al derecho de la información, así como también en el de autor y en la utilización de las tecnologías en procesos y servicios bibliotecarios. En el caso de las instituciones educativas y sus unidades de información, como las de enseñanza superior, las tecnologías otorgan facilidades para lograr la calidad y la competencia de la información científica, adecuada y/o actualizada que requieren el desarrollo de los planes y programas educacionales y proyectos de investigación.

En el contexto de la sociedad de la información, Pérez y Herrera (2006) determinan que la biblioteca, se constituye en un espacio público para la interacción social a fin de evitar desequilibrios producidos por la tecnología en el acceso a la información, y en el elemento central de las políticas culturales. Toda vez que para los individuos, pone la cultura accesible y crea las condiciones para poder manejar la información, cumpliendo una función mediadora y educadora. Por lo tanto, la biblioteca universitaria incorporando las tecnologías de la información al servicio de su comunidad de usuarios, refuerza y delinea su presencia social como institución que selecciona, adquiere, analiza, organiza y disemina documentos para facilitar la investigación y la docencia, el saber y la cultura, a científicos, investigadores, profesionales y estudiantes.

De acuerdo a estas consideraciones, las funciones de la biblioteca según Pérez y Herrera (2006) en una cultura digital, serían la de contribuir al cambio social y desarrollo democrático, posibilitando a todos los usuarios el acceso los recursos de la biblioteca, independientemente de las fronteras de tiempo y espacio; participar en los procesos educativos y en la enseñanza a distancia; realizar tareas automáticas de selección, síntesis y búsqueda intelectual.

Luego entonces, la biblioteca digital es un organismo encargado de seleccionar, adquirir, controlar bibliográficamente, almacenar, conservar y poner a disposición de los usuarios una colección de publicaciones electrónicas, y por lo tanto que tiene como objetivos:

- Permitir la entrada de documentos electrónicos e información digital no conservada en la biblioteca.
- Permitir el tratamiento y la recuperación.
- Garantizar la conservación y la legibilidad de los documentos electrónicos en futuros sistemas informáticos.
- Suministrar información digital en pantalla sin que el usuario manipule el documento.

1.6.2 Ventajas y problemas de la biblioteca digital

López (2000) afirma que las ventajas del manejo de información en bibliotecas digitales están básicamente relacionadas con el acceso a información estructurada, con criterios y métodos de búsqueda útiles. Las bibliotecas digitales también se relacionan con la preservación de los materiales y con el acceso universal a la información confiable y ordenada. Al hacer uso de una biblioteca digital no es necesario desplazarse físicamente, ni cumplir con horarios específicos de servicio. El préstamo de materiales no está restringido al número de volúmenes, ni a tiempo o espacio ya que los servicios son ininterrumpidos y permanentes.

A través de bibliotecas digitales se puede poner a disposición de millones de usuarios documentos únicos, que de otra manera son inaccesibles por la degradación que pueden sufrir los materiales debido al uso. Los beneficios de implementar bibliotecas digitales se pueden dividir para tres sectores. Inicialmente, tiene beneficios nacionales o globales (Véase tabla 4).

Tabla 4. Beneficios de implementar bibliotecas digitales

Nacionales y globales	Institucionales	Usuarios
Promueve y facilita la expansión de la cultura en una comunidad.	Elimina duplicidad de actividades, acervos y costos.	Confianza en el contenido de los documentos que se consultan.
Preserva en un medio no degradable los acervos culturales y científicos generados para el beneficio social.	Promueve nuevas áreas de investigación.	Acceso uniforme desde cualquier punto de la red sin desplazamiento a la biblioteca.
Se hace uso eficiente de los contenidos de los materiales a través de búsquedas sencillas y eficientes.	Permite el crecimiento de acervos sin demanda de espacio físico para almacenamiento ni para servicio.	Equidad en el acceso a la información, toda la comunidad autorizada tiene la misma facilidad y derecho de consultarla.
Promueve el uso de estándares para el manejo de información digital, incluso a nivel mundial.	Prolonga la permanencia de documentos dentro de una colección disponible al público.	Siempre habrá disposición de los materiales existentes que sean solicitados.
	Control total sobre la información.	Ahorro en el tiempo de búsqueda por la centralización aparente de los acervos y por la posibilidad de búsqueda en el contenido completo de los documentos.
	Reducción del costo de imprenta, para aquellas que editan sus propios libros.	Acceso a información interrelacionada, es decir, posibilidad de enlaces hipertextuales, incluso con otros recursos de la biblioteca digital.

Fuente: López (2000).

Pero para este conjunto de beneficios también existen una serie de problemas inherentes a la viabilidad de desarrollar bibliotecas digitales, que no son de fácil solución y aún están por resolverse, limitando la apertura y amplitud de los servicios. A continuación, se hace mención de algunos problemas de la biblioteca digital basados en la opinión de autores como Hípola, Vargas y Senso (2000) y Pérez (2006):

1) Cambios tecnológicos:
    - Velocidad y el ensanchamiento de banda de las comunicaciones
    - Uso de protocolos de acceso abierto, como la web
    - Cómo se comunican las bibliotecas entre sí
    - Cómo tiene que buscar el usuario determinada información
    - Cómo deben clasificarse, seleccionarse, combinarse y entregarse los resultados de búsqueda al usuario
    - Cómo se asegura la integridad y la seguridad de los datos.

2) Cambios económicos, se precisan herramientas, mucho más sofisticadas cuyos costes pueden suponer un grave problema para un gran número de instituciones.
    - Infraestructuras de comunicaciones
    - Infraestructuras de equipamientos (ordenadores, por ejemplo)
    - Contenidos

3) Cambios sociales y culturales:
    - Dificultades para leer
    - Dificultad para dominar las nuevas herramientas
    - Rechazo a la tecnología

4) Aspectos legales.
    - Originalidad de la información y
    - Derechos de autor.

La integración de las tecnologías, tal es el caso de la biblioteca digital, no debe ser una moda, su uso puede contribuir a ser una fuente acceso al conocimiento y a las actividades de investigación y práctica en la comunidad educativa. La integración de tecnología la permitirá al alumno enfrentar exitosamente su vida personal, académica y profesional.

1.6.3 Organización del acervo digital

Pérez (2009) hace mención que los contenidos de las bibliotecas digitales pueden ser de distintos tipos: elaborados por la propia institución, ya sea digitalizando colecciones existentes en distintos formatos, creando colecciones digitales, o accediendo a colecciones remotas, ya sea en libre acceso o a través de proveedores de contenidos. Los contenidos de las bibliotecas digitales son muy variados, tanto por los tipos de materiales que contienen, como por la diversidad de elementos que la componen. El tipo de material contenido puede tener origen diverso: material propio que ha sido digitalizado, material propio que se ha producido ya en versión digital, material adquirido en formato digital e incorporado a la base de datos o material al que se accede en acceso remoto desde la propia biblioteca digital.

La biblioteca digital almacena la información dentro de unidades básicas de información digital como textos, mapas, páginas web, fotos escaneadas, y cada una está formada por bits. Sólo que los usuarios no precisan una información tan fragmentada sino más contextualizada. Por lo tanto se requiere estructurar la información tomando en consideración lo siguiente (Sequeira, 2001):

- "Las relaciones del todo a las partes, y de secuencias: páginas, capítulos, índices, ilustraciones, etc.
- Los mismos documentos se pueden archivar en diferentes formatos: imagen comprimida, texto en SMGL o PS etc.
- Diferentes versiones del mismo objeto, o con diferentes grados de precisión.
- Diferentes permisos asociados con el objeto.
- Diferentes patrones de acceso de los usuarios dependiendo del sistema
- y las redes que puede accesar" (pp. 128-129).

Las bibliotecas han de considerar estos aspectos anteriormente mencionados, a la hora de organizar los materiales: si los diferentes componentes pueden estar en un servidor o en una red, o estar distribuidos en varios computadores en la región, y si es mejor manejar ciertos documentos en una Intranet y otros en la Extranet (Internet), y cuáles son las necesidades de sus usuarios. La tendencia actual con respecto a esta disyuntiva que enfrentan las organizaciones bibliotecarias es utilizar sistemas distribuidos que permitan mantener los costos de capital bajos, pues las organizaciones van adquiriendo el equipo de acuerdo con sus posibilidades de financiamiento y continúan utilizando equipos e instalaciones anteriores hasta que se localicen recursos nuevos para las necesidades técnicas y recursos tecnológicos conforme al plan de desarrollo tecnológico (Sequeira, 2001).

1.6.4. Servicios de la biblioteca digital

Como se ha hecho mención en apartados anteriores, los cambios de las tecnologías de información y comunicaciones han multiplicado los formatos de los documentos (Word, Excel, pdf, html, audio, video, software, entre otros). En consecuencia, las funciones de selección, adquisición, organización y diseminación de la información de las bibliotecas, se han modificado, dando paso a la evolución o extensión de la biblioteca física (tradicional) a la biblioteca digital; la cual posibilita dada sus componentes, estructura, organización y calidad de sus contenidos, la accesibilidad del documento en forma amplia, rápida y eficiente, facilitando el aprendizaje y la investigación.

Porque, coincidiendo con Anglada (2000), la función de las tecnologías, en las bibliotecas y los centros de información, es la de ser instrumentos para posibilitar el mejoramiento de los servicios proporcionados y cumplir satisfactoriamente con su función de ayudar al usuario a encontrar información. La facilidad en el acceso a la información va ha ser una condicionante para su uso. De ahí de estimar a biblioteca digital como una oportunidad para incrementar el consumo de información. Al reconocer que desde las bibliotecas tradicionales se puede hacer poco para estimular la lectura y el uso de información en el proceso discente, Anglada considera que en cambio a partir de la biblioteca digital, se puede hacer bastante para facilitar

al máximo (o para entorpecer el mínimo) su consumo. Además la biblioteca de papel ha contenido un complejo sistema de privilegios (libros y revistas en los departamentos, documentos excluidos de préstamo, acceso determinado por desplazamientos, entre otros), entonces la biblioteca digital puede suponer una democratización importante en el acceso a la información, pero los bibliotecarios no deben perder de vista tres principios básicos: que su función es facilitar el acceso a la información (y, por tanto, formar en su uso), que los usuarios mayoritarios son los estudiantes (que por otra parte son los grandes consumidores potenciales de información), y, finalmente, que su 'negocio' es incrementar el consumo de información (no usar intensivamente las facilidades de un sistema de búsqueda).

En consecuencia, los servicios que se ofrecen en una biblioteca digital dependerán de su contexto, de los objetivos que persiga y las posibilidades de la misma. Arévalo Molina y Galán Gall (2008) clasifican en 5 grandes grupos los servicios que habitualmente se vienen prestando en éstas:

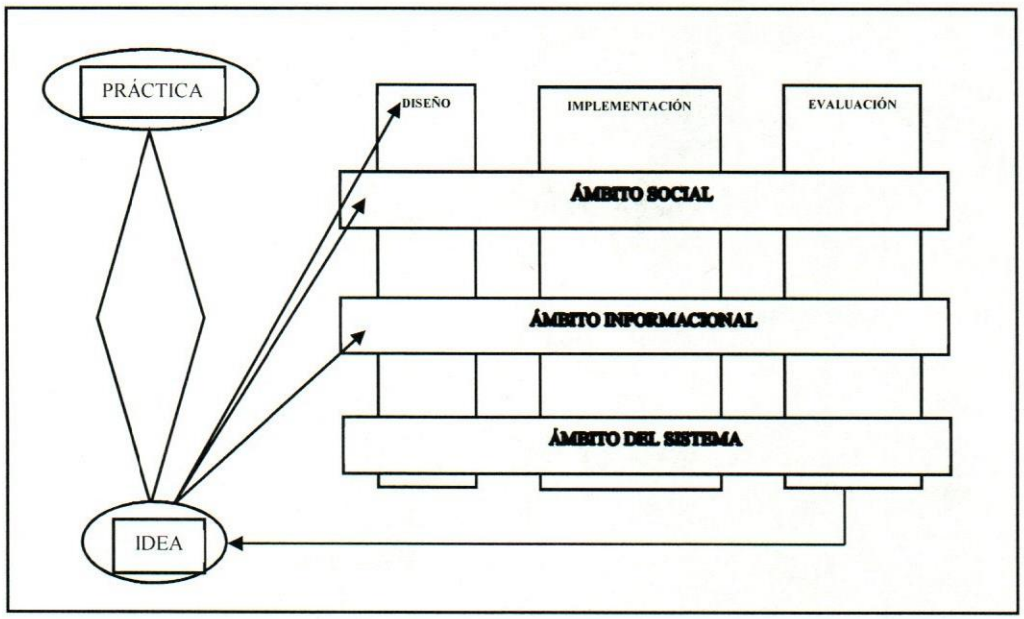
- Información general: directorio, guías, noticias, su historia, sugerencias, preguntas frecuentes, etc.
- Préstamo: interbibliotecario, reservas, renovaciones de préstamos, consulta de préstamos.
- Acceso: alerta informativa, formación de usuarios, hipervínculos a colecciones, catálogos, revistas y libros electrónicos, bases de datos referenciales y textos completos.
- Adquisiciones: boletín de obras recientes, información de libros y solicitud en línea de algunos materiales.
- Otros servicios como: exposiciones virtuales, recursos temáticos y bibliografía recomendada.

1.7 Modelo de desarrollo de una biblioteca digital.

Pérez y Herrera (2006) identifica el modelo conceptual de biblioteca digital desarrollado por Rowland y Bawden a partir de la teoría de Yates, quién señala tres factores comunes a todas las bibliotecas: los documentos, a los que se accede y almacenan; la tecnología, por la que se crean y mantienen los documentos, y el trabajo, a causa de la cual los dos elementos anteriores se desarrollan en la institución. La interconexión de estos tres factores hace que la tecnología no sea la única fuente de innovación en la biblioteca digital, habiéndose de atender en la descripción de los elementos necesarios para su conformación y desarrollo igualmente a cuestiones de gestión de contenido de la colección y comunidades de usuarios.

Los factores de Yates, nos dice Pérez Pulido, son categorizados por Rowland y Bawden en tres ámbitos: el informacional, para referirse a los documentos; el de los sistemas, para la tecnología; y el social, relacionado con el trabajo (Véase figura 2).

Figura 2. Modelo conceptual de biblioteca digital



Fuente: Pérez y Herrera (2006, pp. 93).

A partir de la categorización de los elementos que mencionan los autores antes señalados, Torres (2008) indica que se establecen las variables que integran a la BD y que son:

- Tecnologías de la información y la comunicación necesarias para el acceso a colecciones de la BD.
- Contenidos digitales. Información digital estructurada a través de diversos tipos de publicación.
- Colecciones organizadas de documentos de naturaleza digital, que se encuentran distribuidas en diversos niveles de accesibilidad. Son al mismo tiempo locales y remotas.
- Servicios de información digitales. Colaborar con otras bibliotecas para prestar y administrar servicios, como el préstamo interbibliotecario, o servicio de consulta (p. 26).

Asimismo, señala Voutssás (2006) para un correcto análisis de una biblioteca digital, es importante observarla desde varias perspectivas, o "enfoques", los cuales permiten entenderla y diseñarla desde distintos puntos de vista complementarios uno con el otro. En la tabla 5 se describen cada uno de ellos.

Tabla 5. Perspectivas o enfoques para el diseño del modelo de biblioteca digital

Colecciones	Definición del perfil de la colección; políticas de selección, preservación y descarte.
	Conversión a soportes digitales de documentos que se encuentran originalmente en medios tradicionales.
	Documentos originalmente digitales; publicaciones digitales.
	Establecimiento de grandes bibliotecas depositarias.
	Sustentabilidad de las colecciones a lo largo del tiempo.
Tecnología	Arquitectura de la plataforma computacional.
	Criterios de digitalización; viabilidad de proyectos; recursos propios o contratados.
	Almacenamiento de las colecciones: costos actuales y proyectados. Almacenamiento en línea y fuera de línea.
	Establecimiento de los formatos aceptados en la biblioteca para cada tipo de material digital y técnicas de comprensión aceptadas.
	Recuperación de información. Diseño de las políticas computacionales de registro de materiales para cada colección. Tipo de metadatos aceptados: Marc 21, MODS, Dublin Core, XML, Z39.50, etc. Planes de viabilidad del desarrollo de esos metadatos.
	Establecimiento de las Interfaces para usuarios aceptadas para los servicios digitales.
	Presentación de la biblioteca digital: el portal, página Web o sitio de la misma.
	Políticas y costos para la entrega de los contenidos y servicios.
	Estándares aceptados por la biblioteca, como ejemplo: OEB, Z39, TCP/IP), etc.
	Políticas de interoperabilidad con otros sistemas.

	Modelos de continuidad del servicio; éste debe incluir planes de contigencia en caso de fallas.
	Manejo de versiones tecnológicas.
Usuarios	Establecimiento de niveles de usuarios: hacia arriba –de quien somos usuarios–, mismo nivel –de quién somos pares–, hacia abajo –quiénes son nuestras comunidades de usuarios–
	Características de los usuarios: profesores, investigadores, creadores, estudiantes, comunicadores, profesionales, distribuidores, gran público.
	Métodos de evaluación: necesidades, preferencias, comportamientos y habilidades de los usuarios, ya sean individuales, en grupo y gremiales.
Organización documental	Recuperación de la información. Diseño de las políticas bibliográficas de registro de los materiales para cada colección.
	Tipos de metadatos descriptivos aceptados: Marc 21, MODS, Dublin Core, Z39.50 etc. Planes de viabilidad del desarrollo de esos metadatos.
	Clasificación e indización, manual y automatizada.
	Metadatos administrativos, técnicos, descriptivos, de hipervínculo con entes exteriores al documento, etc.
	Lenguajes de marcado: HTML, SGML, XML, MODS, METS, etc.
Legal	Establecimiento claro de los límites y prerrogativas que la ley autoral ofrece a esa biblioteca.
	Definición de las políticas de "uso ético de la información" –fair use– para esa biblioteca.
	Definición de material para Intranets.
	Costos de transmisión de derechos.
	Definición de políticas de copia para lo que la biblioteca produce por parte de la propia institución.
	Uso de definiciones externas para cesión de derechos de lo propio, Creative Commons.
	Establecimiento de criterios de privacidad por parte de la biblioteca.
Social:	Declaración de principios de la biblioteca respecto a la sociedad de la información o sociedad del conocimiento.
	Establecimiento de la relación acerca de nuevos modelos educativos, modalidades educativas y la biblioteca.
	Alfabetización digital; reducción de la brecha digital.
	Proyectos desprendidos de colaboración estrecha de la biblioteca digital con la educación.
	Derecho a la accesibilidad.
	Creación de contenidos por parte de la biblioteca digital.
	Modelo de sustentabilidad económica de la biblioteca digital; costos y financiamientos.
	Preservación de valores, identidad y cultura.
	El perfil deseado del personal profesional en esa biblioteca digital.
	Balance entre intereses de los productores y de los usuarios.
	Educación para el aprovechamiento de las bibliotecas digitales.

Fuente: Voutssát (2006, pp. 33-36).

1.8 Principales bibliotecas digitales en México

En el contexto nacional destacan algunas instituciones en cuyas bibliotecas el nivel de automatización ha sido permanente y los logros de sus proyectos en curso en la generación, transmisión y transferencia de información en la web soportados en la red Internet particularmente son interesantes. A continuación se presenta un cuadro elaborado por Cabral (2008), a partir de los resultados de un estudio realizado de la situación de los servicios bibliotecarios a 26 Instituciones de Educación Superior en México, que están incluyendo en su portal web, el servicio de una denominada, ya sea biblioteca digital o virtual (Véase tabla 6).

Tabla 6. Bibliotecas digitales en México.
Instituciones de Educación Superior.

Proyectos de biblioteca digital en IES	Fecha del proyecto aceptado	Fecha de creación del portal
Biblioteca Virtual Universidad Autónoma de Aguascalientes	2007	2007
Biblioteca Digital Universidad Autónoma de Nayarit	2006	
Biblioteca Digital de Colima		
Biblioteca Digital Universidad de Guadalajara	2001 aprobado 2004	2006
Biblioteca de Virtual Universidad de Guadalajara		
Biblioteca de la Universidad de Michoacán		
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente		2003
Biblioteca Digital Universidad Autónoma del Estado de México	2004	2006
Biblioteca digital Universidad de las Ámericas		
Biblioteca del Valle de México		
Biblioteca Virtual Universidad Iberoamericana		
Biblioteca Digital de la UNAM	1999	2001
Biblioteca Digital del IPN	1998	1999
Biblioteca Digital del Colegio de México		
Biblioteca Digital de Universidad Autónoma de Coahuila	2001	
Biblioteca Digital Universidad Autónoma de Nuevo León		
Biblioteca Digital de la Universidad Autónoma de San Luis		2006
Biblioteca Virtual Universidad Juárez del Estado de Durango		
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey	1997	
Biblioteca de la Universidad de Ciudad Juárez	2002	2003
Biblioteca Digital de la Universidad de Sonora	2005	2006
Biblioteca Virtual Universidad de Campeche		

Biblioteca Virtual Universidad de Ciudad del Carmen		
Biblioteca Digital Universidad Autónoma de Chiapas		
Biblioteca Virtual de la Universidad de Veracruz	2002	2003
Biblioteca Virtual Universidad Autónoma de Yucatán		

Fuente: Cabral (2008 pp. 36-37).

La investigación realizada por Cabral muestra:

- 24 de las 26 bibliotecas analizadas tienen bases de datos contratadas y que por tanto su acceso es restringido;
- 14 permiten el libre acceso a sus bases y 6 tenían bases de datos a prueba, en el momento del estudio.
- Los servicios con más frecuencia en las bibliotecas seleccionadas fueron: Diseminación selectiva de la información, Servicios de alerta, Asesorías en línea, Boletines, Nuevas adquisiciones, Formulación de usuarios y Préstamos interbibliotecarios.
- Algunos servicios se ofrecen mediante distintas designaciones y era amplía la gama de términos para identificarlos. La falta de especificación de algún servicio bibliotecario es común en muchos de los proyectos analizados.
- Como herramientas tecnológicas están los tutoriales, los catálogos y las guías que sirven al usuario para percatarse la oferta documental o de cualquier otro tipo de recurso.
- Los catálogos como herramientas se presentan en este servicio como opción para recuperar información. En las 26 bibliotecas digitales el catálogo funge como actor participe, ya que es una herramienta que todas incluyen.
- En cuanto a las guías y tutoriales para la formación de usuarios, no todas las bibliotecas cuentan con ellas, no obstante existen algunos tutoriales que sirven para guiar la búsqueda y recuperación de bases de datos, pero no guían al usuario en todos los recursos de la biblioteca digital. Además,

- Estos servicios se ofrecen en la Red vía correo electrónico, chat o Web master, pero el estudio no todas las bibliotecas digitales tienen estos servicios.
- Sólo 20 de las bibliotecas estudiadas ofrecen servicios bibliotecarios; las otras sólo brindan colecciones.

Otra de las aportaciones del estudio realizado por Cabral es la percepción del usuario en el acceso del servicio de biblioteca digital, el cual se muestra a continuación.

Tabla 7. Primera apreciación del usuario al establecer contacto con la biblioteca digital

Universidades públicas en México	URL proyectos de BD	BD/BV	Presentación del portal; lo más relevante
Universidad Autónoma de Aguascalientes	http: //biblioteca.uaa.mx/enlinea.htm	BV	Oferta documental
Universidad Autónoma de Campeche	http: //www.uacam.mx/bib.nst	BV	Consorcio de bibliotecas del sureste
Universidad Autónoma del Carmen	http://www.difusión.com.mx/sureste/uacarmen/	BD	Oferta documental
Universidad Autónoma de Chiapas	http://biblioteca.unach.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=5	BD	Oferta documental
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	http://bivir.uacj.mx/Temas/Default.htm	BV	Presentación de concepto, menú, productos, servicios y oferta documental.
Universidad Autónoma de Coahuila	http://www.infosal.uadec.mx/cie/new/index.htm	BD	Oferta documental, menú, productos, servicios y oferta documental.
Universidad Autónoma de Colima	http://digeset.ucol.mx/tesis_posgrado/simple2.php	BD	Dirección general de posgrado, bd de tesis de posgrado, motor de búsqueda
Colegio de México	http://biblio.colmex.mx/bib_dig/default.htm	BD	Acervo de material documental, catálogo, obras consultadas, menú, oferta documental
Instituto Politécnico Nacional	http://azul.bcnt.ipn.mx	BD	Oferta documental, específica las bases de datos de acceso libre y contratadas, catálogo, servicio de información
Universidad Nacional Autónoma de México	http://bidi.unam.mx/	BD	Interfaz, presentación de concepto, menú, productos, servicios y oferta documental
Universidad Juárez del Estado de Durango	http://www.ujed.mx/portal/index.aspx	BV	Iconos especificando oferta documental, servicios de información, ligas de interés correo electrónico

Universidad de Guadalajara	http://wdg.biblio.udg.mx	BD	Red de bibliotecas, guías de usuario, solicitud de cuentas de usuario, condiciones de uso, servicios
Contiene una biblioteca virtual	http://www.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/	BV	Especifica el uso de la biblioteca sólo para usuarios del sistema no escolarizado, presenta motor de búsqueda, oferta documental
Universidad Autónoma del Estado de México	http://148.215.174.2/bidim	BD	Presentación de concepto, menú, productos, servicios y oferta documental
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo	http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx/index.php?option=com_weblinks&catid=19&Itemid=33	BV	Presentación de concepto, menú, productos, servicios y oferta documental
Universidad Autónoma de Nayarit	http://www.bibliotecas.uan.mx/	BD	Presentación de concepto, menú, productos, servicios y oferta documental colecciones digitales
Universidad Autónoma de Nuevo León	http://creativa.uaslp.mx/	BD	Aparece el sistema integral de bibliotecas de la dirección general de bibliotecas, iconos presentando su catálogo, oferta documental, especificando su colección, bases de datos, así como sus servicios. Y museo virtual.
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	http://creativa.uaslp.mx/	BD	Servicio oferta documental, catálogos, menú productos y servicios, boletín.
Universidad de Sonora	http:www.biblioteca.uson.mx/digital/tesis/dig_TesisWeb.asp	BD	Red institucional bibliotecaria, presentación de interfaz, motor de búsqueda.
Universidad Veracruzana	http://www.uv.mx/bvirtual/	BV	Presentación de concepto, menú, productos, servicios y oferta documental.
Universidad Autónoma de Yucatán	http://www.bib.ula.mx/biblioteca/bibliotecadigital/dochtml./base_bdigital300.htm	BV	A pesar de ofrecer un sistema bibliotecario, la biblioteca virtual es totalmente independiente a éste, ya que muestra en su interfaz en forma de lista los títulos a los que tiene acceso
Universidad Iberoamericana (BVUIA)	http://www.bib.uia.mx/biblioteca/bibliotecadigital/dochtml/base_bdigital300.htm	BV	Menú a la biblioteca digital y desglosa su oferta documental y recursos en línea
Universidad del Valle de México	http://www.bibliotecas.uvmnet.edu/portico-uvm-out/	BD	Aparece el pórtico describiendo organizadamente por disciplinas su oferta documental.
Universidad Anahuac	http://www.anahuac.mx/biblioteca/bibliodigital.htm	BD	Oferta documental, catálogo acceso remoto, directorio y correo electrónico
Tecnológico de Monterrey	http:biblioteca.itesm.mx/nav	BD	Entrada directa al catálogo de bd motor de búsqueda
Universidad de las Américas	http://biblio.udlap.mx/	BD	Presenta a CIRIA, especificando sus funciones

Fuente: Cabral (2008 pp. 39-40).

Finalmente, Cabral concluye sobre el desarrollo de los servicios en dichas bibliotecas debe ser evaluado y estar en revisión constante, ya que varias de las bibliotecas analizadas pasan por un etapa de implementación y les falta cubrir una serie de etapas antes de alcanzar su consolidación.

1.8.1 Red Abierta de Bibliotecas Digitales (RABID)

Con el propósito de promover el desarrollo de bibliotecas digitales en México, a través de una red abierta por medio de la cual se puedan compartir colecciones y servicios disponibles en diferentes instituciones, a la vez que se facilita la integración de nuevas instituciones, servicios y usuarios; la Corporación Universitaria para el desarrollo de Internet (CUDI) reúne a los principales actores que puedan favorecer su construcción e integración a la comunidad internacional.

De esta forma se crea la Red Abierta de Bibliotecas Digitales (RABID) a partir de la iniciativa de las universidades e institutos de educación e investigación superior del país interesadas en trabajar en proyectos de bibliotecas digitales, "comprometidos con el desarrollo, la evolución y la utilización de aplicaciones educativas y de tecnología avanzada de redes de telecomunicaciones y cómputo (De la Rosa, 2001).

A la fecha la conforman proyectos de las siguientes instituciones fundadoras:

- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM Campus Monterrey)
- Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora (Mora)
- Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)
- Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)
- Universidad de Guadalajara (UDG)
- Universidad de las Américas Puebla (UDLA)
- Universidad Veracruzana (UV)
- Universidad de las Américas Puebla (UDLA)

Adicionalmente se adhirieron a RABID nuevos miembros

- Texas A&M University TAMU

- Bibliotecas Universitarias de Sonora (UNISON)
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH)
- Universidad de Colima (UCOL)
- Pontificia Universidade Católica do Río de Janeiro (PUC-Rio)
- Universidad de Valladolid (UVA)
- Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA)
- Instituto Politécnico Nacional (IPN)
- Universidad Juárez del Estado de Durango (UJED)

Con la infraestructura del CUDI, estas instituciones participantes de RABID han conjuntado sus esfuerzos en el ámbito de bibliotecas digitales y su integración mediante el uso de tecnologías abiertas, fortaleciendo la red en tres principales áreas: colecciones de acceso público, herramientas para la construcción de bibliotecas digitales abiertas, nuevos mecanismos de acceso, y documentos de referencia para la adopción de estándares en colecciones y servicios digitales.

Las características principales de RABID son:

- Sus integrantes comparten sus desarrollos a disposición del público bajo las licencias de código abierto *(open source)*. Es una red abierta en varios sentidos.
- Ofrece colecciones y servicios digitales a través de Internet 2.
- Ofrece acceso uniforme e integrado
- Aprovecha y evoluciona desarrollos previos.

RABID ofrece acceso a herramientas, colecciones y consulta de reportes de trabajo y colaboración desde la ubicación del sitio http://www.rabid.org.mx y en inglés http://www.onedl.org.mx. Los nombres de dominio son administrados por el CUDI.

1.9 Evaluación y seguimiento de los servicios de una biblioteca digital

Una biblioteca digital es un sitio Web que soporta un sistema de información, por ello, su evaluación conlleva el engranaje de los aspectos considerados para la evaluación de sitios Web y la evaluación de servicios de información.

Ambos tipos de evaluación se abordan con frecuencia en la literatura, enfocados a uno u otro objeto de evaluación. Sin embargo, no es común encontrar propuestas para la evaluación de bibliotecas digitales, donde confluyan indicadores de evaluación de sitios Web y de servicios de información.

En la evaluación de bibliotecas digitales, deben concurrir, tanto aspectos de la evaluación de los sistemas bibliotecarios como aspectos de valoración de entornos digitales, así como la organización de la información en estos contextos y la interacción del usuario con ellos. Esto debe desarrollarse por medio de tres dimensiones (Ramírez, 2006, pp. 6-7):

1. Bibliotecológica: donde se deben considerar los componentes de este tipo de sistema de información: usuarios, servicios y productos de información, elementos de organización y representación de contenidos, sistemas de búsqueda y recuperación de información, recursos, etcétera.
2. Tecnológica: dimensión que parte de la concepción de una biblioteca digital como un sitio Web, y del análisis del software y hardware disponibles para su implementación.
3. Interacción usuario-sistema: enfocado básicamente hacia el diseño de la interfase, traducción visual y funcional del sistema, mediante la cual interactúa el usuario con el contenido.

A continuación, se presenta un conjunto de indicadores sistematizados, a partir de las propuestas encontradas en la literatura, y de los aspectos relacionados con cada una de las dimensiones que deben considerarse para la evaluación de las bibliotecas digitales:

Tabla 8. Indicadores para la evaluación de bibliotecas digitales

Dimensión	Indicadores
Bibliotecológica	Actualización: establece la actualidad de los contenidos. Para este caso se estaría evaluando la novedad de los contenidos. • Fecha de creación de la biblioteca (y sobre todo la) • Fecha de actualización de los contenidos
	Accesibilidad: capacidad de la biblioteca para facilitar su localización y consulta. Se medirían las posibilidades y facilidades que se ofrecen al usuario para utilizar la información. Se podría formular indicadores: • El diseño compatible que tiene con los diferentes navegadores y versiones (Explorer y Netscape) • Las versiones alternativas de visualización y diferentes resoluciones de pantalla • El acceso con el máximo grado de libertad e independencia. • El acceso a personas con capacidades especiales • La presencia de otras lenguas de los contenidos • Las opciones de descarga (copiar, pegar, imprimir, enviar por correo) Colecciones: se considera: • La política de desarrollo (correspondencia real del contenido de las colecciones con los objetivos de la biblioteca) • La cobertura (tomando como referente la amplitud y la profundidad) • Los formatos apropiados para el manejo de la información (pdf) • La rapidez de descarga de archivos y programas. • El alcance de las colecciones. • La frecuencia del uso de las colecciones y los servicios.
	El contenido: integra todo un conjunto de requerimientos propio de los recursos o de la información proporcionada por la biblioteca: • Autoridad (adscripción, currículo, correo): se conocería la credibilidad de la fuente de la información, de la calidad del contenido. • Cobertura • Pertinencia • Innovación • Exactitud y precisión (que los contenidos pueden ser verificables; ejemplo a través de las citas bibliográficas)
Tecnológica	Identidad: Se trata de saber el sistema de atributos que caracterizan a la institución. Si es clara. • La identidad visual de la biblioteca (logotipo) • Explicitud de la declaración de la misión y objetivos (compromiso social, filosofía de la biblioteca). • La existencia de un medio de contacto (correo electrónico).
	Arquitectura de la información: capacidad de estructurar y organizar los contenidos. Se podría saber cómo son los • Esquemas de organización de la información (reconocer el orden existente alfabético, numérico, geográfico, temático) • El sistema de navegación (rutas de navegación) • El sistema de etiquetado • La presencia de un buscador interno • La presencia de enlaces (para subir, bajar, ir hacia delante o hacia atrás) • La profundidad de la navegación

	Diseño de interfase: cuestiones relacionadas con el aspecto físico o la ergonomía de la biblioteca. Aquí se podría valorar • La fuente adecuada (que tipo de familia tipográfica, el tamaño de la letra y el constraste y fondo) • La sistematicidad de los elementos del sistema de navegación. • La homogeneidad de estilos (si hay una relación visual entre texto, imagen y sonido) • Posicionamiento: refiere al lugar que ocupa la biblioteca virtual con respecto a otras bibliotecas. Aquí se puede definir indicadores que nos digan. Si es adecuado: - El posicionamiento en buscadores - El empleo de metadatos (autor, título, resumen, fecha, palabra clave)
Interacción Usuario-sistema	Sistema de búsqueda y recuperación: Se define la posibilidad de brindar al usuario para la búsqueda y recuperación de información que se conforma por medio del catálogo automatizado de la biblioteca. Se podría definir indicadores que midan • La disposición de índices básicos • Los registros con diversos formatos • La descripción del contenido apropiado • Las normas empleadas para la descripción bibliográfica • El nivel de descripción de los contenidos • Los campos utilizados para la búsqueda • Los formatos de salida de los resultados • El uso de operadores boléanos
	Usabilidad: será el que permite medir el desempeño del usuario, también representa el conjunto de técnicas empleadas para evaluar la facilidad de uso de la biblioteca. Aquí cabe • El tiempo de uso de la biblioteca • Las tareas completadas y servicios utilizados • El número de errores cometidos • El número de veces en que se utilizó la opción ayuda • La frecuencia del uso de las colecciones
	Servicios de información: servicios existentes de la biblioteca. Indicadores como: • La referencia • Los directorios Web • La alerta (comunicación de novedades) • Los espacios personalizables • La generación de comunidades de interés • La presencia de interactividad

Fuente: Pérez y Martínez (2008).

Capítulo II

Aplicación de la mercadotecnia en los servicios bibliotecarios

En este capítulo se aborda el concepto y evolución de la mercadotecnia. Su importancia como filosofía institucional para crear estrategias con el fin de satisfacer las necesidades, deseos de los usuarios o clientes de un servicio o producto. Se enfatiza la importancia de su aplicación al entorno bibliotecario para conocer y entender a los usuarios, de manera que los servicios y productos bibliotecarios y de información sean diseñados conforme a sus necesidades, asimismo utilizados y aprovechados. Se describe los elementos que conforman un plan de mercadotecnia, como resultado final de todo proceso de planificación para posibilitar el creación y desarrollo de servicios con éxito en las instituciones u organizaciones.

2.1 Concepto de mercadotecnia

A lo largo de los años han aparecido diversas definiciones del concepto de mercadotecnia, debido a la orientación que ha tenido su aplicación, además "la traducción al castellano del término anglosajón marketing no ha estado exento de controversia y esto ha evitado una formalización de su significado. En Iberoamérica se han traducido libros que usan términos como mercadología, mercadeo y mercadotecnia, inclusive se utiliza el término comercialización" (Rivera, 2007 p. 31). Por esta razón en la literatura consultada para el presente documento se observa la misma variedad, entonces los conceptos y definiciones, así como sus características o componentes se presentan bajo cualesquiera de estos términos.

> Por *marketing* se entendía originalmente "la totalidad de medidas que se orientan directamente a la venta y la distribución de mercancías, es decir, una economía de ventas. No obstante, hoy en día más bien se le considera un concepto de dirección orientado al mercado que se utiliza en todo proceso de intercambio. El marketing implica la planeación, coordinación y control de todas las actividades empresariales *dirigidas a los mercados actuales y potenciales*" (Döllgast, 2001, p.24).

En este sentido, el British Chartered Institute of Markting (CIM) citado por Ponjuán (1998) define el marketing como un "proceso gerencial encargado de la identificación, y anticipación a las necesidades para la satisfacción de los clientes en forma rentable" (p. 107).

La mercadotecnia se ha visto como la estrategia que la alta gerencia aplica en la comercialización de los productos sin embargo, el concepto de mercadotecnia no se limita a los intercambios estrictamente empresariales, es decir, su aplicación puede darse tanto a las organizaciones lucrativas como aquellas que no persiguen fines de lucro.

Por ello Stanton, Etzel y Walker (2000) consideran que el marketing "es un sistema total de actividades de negocios cuya finalidad es planear, fijar el precio, de promover y distribuir los productos satisfactores de necesidades entre los mercados meta para alcanzar los objetivos corporativos" (p. 6). Estos autores señalan que este enfoque de un sistema integral implica identificar las necesidades de los clientes, satisfacerlas completamente a través de actividades de intercambio de productos y servicios, que generen valor a los individuos u organizaciones involucradas en el proceso. Puesto que el concepto de mercadotecnia implica lo siguiente:

- Dirigir el enfoque hacia lo que desean los clientes con el fin de que la organización pueda diferenciar su o sus productos de los que ofrecen los competidores.
- Integrar todas las actividades de la empresa, incluso la producción, para satisfacer esos deseos.
- Alcanzar las metas a largo plazo de la empresa al tiempo que se satisfacen las necesidades y los deseos de los clientes con responsabilidad y legalidad (Gitman y McDaniel, 2007, p. 420).

De las acepciones como esta de Stanton, Etzel y Walker y numerosas definiciones que se han sugerido acerca del marketing, Kotler distingue entre una definición social que destaca el papel fundamental del marketing en la sociedad y una gerencial que enfatiza simplemente como objetivo el beneficio obtenido de la orientación a las ventas.

Para Kotler (2001) el concepto de marketing social "sostiene que la tarea de la organización consiste en determinar las necesidades, deseos e intereses de los mercados meta y proporcionar los satisfactores deseados de forma eficaz y eficiente que los competidores, de modo tal que se preserve o mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad" (p. 25).

De igual manera, Lamb,Jr., Joseph F. y Hair (2006) consideran que la orientación social del marketing "establece que una organización existe no sólo para satisfacer los deseos y necesidades del cliente y alcanzar los objetivos organizacionales, sino para preservar y fortalecer los mejores intereses de los individuos y de la sociedad" (p. 9). Por lo consiguiente, Andreasen (1994) citado por Pérez (2004, p. 4) señala que:

> El marketing social es la adaptación del marketing comercial a los programas diseñados para influir con el comportamiento voluntario de la audiencia meta, con el fin de mejorar su bienestar y de la sociedad en general, por medio del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales. Debe incitar un comportamiento voluntario en el consumidor, sin perder de vista que lo primero que es necesario buscar es el beneficio del individuo, de sus familiares, el de la sociedad y no de la organización que implementa los programas sociales.

En síntesis, se entiende a la mercadotecnia, como un proceso social y administrativo de la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos de los individuos, mediante la creación y el intercambio de bienes y servicios siguiendo un enfoque integral, esto es que generen un beneficio a los individuos como a las organizaciones. Por tanto es aplicable a las instituciones sin fines de lucro que tienen como propósito el beneficio de la sociedad en general, dado que a través de un enfoque estratégico/social puede modificar la conducta de los individuos para mejorar la situación colectiva.

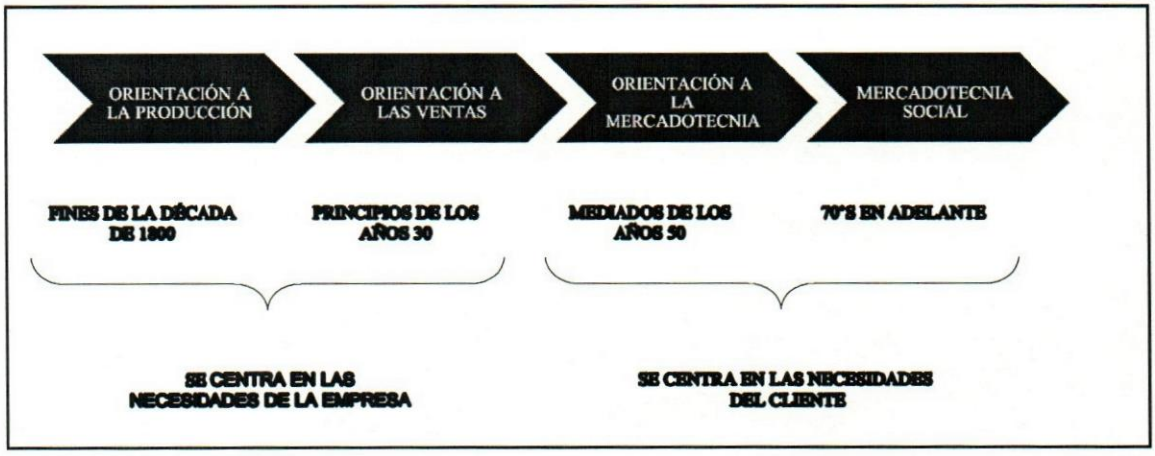
2.2 Etapas de desarrollo de la mercadotecnia

Los especialistas en mercadotecnia describen una progresión histórica del concepto de mercadotecnia a través de distinguir diferentes formas en la que las empresas han abordado sus relaciones con los mercados, reflejando distintas fases o períodos de la economía[4]. En la

[4] *"Al igual que otras disciplinas, la mercadotecnia ha tenido su historia. Dice Charles D. Shewe, que la mercadotecnia se ha desarrollado conjuntamente con la Economía; efectivamente la Mercadotecnia requiere de intercambios entre compradores y vendedores de productos y /o servicios, y la Economía es la ciencia que se encarga de la distribución de bienes y servicios de un país. Estás disciplinas tienen en común en que fijan su atención en los productos. En el caso de la mercadotecnia, es un área funcional de la empresa que se preocupa por diseñar un producto con las características tangibles e intangibles que satisfagan las necesidades*

figura 3 se aprecia como este concepto ha evolucionado con el paso del tiempo, según su orientación hacia la producción y la ingeniería y respuesta de las empresas a los cambios del entorno económico para convertirse en empresas orientadas hacia la mercadotecnia social, la cual toma en cuenta de manera integrada a los individuos y su medio ambiente (Bautista, 2000).

Figura 3.Etapas de desarrollo de la mercadotecnia



Fuente: Flores (2000, pp.108-117).

Etapa de orientación al producto. Desde la Revolución Industrial hasta los años veinte, la mayor parte de las empresas se encontraban inmersas en la era de la producción. En esta etapa, el éxito de las empresas se centraba en su capacidad de producción en forma eficiente, pues suponían que los usuarios buscarían y comprarían bienes de calidad y de precio accesible. Se concentraban en cómo producir y distribuir una cantidad suficiente de productos aceptables para satisfacer las necesidades ya que todo lo que se producía era consumido de inmediato por una población que crecía con mucha rapidez. La demanda superaba a la oferta. La organización de la mercadotecnia en esta etapa comprendía un departamento de ventas a

de un mercado o de un segmento de mercado, en el caso de la Economía es una disciplina que tiene que estar al tanto de que exista un equilibrio en la producción de bienes y servicios de un país, y se logra a través de las empresas y quien juega un papel importante en la producción y distribución del producto es la Mercadotecnia" (Castro, 1997, pp. 18-19).

cargo de un ejecutivo de ventas cuya función primordial consistía en dirigir un equipo de ventas.

Etapa de orientación a las ventas. Hacia 1930, la mayor parte de las empresas industrializadas contaban con una excelente capacidad de producción. La capacidad de compra se redujo al mínimo. El problema ya no era como manufacturar con eficiencia, sino vencer a la competencia y ganar clientes para vender la producción resultante, ya que ofrecer un producto de calidad no aseguraba el éxito. Las empresas más exitosas serían las que tuvieran los mejores equipos y métodos para convencer al público de comprar sus productos. La etapa de orientación a las ventas se caracterizó por un amplio recurso a la actividad promocional con el fin de vender los productos que la empresa quería fabricar. En esta etapa, las actividades de la mercadotecnia, como publicidad, investigación de mercados y promoción de ventas empezaron a obtener el respeto y responsabilidad por parte de los directivos.

Etapa de orientación a la mercadotecnia. La era de las ventas se prolongó por lo menos hasta 1950. Durante todo este tiempo la venta de productos creció con gran rapidez, los consumidores se vieron asediados por vendedores de diversas empresas que les ofrecían prácticamente el mismo producto. Con el propósito de estimular las ventas recurrieron nuevamente a las agresivas actividades promocionales y a bajar sus niveles de utilidad para ofrecer mejores precios que la competencia. Sin embargo el comportamiento de los consumidores cambió, ahora estaban menos dispuestos a dejarse persuadir. Nadie parecía ganar a medida que se equilibraban la oferta y la demanda, y así muchas empresas se dieron cuenta de que su capacidad de producción era excesiva. El problema consistía hacia donde había que dirigir el esfuerzo de una compañía.

La tercera etapa se orienta a la mercadotecnia como tal, esto es a conocer las necesidades de los clientes, a partir de que los empresarios se percataron, que el hecho de fabricar productos eficientes y promocionarlos con intensidad a través de la venta directa y la publicidad no les aseguraba que el consumidor los comprara, y que ésta llegará a repetirse aunque no cubriera sus necesidades y deseos. La era de la mercadotecnia obligó a las empresas a determinar

primero cuáles eran los deseos y necesidades de los consumidores o clientes para poder satisfacerlas a través de la producción de bienes y servicios, en lugar de crear un producto y luego tratar de satisfacer sus necesidades.

En la etapa de orientación a la mercadotecnia las empresas exitosas en los mercados son aquellas que responden a las necesidades de sus consumidores de una manera más adecuada que la competencia, es decir, adoptan el concepto, identifican lo que quiere la gente y dirigen todas las actividades corporativas a atenderla con mayor eficiencia posible. Es un período en el que todas las actividades mercadológicas quedan bajo el control de un departamento específico. Varias actividades que tradicionalmente dependían del jefe de producción o del director financiero, pasan a ser responsabilidad del director de mercadotecnia, como por ejemplo, el control de inventarios, el transporte el almacenaje y la planificación del producto. El director de mercadotecnia debe intervenir al principio del ciclo de producción para integrar la mercadotecnia a cada una de las operaciones comerciales de la organización las cuales deben estar orientadas al mercado.

> A partir de 1960 la mayoría de las empresas contaban con algunos miembros de la plantilla cuya perspectiva era la dirección de marketing. Muchas de estas compañías evolucionan desde el departamento de marketing hacia la era de la empresa de marketing. Durante esta fase, además de la planificación a corto plazo, los miembros del departamento de marketing elaboran planes a largo plazo (algunas veces a diez años o más), y todas las actividades de la organización se rigen por el concepto de marketing (McCarthy y Perreault, 2001, p. 36).

Etapa de la mercadotecnia social. El concepto de marketing implica que una empresa dirige todas sus actividades a satisfacer a sus clientes, y al hacerlo obtiene un beneficio. En lugar de limitarse a lograr que los clientes compren lo que la empresa ha producido, se procura fabricar aquello que los clientes necesitan. Sin embargo al hacerlo es posible que al mismo tiempo este afectando el medio ambiente. La producción y el consumo de algunos productos, a la larga pueden ser nocivos, no seguros ni beneficios para los clientes y muy perjudiciales a la sociedad. La cuarta etapa de desarrollo de la mercadotecnia ocurre cuando las compañías pasan de la aplicación del concepto a una filosofía amplia, que permite satisfacer las necesidades de los clientes, y al mismo tiempo cumplir con una responsabilidad social. En

1970, y con participación de teóricos y prácticos de la mercadotecnia general, se empieza a desarrollar la mercadotecnia social, tratando de adaptar y transferir los elementos comerciales a las actividades dedicadas a defender los intereses de la sociedad.

La ética, los estándares de comportamiento aceptados por la sociedad y la calidad determinada por las expectativas de los consumidores, son de suma importancia para las empresas que practican el marketing social. Éstas protegen a largo plazo a sus clientes como miembros de la sociedad. En lugar de preocuparse únicamente por su bienestar inmediato, se preocupan además por las repercusiones negativas por el uso del producto y procura evitarlas.

> El tipo de organizaciones que usa el marketing social son las organizaciones sin fines de lucro, servicios públicos y los organismos de causas sociales. Una de las diferencias fundamentales entre el marketing comercial y el de las instituciones sin fines de lucro es la relación que existe entre los grupos que intervienen en el intercambio. Otras diferencias importantes se dan en la orientación estratégica de ambos tipos de empresas (Arellano, 2000, p. 528).

Por lo tanto de las numerosas definiciones de marketing que se han sugerido, Kotler (2001) distingue entre una definición social y una gerencial. Toda vez que lo define como "un proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros" y enfatiza en que la parte más importante de este proceso no es la venta, sino..."escoger mercados meta, y capturar, conservar y hacer crecer el número de clientes mediante la creación y entrega y comunicación al cliente de un valor superior" (p. 8).

> El mercadeo social, en líneas generales, toma en cuenta la integración de los individuos, sus necesidades y el entorno en el cual se desenvuelven. Se infiere que este tipo de mercadeo debe apoyarse en un mercadeo de relaciones, el cual parte del establecimiento relaciones dialógicas de: cooperación, colaboración, solidaridad, comunicación con los diferentes públicos: usuarios, colegas, profesionales y líderes comunitarios (Portillo y Pirela, 2009, p. 5)

La evolución del concepto de mercadotecnia se puede entender como el fenómeno de la transición del comercio: de aquel predominio de los intereses del vendedor, a la consideración de los del comprador o consumidor hasta considerar el bienestar social; es

decir el concepto actual de marketing ha venido evolucionando, desde asociarlo sólo con la racionalidad comercial y de crecimiento económico, hasta la incorporación del enfoque social, orientado a responder las demandas de los clientes y por la búsqueda de la satisfacción de las necesidades y deseos de éste, que redunden conjuntamente en una mejor calidad de vida para las personas y las organizaciones. Aunque cabe hacer mención que las características esenciales de cada una de estas etapas de desarrollo de la mercadotecnia "no pueden considerarse universales, puesto que ni todos los sectores económicos ni todas las empresas han seguido esta evolución en la forma de concebir sus intercambios con los mercados" (Casado y Sellers, 2006, p. 21).

Esta evolución no ha sido totalmente extensiva, es decir no todas las empresas siguen o aplican las tendencias del marketing social, algunas se centran más en la producción y las ventas o bien si se interesan en las necesidades del cliente es para obtener más utilidades, no tanto para el beneficio social.

2.3 La mercadotecnia y las unidades de información

Inicialmente las técnicas de marketing se desarrollaron en el área de los productos tangibles. De ahí que para muchos la mercadotecnia es una actividad practicada exclusivamente en el ámbito de los negocios. Por ello, también es común que se le identifique únicamente como la publicidad, que realiza una empresa para promocionar y vender sus productos. Pero como señalan Melnik y Pereira (2005):

> "El marketing es una transacción (un intercambio) cuya finalidad es satisfacer las necesidades y deseos humanos. La publicidad, la promoción y otras ideas afines con las cuales se confunde son sólo algunas de las actividades que integran el concepto de marketing" (pp. 163-165).

Por lo tanto a finales de la década de 1960, Philip Kotler y Sidney Levy proponen la ampliación del concepto desarrollándolo más allá de su aplicación comercial tradicional, a fin de introducir las actividades de marketing a la gestión de las empresas de servicio, así como a las organizaciones sin fines lucrativos.

Actualmente el concepto es aplicado hoy no sólo por las organizaciones de bienes de consumo sino también en las organizaciones de prestación de servicios[5], dentro de las cuales encontramos a las bibliotecas, donde ha tenido un gran crecimiento y significación en los últimos tiempos (Cruz y Mirabal, 2000).

Melnik y Pereira (2005) señalan que en los últimos años, la profesión bibliotecaria se ha dado cuenta de la importancia de la aplicación de la mercadotecnia como una herramienta de administración en los servicios bibliotecarios y de información, suscitando cada día más, polémicas entre los bibliotecarios. Tal es el hecho, citan estas autoras, que según las investigaciones documentales realizadas por Blaise Cronin en 1973, mostraban tan sólo 2 artículos encontrados, en tanto que en 1980, localizó bajó este término 50 artículos y en 1988, 3519.

Este crecimiento de la literatura profesional sobre marketing en bibliotecas, en el ámbito internacional, nos dicen, Melnik y Pereyra, es lo que mejor refleja el interés de la profesión en el tema. Sin embargo, Carrión (2004) afirma que lo publicado a la fecha no necesariamente refleja el convencimiento de los profesionales bibliotecarios y especialistas de servicios de información en este tema.

> Un estudio realizado en 1977, en 1826 bibliotecas canadienses, públicas y universitarias y de negocios, reflejó que pese al concepto distorsionado de lo que es la mercadotecnia, el 56% considero que es importante, aunque sólo el 4.4%, estuvo convencido de que el mercado debe ser el centro de atención de sus actividades y un 38.7% concedió a este aspecto una mediana importancia (Savard, 2000, citado por Carrión 2004, p. 68).

Carrión (2005) señala que en México y en otros países desarrollados, el desconocimiento y la casi nula aplicación de la mercadotecnia en los servicios bibliotecarios y de información, se debe en parte a su reciente aparición. Se carece de una filosofía de mercadotecnia, sobre

[5] A través del concepto de mercado, que se supone que es el mismo para los productos tangibles y los productos intangibles, el sector servicios empieza a adaptar las técnicas de marketing, que se habían desarrollado en las empresas de productos tangibles. Más aún la gestión del marketing del sector servicios, posteriormente fue desarrollando aspectos propios y diferenciados, de manera que aprovechando las ventajas que las características específicas de los servicios presentan, se aleja de los principios clásico de los productos tangibles, en donde tuvo su origen, surgiendo entonces también una mercadotecnia de servicios (Domínguez, 1998).

todo en las Instituciones de Educación Superior. Además existe la presencia de barreras de actitud, de estructura, de sistema y de entorno, que se manifiestan y prevalecen en los bibliotecarios y las unidades de información, que dificultan su implementación. Por lo tanto dentro de estos rubros, Carrión (2005) señala ocho de las diez barreras que indican los autores Zauha, Samson y Cristin (2003) en una página en Internet de la Universidad de Illinois, que impactan más en nuestro país:

a) Los viejos modelos: las unidades de información siguen siendo tradicionales:

- ✓ los alumnos deben utilizar bases de datos para obtener información;
- ✓ los maestros deben enviar a sus alumnos a la biblioteca; l
- ✓ os gerentes deben acudir a la biblioteca para obtener la información deseada.

b) Humildad indebida: los bibliotecarios esperan que sus usuarios reconozcan la importancia de su tarea

c) Timidez para capitalizar sus conocimientos

d) Viejas expectativas: los bibliotecarios y las bibliotecas están limitados por su imagen tradicional, pero su contribución es débil cuando se trata de resolver necesidades de información más sofisticadas

e) Falta de educación y adiestramiento: la mercadotecnia todavía no cristaliza en programas formales de estudio

f) No aceptación de conceptos y técnicas de un entorno - el de negocios - ajeno a la naturaleza de las unidades de información

g) Tarea compleja por el sinnúmero de interrelaciones que deben darse entre demandantes y oferentes de servicios de información

h) escasa investigación sobre este tema (p. 118).

Pero si se entiende, que "el marketing es un proceso gerencial que persigue la identificación de necesidades del usuario/cliente e intenta adelantarse a las mismas con una oferta que asegure que éstas queden totalmente satisfechas." (Ponjuán, 1998, p. 107). Su empleo en las organizaciones, es una filosofía que deben conocer en qué consiste y saber cómo aplicarla para alcanzar sus objetivos.

En el caso de las Unidades de Información, Cruz (1999), citado por Ginori considera que la aplicación de los conceptos y técnicas de marketing es sobre todo un esfuerzo para obtener más calidad y profesionalismo en la gestión bibliotecaria, toda vez que coincide en que:

El marketing:

- "Es una filosofía gerencial de orientación al mercado y al cliente para satisfacer sus necesidades con la máxima calidad.
- Una técnica que permite intercambiar una oferta de productos y servicios con el máximo beneficio para ambas partes y que produzca relaciones imperdurables.
- Como una filosofía y técnica, el marketing persigue POSICIONAR la organización y sus productos o servicios en un mercado seleccionado" (p.8).

Por lo tanto dentro de los sistemas de información, es decir en una biblioteca/unidad de información, donde también se busca la satisfacción del usuario/cliente, la aplicación de técnicas y estrategias de marketing, es también una filosofía que es indispensable para mejorar el servicio.

Para efectos de la presente investigación se retoma a Mañas (1999) que considera el marketing bibliotecario como "El conjunto de actividades que la biblioteca realiza encaminadas a identificar las necesidades informativas de nuestros usuarios, para satisfacerlas de forma rentable, anticipándonos a ellas en la medida que nos sea posible" (p. 2). Toda vez que para el desarrollo de productos y servicios bibliotecarios y de información, esto es, para actualizar, mejorar, proyectar los productos existentes o bien crear nuevos servicios, una unidad de información requiere saber:

- ¿Quiénes son sus usuarios? ¿Cuáles son sus características?
- ¿Cuáles son sus necesidades, demandas y expectativas de información?
- ¿Cuál es el nivel de esas necesidades?
- ¿Cómo realizan la búsqueda de información que necesitan?
- ¿Qué productos o servicios de información requieren?
- ¿Qué materiales documentales son de su preferencia?
- ¿Qué tipo de recursos utilizan? ¿impresos, electrónicos o digitales?
- ¿Cómo, cuándo y dónde los utilizan o requieren?
- ¿Hay o no una satisfacción de necesidades informativas cuando consultan los recursos de la unidad de información?

- ¿Cuáles debilidades o limitaciones presenta la unidad de información que impide ofrecer un producto/servicio que satisfaga la necesidad o demanda de información de los usuarios reales y potenciales?

Por ello se hacen necesario, las técnicas y estrategias de mercadotecnia. Estas representan una gran ayuda para una clara identificación y ubicación de los usuarios de una unidad de información, de cuáles son sus deseos, necesidades y expectativas de información, así como de los recursos que debe tener disponible para ello, puesto que la mercadotecnia permite dentro del campo de acción donde se vaya aplicar, para este caso en las unidades de información (Armendaríz y Domínguez , 2006, pp. 1-2):

1. Investigar y analizar el mercado en el que la biblioteca puede ofrecer sus servicios.
2. Identificar cuáles son las necesidades y en qué medida ésta las proporciona el mercado.
3. Analizar las fuerzas y debilidades de la biblioteca en cuanto a recursos y áreas de especialización.
4. Evaluar las necesidades de información de los usuarios, los servicios que requieren y los beneficios que buscan.
5. Estudiar los servicios de información que ofrecen las instituciones afines.
6. Diseñar un portafolio de servicios y productos que traduzca las fuerzas interiores de la biblioteca en servicios específicos que reunidos identifiquen la atención a las necesidades de información del cliente.
7. Monitorear y/o medir la satisfacción de los usuarios en relación con los servicios proporcionados y la retroalimentación del proceso, para obtener mejores resultados en la obtención de la información.

De ahí la importancia del marketing como filosofía organizacional en las unidades de información ya que se plantea como una guía que posibilita el conocimiento de la necesidades de la comunidad de usuarios y la situación de la biblioteca con relación a la satisfacción de esas necesidades.

2.4 Importancia de la mercadotecnia en las Unidades de Información

Al referirnos a la importancia de la aplicación de la mercadotecnia en las unidades de información, Galvão, 1988, citado por Bautista (2000) indica que las razones principales son:

1. Fortalecer un conjunto de técnicas e instrumentos, para la identificación de las necesidades, deseos y preferencias de los usuarios
2. Obligar a un cuestionamiento sobre la relación de la biblioteca con su público
3. Favorecer la relación de intercambio, haciendo que una biblioteca ofrezca productos basados en las necesidades de los usuarios y obtenga, a través del uso de estos productos, un reconocimiento por su trabajo
4. Incentivar la comunicación
5. Originar una mayor aceptación de la biblioteca, atrayendo nuevos recursos (p.111).

Con relación a las bibliotecas universitarias Mañas (1999) dice que la aplicación de este concepto adquiere una relevancia fundamental a consecuencia de la poca tradición de bibliotecas escolares y la mala situación que atraviesan muchas bibliotecas públicas, los alumnos llegan a la universidad con un escaso conocimiento de los servicios, recursos y posibilidades informativas con las que cuentan las unidades de información, desconocen por completo los instrumentos de control de la información, los productos informativos, características de las publicaciones y el manejo de fuentes de información básicas para su formación académica. Este desconocimiento y mal uso que se hace de los servicios provoca que estos muchas veces no sean usuarios, es decir que no sean clientes.

Asimismo, agrega que el profesorado en muchas ocasiones, se encuentra bastante desfasado y desconoce también los servicios con que se cuentan en las bibliotecas universitarias, luego entonces necesita recibir información y formación sobre distintas fuentes que le pueden ser de gran utilidad en la labor docente e investigadora. En este caso, se considera necesaria la realización de estudios que permitan detectar esas carencias y necesidades para, posteriormente, adecuar los servicios a las mismas y satisfacer la demanda con la mayor calidad posible.

2.5 Necesidades de información del usuario

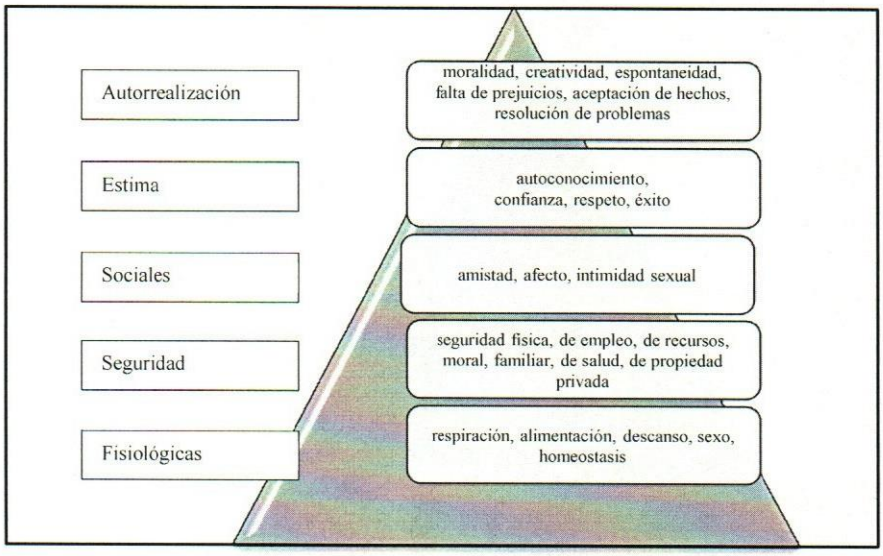
La motivación fundamental del usuario (término que se utilizará en la presente investigación entendido como cliente y que más adelante en el siguiente apartado, se hace la relación y diferencia de ambos conceptos) para el consumo de un producto o servicio es la satisfacción de una necesidad, por lo tanto un elemento primordial en el que se apoya el marketing son las necesidades humanas,

Kotler (2003) define las necesidades humanas como estados de carencia percibida, porque todo individuo requiere de algo para su bienestar físico o psicológico. Sin embargo, Arellano (2000) considera que "la falta de algo es la carencia, pero sólo cuando existe determinado nivel de carencia, ésta estimula al organismo a reconocerla. Este reconocimiento de la carencia es la necesidad" (p.87).

Las necesidades en los individuos se manifiestan a través de conductas que regulan su sistema nervioso. Algunas son innatas, es decir de tipo fisiológico u orden primario; otras adquiridas, en general psicológicas u orden secundario (psicogenéticas). La mayoría de las clasificaciones de las necesidades están formuladas con base en ésta diferencia. La más conocida es la propuesta por Abraham Maslow que jerarquiza las necesidades humanas en fisiológicas, de seguridad, sociales, estima y autorrealización (Arellano, 2000):

Maslow sostiene que el ser humano una vez que va satisfaciendo las necesidades básicas o fisiológicas le surgen otras de nivel siguiente superior, así hasta alcanzar el nivel más alto, que es el de autorrealización. En este último nivel hay que considerar las necesidades de información que surgen cuando las personas se encuentran en una situación en la cual requieren determinado conocimiento (Véase figura 4). Estas necesidades son el resultado de los problemas que se le presentan a un individuo en una situación específica, que lo motiva a buscar conocimientos, ideas, hechos, datos o trabajos creativos o imaginativos producidos por la mente, los cuales son comunicados formal y/o informalmente en cualquier formato (Calva, 1991).

Figura 4. Jerarquía de las necesidades humanas de Maslow



Fuente: Calva, 1991, p 3

Usualmente las bibliotecas realizan un esfuerzo por identificar las necesidades de información de los usuarios. Este esfuerzo culmina con la identificación de una lista de temas, términos o descriptores en los que el cliente está particularmente interesado. Sin embargo, eso no es suficiente para contar con un perfil claro del cliente. Es necesario conocer de qué forma utilizará esa información para que sea lo más relevante posible. Más aún, es conveniente contar con algunas claves respecto a sus motivaciones, sus preferencias, temas que aborda el "comportamiento del consumidor" (Calva, 1991).

Pero esto no es una tarea fácil, porque pueden ser muy variados y particulares los propósitos para los cuales requieren una determinada información. Además de obedecer a diferentes criterios de selección en lo que la fuente de información específica se refiere .Aunado a esto, están también los beneficios o las expectativas en cuanto a la provisión del servicio como puede ser la facilidad de acceso, la fiabilidad, precio, rapidez de obtención, entre otros. No obstante si la biblioteca recoge los aprendizajes del "comportamiento del consumidor" una combinación de marketing y psicología, tendrá la posibilidad de conocer las motivaciones de sus clientes, sus preferencias, lo que le permitirá desarrollar productos con mayores beneficios deseados" (Miyagi, 2001, p. 4).

Dentro de los tipos de necesidades que se manifiestan en la población objetivo o mercado meta, Pérez (2004) menciona a las necesidades existentes o percibidas, latentes e incipientes.

- **Necesidad existente**: la que el consumidor tiene de satisfactores ampliamente conocidos y que se encuentran al alcance de manera inmediata.
- **Necesidad latente:** la necesidad que tiene el consumidor de satisfactores de mejor calidad en el mediano y largo plazo, generalmente en función de mejor nivel de vida, es decir ingresos mayores, estatus, etc.
- **Necesidad incipiente**: la necesidad de que la persona o la población objetivo no siente ni percibe y que por lo general se presenta cuando existe un cambio en el entorno social, político, económico, cultural y tecnológico. (Pérez, 2004, p. 17)

Por otra parte, situándose en el contexto de las unidades de información, Arellano (1994), reconoce que las necesidades específicamente de información de un individuo, varían dependiendo de su formación y nivel académico alcanzado, así como del área de conocimiento de su interés. No obstante es posible establecer tres situaciones en la que los individuos requieren información:

1. "Para mantenerse al día. Esto es, actualizar de manera rutinaria un conocimiento previo; conocer los avances de áreas relacionadas con ese conocimiento o especialidad; estar al tanto de los acontecimientos locales, nacionales o internacionales de su interés.
2. Información específica. La que está relacionada con la actividad u ocupación a que se dedica el individuo y que requiere de datos, cifras o métodos específicos.
3. Cuando se presenta un problema nuevo. Que requiere de información en forma retrospectiva y actualizada que le permite formar su marco de referencia y establecer el estado del asunto que le interesa" (p. 38).

2.6 Clientes/usuarios

En el apartado anterior se hizo mención de las necesidades de información que puede llegar a presentar un ser humano. Estas necesidades pueden considerarse como las razones por las cuales requerirá utilizar alguna fuente o unidad de información, como centros de documentación e información, archivos, bibliotecas, etc.; y que por ende los recursos humanos de dichos centros intentarán satisfacer mediante servicios o materiales de información.

Por ello Hernández (1993) señala que "El usuario es el personaje principal de la trama informativa, es el principio y fin del ciclo de transferencia de la información" (p. 16). Pero si se toma en cuenta que "son usuarios las personas que consumen o utilizan el producto o servicio" (Mercado, 2000, p. 63). Dentro de las unidades de información surge entonces una división que comprende dos tipos de usuarios:

- Reales: Aquellos que no sólo son conscientes que necesitan la información sino que la utilizan frecuentemente. Los usuarios reales ya han establecido ciertos vínculos de comunicación con los sistemas y funcionarios de la información.
- Potenciales. Aquellos que necesitan información para el desarrollo de sus actividades, pero que no son conscientes de ello, por lo tanto no expresan sus necesidades. (Casado, 1994, p. 19)

Sin embargo, cuando se aplican conceptos de mercadotecnia para una adecuada planeación, el replanteamiento y diseño de los servicios, las unidades de información están enfocándose no únicamente al usuario sino también al cliente, puesto que:

> Cliente es una... acepción utilizada en la literatura relativa a las ciencias de la administración, análisis de sistema, calidad, reingeniería, etc. donde un cliente es toda persona, grupo o entidad, que recibe servicios de otra, independientemente de que pague o no. Aquí el significado es casi igual al de usuario, sólo que el usuario es el que usa la información o los servicios (o sea que cabe en el significado el uso de la información fuera de los servicios), mientras que en el término cliente se enfatiza más en el sentido de que lo que se usa son los productos o servicios de alguien que los provee (Nuñez, 2000, p. 107).

> Un usuario es quien ordinariamente usa o utiliza algo, lo que llevado al campo de la información serían "personas que habitualmente consumen información, es decir son habituales de las bibliotecas saben realizar tareas de búsqueda, selección, análisis, síntesis, comparaciones etc.. Por el contrario un cliente sería la persona que simplemente requiere de unos servicios de forma más superficial, no posee destreza alguna y necesita de la biblioteca, la mayoría de veces no es muy consciente de ello y necesita por lo tanto de la asistencia de los profesionales de la información. Estos deben debemos informarle y hacerle reflexionar sobre sus carencias. (Sevilla, 2007, p. 97).

En este sentido, sobre las definiciones de clientes o usuarios, Morales sostiene que sobre los errores en que no pueden caer los bibliotecólogos a pesar de los cambios culturales y sociales que esta Sociedad de la Información y del Conocimiento está generando es:

> Ver a la información en el centro de nuestro trabajo sin su relación con el usuario. Ver al usuario como un cliente, pero un cliente al que muchas veces sólo se le ve el signo pesos y al que se le diluyen sus necesidades de información. Ver al usuario como comprador de información, no como usuario, y mucho menos como lector.... (1996, p. 21)

Por otro lado para el caso que nos ocupa es importante considerar la tipología que Sánchez (2007) recupera a partir de la revisión de la literatura sobre el usuario/cliente de la información, la cual se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 9. Tipología de usuarios de la información

Intermediario
• Un especialista en información que consulta, analiza y evalúa las bases de datos, BD, que distribuyen y publican los "mayoristas de información" con el propósito de adquirirlas para su unidad de información. • Los "corredores de información" que ofrecen servicios de búsqueda y de consultoría para determinar la información estratégica de las empresas. • Los "tanques de pensadores" o grupos interdisciplinarios organizados con el propósito de realizar investigaciones en los campos de la política, los desarrollos tecnológicos y los procesos sociales, y cuyas recomendaciones son altamente acogidas y apreciadas por los gobiernos. (Nuñez P.: 2000, 112).
Cliente
Hace referencia a las personas que utilizan un servicio, del que exigen calidad para total satisfacción. • **Cliente interno** es el usuario que pertenece a la institución o entidad (directivos, profesionales, funcionarios, personal de servicios, asesores, contratistas).

• **Cliente externo** es la persona que no está vinculada a la organización, pero que hace uso de sus productos y servicios.
Lector
• Desde el ángulo de la bibliotecología, algunos autores han definido al lector, como "la persona que usa o consulta los volúmenes de una biblioteca" (Litton: 1971, 15). • Buonocore (1976, 192-193) también define al lector como "el usuario de una biblioteca pública, esto es la persona que lee..." haciendo la diferenciación entre el lector que utiliza el servicio de información y documentación en el propio establecimiento y el usuario que lo utiliza a domicilio por préstamo.
Clientes rutinario
• Son más conservadores que innovadores. • Reticentes a los cambios. • Tienden a ser rígidos en sus esquemas organizativos. • Cuando aceptan un cambio lo encasillan y organizan.
Clientes amistosos - amables
• Suelen ser de trato muy agradable • Dan la sensación de escuchar atentamente. • No contradicen aunque no estén de acuerdo.
Clientes silenciosos
• Hablan muy poco. • Prestan gran atención a lo que dice el profesional. • No dejan traslucir su inquietud fácilmente.
Clientes negativos
• A todas las alternativas ofrecidas dicen que no. • No son objetivos para valorar las cosas. • No admiten la discusión. • Se creen dueños de la verdad.
Clientes positivos
• Son decididos en sus movimientos. • De gran confianza en sí mismo. • Les encanta decidir. • No siempre son simpáticos pues les gusta decidir. • Se sienten superiores a los demás.
Clientes indecisos - vacilantes
• Les cuesta trabajo tomar decisiones. • Sopesan los pros y los contras por temor a equivocarse. • Valoran más la seguridad que la rapidez. • Prefieren consultar todo antes de decidir.
Clientes desconfiados
• Son escépticos. Desconfían de todo y de todos. • Ponen en entredicho todos los argumentos. • Llevan la desconfianza al terreno personal.
Clientes agresivos
• De acciones rápidas, impacientes y espasmódicos. • Generalmente se sienten interrumpidos. • Conocen bien su negocio, y se consideran triunfadores.
Mercado
• Desde el sector de la mercadotecnia, para propósitos del "mercadeo de la información", se han tomado términos como mercado que se define como "el conjunto de todas las personas y organizaciones que tienen un interés real o potencial en un servicio..." (Kotler: 1991, 58).

• En esta área del mercadeo, es fundamental conocer y entender las necesidades, deseos y comportamientos de los clientes, para lo cual se realiza el indispensable "análisis de mercado". El diseño de ofertas se hace en términos de las necesidades y deseos del mercado (usuarios) y no en términos de los gustos personales del vendedor (profesional de la información).
Usuario de la información
"Aquel individuo que necesita información para el desarrollo continuo de sus actividades, ya sean profesionales o privadas, y que como tal utiliza un servicio o hace uso de un producto informativo". (Izquierdo: 1999, 116) Dicha definición involucra varios aspectos: • Todas las personas somos usuarios de información, necesitamos información para realizar nuestras actividades: satisfacer una necesidad intelectual o estética, e informarnos específica y puntualmente sobre un tema, un personaje, un lugar o un hecho. • Para dar respuesta a estas necesidades informativas se usan fuentes y productos de información. • Generalmente estos productos los solicitamos en los sistemas y unidades de información que brindan estos servicios.
Usuario remoto
Es aquel que se enlaza a través de la red de Internet a un escritorio remoto, esto con el fin de obtener información compartida. Tipología de usuarios remotos. • El novato: Desconoce el entorno y carece de un Modelo Mental (MM) de referencia. El interés que tiene por las ventajas atribuidas al entorno digital, le permite ser tolerante al error, se atribuyen a sí mismos los problemas en el manejo y confían en que la experiencia les enseñe. • El experto concreto: Tiene ya un MM más afianzado, pero que no es completamente correcto. Otorga prioridad a la experiencia acumulada frente a la información del exterior, atribuyendo al sitio Web las insuficiencias. Es la "dominancia" del MM, que impone la interpretación del entorno imponiendo una "transferencia inflexible" donde este MM determina comportamientos por encima de la información recogida del entorno. Es decir se mantiene un porcentaje elevado de errores, pero aunque el usuario no obtiene el objetivo deseado, repite la acción pese a la retroalimentación negativa. • El maestro: Es el experto que a ha adquirido "maestría conductual" manifestadas en la rapidez y precisión en la ejecución, y es capaz de reconocer aquello que es común a diferentes aplicaciones, y transferir este conocimiento a diferentes situaciones. Basado en Romero (2002).

Fuente: Sánchez- 2007, pp.34-37.

Como puede observarse, son variadas las categorías en las que pueden agruparse distintos tipos de usuarios. Esta diversidad es una variable de la cual dependerá que se manifiesten, también diferentes tipos de necesidades informativas. Y en lo que a la biblioteca universitaria se refiere, si se desea implantarse una estrategia de marketing para la oferta de los servicios bibliotecarios y de información, es indispensable reconocer quienes son o pueden llegar a ser los clientes de tales servicios. Porque como indica Mañas (1999) una estrategia de marketing no se puede implantarse de forma global, ya que nos encontramos en una institución con distintas categorías de clientes y por lo tanto necesidades informativas

distintas, lo más conveniente es entonces hacer una segmentación de mercado. Esto permitirá establecer adecuadamente perfiles de usuarios y clientes con el objetivo de diseñar productos y servicios con valor añadido. Por lo tanto al igual que Mañas, se considera que la segmentación más objetiva es la propuesta por él, la cual se indica en la siguiente tabla, donde también cada una de las categorías descritas en este apartado es posible ubicar.

Tabla 10. Propuesta de segmentación de los usuarios de una biblioteca universitaria

Clientes internos (Dentro del ámbito de la comunidad)	Clientes externos (Fuera del ámbito de la Comunidad Universitaria)
Alumnos (Licenciaturas/Posgrado)	Investigadores externos
Personal docente	Alumnos de otras universidades
Investigadores	Profesionales en ejercicio
Personal administrativo y de servicio	Otras bibliotecas, empresas o instituciones

Fuente: Mañas (1999. pp. 4)

2.7 Servicios

Lovelock, Reynoso, D´Andrea, y Huete (2004) presentan dos enfoques que capturan la esencia de este concepto:

- Un servicio es un acto o desempeño que ofrece una parte a otra. Aunque el proceso puede estar vinculado a un producto físico, el desempeño es en esencia intangible y, por lo general, no da como resultado la propiedad de ninguno de los factores de producción.
- Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado en (o a favor de) el receptor del servicio. (4)

Por lo que, según el grado de participación del usuario en la prestación del servicio, puede distinguirse entre las dos situaciones siguientes:

- Servicios que consisten en una tarea o actividad instrumental desarrollada para un consumidor o usuario sin apenas intervención por parte de este último.

- Servicios que requieren una mayor participación del cliente o uso por éste de un producto o instalaciones de la persona u organización que ofrece el servicio (Santesmases, Sánchez y Valderrey, 1999 p. 839, citado de Zikmund, William y D'Amico, Michael, 1989)

De este modo, también se puede observar características diferenciales que constituyen el principal motivo que justifica una mercadotecnia específica para los servicios: intangibilidad, inseparabilidad, la participación de los clientes, perecebilidad y diversidad o variabilidad. A continuación se muestra una tabla con estas características diferenciadoras entre productos y servicios aportadas por Domínguez (1996, p. 88):

Tabla 11. Características diferenciadoras entre productos y servicios

Productos	Servicios
• Tangibilidad	• Intangibilidad
• Producción previa al consumo	• Simultaneidad producción/consumo
• Posibilidad de acumulación de producción o almacenamiento	• Imposibilidad de almacenamiento
• Posibilidad de detectar errores previa al consumo	• Imposibilidad de detectar errores previa al consumo
• Escasa relación personal entre empresa-cliente	• Relación personal entre empresa-cliente más estrecha
• Escasa importancia del elemento humano en el momento del consumo	• Importancia del elemento humano en el momento consumo
• Rigidez en los procesos de elaboración	• Flexibilidad en los procesos de elaboración
• Escasa posibilidad de adaptación a los distintos clientes	• Flexibilidad de adaptación a las necesidades del cliente usuario.
• No participación del cliente en el proceso productivo	• Alta participación del cliente en el proceso productivo.
• Calidad fija o estandarizada	• Calidad inconsistente o variable
• Se transfiere la propiedad	• No se transfiere la propiedad

Fuente: Domínguez, 1996. pp. 88

No obstante estas diferencias, se puede observar que entre productos y servicios se busca puntos de confluencia para adaptarse a las necesidades del cliente. La mercadotecnia de productos al añadir variantes pensadas para los distintos grupos o segmentos que componen el mercado y por su parte, los servicios al agregar la característica de tangibilidad a lo

intangible por medio de otorgar al usuario-cliente un cierto sentimiento de propiedad y mantener viva su presencia física que recuerde su existencia.

Así, dentro de las unidades de información se observa que se ofrecen servicios muy básicos únicamente donde imperan características como la simultaneidad, tal es el caso de la consulta en sala u otros con mayor valor agregado, donde hay una relación más estrecha entre el personal del servicio y el usuario/cliente. Entre ellos están los servicios de difusión selectiva de la información y búsqueda bibliográfica a la medida que requieren una atención más personalizada.

2.8 Mercado

Para Stanton (1996) citado por Bautista (2000, p. 111) por "mercado se entiende cualquier persona o grupo con los que un individuo u organización tenga o puede tener una relación de intercambio, establecida entre dos o más entidades sociales, que deben actuar voluntariamente aportando algo de valor, y con posibilidad de comunicarse entre sí"

Entonces, desde el punto de la mercadotecnia, los consumidores reales o potenciales de los productos o servicios bibliotecarios y de información, constituyen lo que se denomina mercado. Puesto que para realizar una adecuada planificación de los servicios bibliotecarios y de información, la biblioteca debe partir del conocimiento de quienes necesitan o se pretende dirigir tales servicios, es decir, los usuarios reales y potenciales.

Las necesidades o requerimientos de estos usuarios son los que marcan la pauta para poder definir mejor el tipo de servicio o producto que se va a desarrollar, además de cuándo, cómo y dónde se ofertará. Bautista (2000) enfatiza que el contar con más información sobre el mercado ha dado origen a su fragmentación, o sea, identificar segmentos cada vez más pequeños, por ello a continuación se retomaran otras acepciones relacionadas con este concepto.

2.8.1 Tipos de mercado

Partiendo de que el mercado está constituido por un grupo o conjunto de personas que demandan un producto o servicio; y en el caso de las unidades de información un producto o servicio bibliotecario de información, además que existen diferentes tipos de usuarios con necesidades específicas o requerimientos particulares, puede considerarse entonces que también habrán distintas clases de mercado. En la literatura al respecto del concepto de mercado, se puede encontrar que la clasificación que se hace sobre éste, es extensa en cuanto su tipología. Sin embargo para este caso se retoma la siguiente clasificación de Cordero (1993).

- Mercado disponible: Está constituido por todos aquellos consumidores que tienen necesidad específica y que cuentan con las características necesarias para consumir producto.
- Mercado real: son todos aquellos consumidores del mercado disponible que compran un producto específico.

En esta primera clasificación es importante destacar que no todos los consumidores que tienen una necesidad y las características específicas para comprar un producto serán consumidores reales, pero sí disponibles. Por otra parte se tiene también al:

> "Mercado potencial: conjunto de consumidores que no están incluidos en el mercado real, pero en ocasiones pueden formar parte del mercado disponible. Este grupo no consume el producto específico, debido a que no tienen las características del segmento, porque consumen otro producto o debido a que le compran a la competencia, ya sea uno similar o un sustituto" (p. 23).

Una vez analizados los mercados anteriores, es posible determinar el concepto de mercado meta u objetivo, el cual marca la pauta de acción de los planes de mercadotecnia de las empresas.

"Mercado meta u objetivo. Este concepto puede definirse como el conjunto de consumidores que pertenecen al mercado disponible, que pueden formar parte del mercado real y potencial, al cual se dirige la totalidad de los esfuerzos y acciones mercadológicas de la empresa, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en consumidores reales del producto"... (Checar la referencia).

Se entiende entonces, que el mercado meta está constituido por todos los consumidores del mercado disponible que pueden formar parte del mercado real y potencial, al cual se dirige la totalidad de los esfuerzos y acciones mercadológicas de la empresa. Por lo tanto, para el diseño de un plan de mercadotecnia en una unidad de información, se considera conveniente considerar los tres niveles que Aranda (2001) identifica para ello:

- Mercado meta: los usuarios localizados que tiene necesidades que coinciden con la misión y objetivos de la unidad de información. Los productos y servicios deben estar orientados a este segmento del mercado.
- Mercado potencial.- el número total de individuos que adquieren o utilizan un producto/servicio determinado de la unidad de información.
- Mercado real: el número de usuarios que adquieren o utilizan los productos/servicios de la unidad de información.

2.9 Investigación de mercado

Antes de elaborar o difundir un producto o servicio, se debe conocer quiénes son a los usuarios/clientes porque para el caso de las unidades de información, esto permitirá obtener información sobre ellos para determinar mejor las necesidades de la comunidad y diseñar servicios relevantes y eficaces. Por lo que es entonces indispensable realizar un estudio de éstos y que se conoce como investigación de mercados.

"La investigación de mercados abarca todas las actividades que permiten a una organización obtener la información que requiere para tomar decisiones sobre su ambiente, su mezcla de marketing y sus clientes actuales y potenciales. Más exactamente, la investigación de mercados es la obtención, interpretación y comunicación de información orientada a las decisiones, la cual

se empleará en todas las fases del proceso estratégico de marketing" (Staton, Etzel y Walker 2000, p.146)

De ahí que Bautista (2000), indica que la investigación de mercado responde a la pregunta a quién va dirigida la mercadotecnia en las unidades de información de la información y por lo tanto señala que es la actividad relacionada con la colección, registro y análisis sistemático de información sobre el mercado para establecer una relación de consumo, como medio de determinación de necesidades de los usuarios ahora también reconocidos como clientes.

Por otro lado, Ponjuán (1998) afirma que en efecto las mejores decisiones pueden ser tomadas cuando se cuenta con información válida, precisa, relevante, actual, etc. Asimismo, se afirma que la investigación es el primer paso antes de iniciar cualquier actividad, por sencilla que ésta sea, dado que la investigación de marketing es una herramienta informacional y también una herramienta gerencial con la cual se puede:

- Reducir el nivel de incertidumbre y de riesgo asociado a cualquier proceso de planificación.
- Monitorear el funcionamiento de los planes establecidos.

De esto se deriva que las investigaciones de mercado tienen diferentes objetos de estudio, Ponjuán (1988) indica las siguientes (Véase tabla 12):

Tabla 12. Tipos de investigación de mercado

La investigación del tamaño y naturaleza	Tiene que ver con la segmentación de la población a atender. Por lo tanto abarca: • La distribución geográfica • La presencia de entidades similares y su actividad (competencia) • Canales de distribución de productos y servicios • Naturaleza de las tendencias ambientales y económicas
La investigación sobre las ventas	Esta se realiza no sólo con los datos obtenidos de fuentes internas de la organización, sino con los datos que se hace necesario obtener fuera de ella. En general se trabaja con:

	• Las variaciones en los niveles de venta en cada territorio (o, en las variaciones en los niveles de atención de los servicios, según corresponda) • La naturaleza, variación, longitud y programación de la atención a las acciones de venta • La eficacia de la fuerza de venta, en relación con métodos empleados.
Las investigaciones del producto	Ésta investigación resulta vital, por cuanto resulta imprescindible contar con: • Un análisis de productos/servicios similares existentes • Una investigación de nuevos usos para productos/servicios ofrecidos • La prueba de un producto/servicio nuevo y de los existentes • Investigaciones acerca de los formatos, presentación, etc. De publicaciones y otros productos informacionales.
Las investigaciones de promoción	Tienen que ver con las imágenes que se utilizan para comunicar productos o servicios; los medios utilizados (prensa, plana, televisión, radio, etc.); y la eficacia general de la campaña promocional desplegada. También se desarrollan otras investigaciones importantes como son las relativas a: • Planificación y el control • Planificación estratégica • Monitoreo y control
La investigación relativa al monitoreo y control,	Tiene que ver con los planes de marketing que la organización, en este caso, la biblioteca y unidad de información ha establecido. Puede incluir aspectos como: • Rentabilidad • Eficiencia • Eficacia general de diferentes tácticas y estrategias. El monitoreo y control es un proceso investigativo que debe ser exhaustivo y sistemático. Su éxito depende de la claridad con que se enfoque el problema, la calidad de la información obtenida y la forma en qué ésta se presente.

Fuente: Ponjuán, 1998. pp. 109-110.

La investigación de mercados como se pude denotar en cada uno de estos conceptos citados, tiene como propósito conocer específicamente las necesidades de los clientes. Esa información permitirá diseñar estrategias de mercadotecnia en el lanzamiento de nuevos productos o actualización de los ya existentes, para mantener y ampliar la clientela; mediante

una adecuada promoción y distribución de los productos y servicios, encontrando nuevas formas de colocarlos en el mercado.

Por ello, la importancia de realizar esta investigación, con los diferentes objetos de estudio que señala Ponjuán (1998), puesto que sirven para recabar información de dónde, qué, cómo y cuándo, cuánto o cuáles servicios utiliza o productos compra el mercado, las tendencias de éste y los competidores. Ayudará en su momento, en el caso de diseño y desarrollo de los servicios bibliotecarios y de información, a determinar cuáles servicios nuevos se introducirán en el mercado, cuales deben permanecer con las mismas características o bien cuáles tendrán que ser rediseñados o reorientados hacia otros clientes/usuarios.

El proceso de una investigación de mercado puede constar de varias etapas, Ponjuán (1998) considera las siguientes:

1. Definición del problema
2. Valoración de la información
3. Selección de los métodos para la obtención de datos
4. Selección de técnicas de medición
5. Selección de muestra
6. Selección del método de análisis
7. Especificación del tiempo y costo
8. Preparación de la propuesta de investigación
9. Evaluación e implementación de la propuesta

2.10 Segmentación de mercado

El mercado, como ya se hizo mención, está compuesto por personas con necesidades, deseos, demandas y expectativas distintas. Para adaptar el desarrollo de productos y servicios a las demandas a cada una, se planean estrategias de mercadotecnia dependiendo de los objetivos de la organización y las características del mercado. Siendo tan heterogéneo el mercado,

conocer el comportamiento, las expectativas y percepciones de un mercado particular, resultaría una labor bastante difícil, por el número de variaciones que probablemente presente.

En consecuencia, para adaptar una estrategia de mercadotecnia a tanta diversidad, se lleva a cabo lo que se denomina, la segmentación de mercado. Esto es, en el caso específico de las unidades de información, de los usuarios reales y potenciales que la biblioteca tiene, y la identificación de las necesidades de este mercado, se procede a su división, en grupos atendiendo a las características especiales de cada uno. De este modo la biblioteca hace un uso más racional de sus recursos, ofreciendo a cada grupo de usuarios aquellos fondos y servicios que realmente satisfagan sus necesidades y expectativas. Estableciendo con ello, además, prioridades en la satisfacción de esas necesidades descubiertas y en los grupos de usuarios a atender. (Domínguez, 1998).

Entonces, si se asume que la función principal para el bibliotecario universitario es satisfacer las necesidades de información de los usuarios/clientes de la comunidad a la que atiende, así como comprender lo concerniente a su institución y la dirección de su propio plan de mercadotecnia. Y en suma, que los segmentos tienen las siguientes características: mensurabilidad y capacidad de ofrecer información sobre las características específicas de interés y accesibilidad de los diferentes tipos de usuarios/consumidores, la segmentación permitirá una adecuada identificación de los segmentos de mercado o submercados, esto es, de los grupos homogéneos con intereses y necesidades específicas a los cuales se dirigen los servicios bibliotecarios y de información, asimismo recabar información de la creciente diversidad de la población a la que se desea llegar y adaptar los bienes y servicios ofrecidos para atender sus necesidades de una manera diferenciada[6] (Bautista, 2000).

---

[6] Cuando se aplica como estrategia la mercadotecnia diferenciada, la empresa utiliza diferentes mezclas de mercadotecnia para cada una de sus líneas de producto/servicios o para cada uno de éstos, para dirigirlos hacia diferentes segmentos del mercado. De tal forma, cuenta con una variedad de productos que le permite llegar a un mayor número de segmentos del mercado y alcanzar una cobertura más amplia y un mejor posicionamiento. En algunos casos, esta diferenciación puede coexistir con la práctica de **una mercadotecnia indiferenciada**, es decir, se puede aplicar a todos los productos una mezcla similar de mercadotecnia por medio de la utilización de canales de distribución comunes, la misma política de precios e iguales herramientas promocionales. Además de pasar por alto las diferencias entre segmentos de mercado y realizar las mismas ofertas de productos para todos ellos. Ahora bien, es posible cuando se carece de recursos suficientes atacar varios segmentos del mercado con una **mercadotecnia concentrada**, lo cual significa emplear una sola mezcla de mercadotecnia.

Por otra parte, "La segmentación es un proceso que consta de dos pasos: 1) designar los mercados de productos, y 2) segmentarlos con el propósito de seleccionar mercados meta y diseñar combinaciones de marketing adecuadas" (McCarthy y Perreault, 1997, 95). Por consiguiente, la segmentación, dentro de las bibliotecas universitarias (Galvão, 1988), suele ser de la siguiente manera:

- Sobre la base del estatus, por ejemplo, los estudiantes, profesores, personal administrativo y administradores
- La referente al tipo de necesidades de información: consulta, diseminación selectiva de información y búsquedas retrospectivas
- De acuerdo con la actividad funcional de los usuarios: enseñanza, investigación y administración
- Por área del conocimiento: física, química, psicología, etc.

Existen otras clasificaciones de la segmentación de mercados, en las bibliotecas universitarias se puede observar que el mercado está conformado por los estudiantes de la universidad, los profesores, el personal administrativo y los egresados. Cabe señalar que estos tipos de segmentación no son los únicos (Rodríguez, 1996).

Dentro de un mercado, se pueden identificar varios segmentos de mercados relativamente grandes y homogéneos de usuarios/clientes debido a que su comportamiento y necesidades suelen ser demasiadas complejas como para explicarlo con una o dos características, en un segmento único. Por lo tanto, al llevar a cabo la segmentación, se deben tomar en cuenta varias dimensiones. La biblioteca universitaria tiene grupos bastantes definidos, a los cuales se puede segmentar todavía más partiendo de sus necesidades grupales, porque la estrategia de mercadotecnia no tiene que ser dirigida en cuanto a individuos, ya que una biblioteca universitaria no sólo brinda servicios a unos cuantos, sino a muchos.

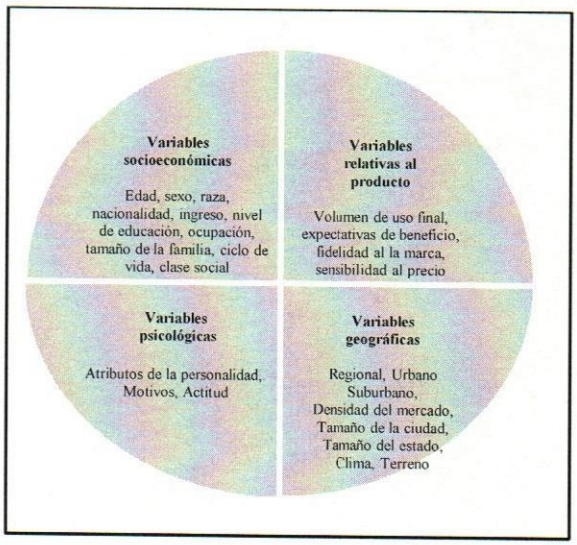
Con esta política la empresa trata de posicionarse en grupos pequeños a través de la comercialización de productos que satisfacen sus necesidades de manera general y específica (Fernández, 2003).

2.10.1 Variables de segmentación

El mercado meta al cual va estar dirigido un determinado servicio bibliotecario y de información a crear, mejorar o proyectar uno existente, debe ser un segmento único en sus necesidades, único en la forma de buscar información y único en sus más importantes características. Representará esa porción del mercado total que a la biblioteca le interesa servir y para lo cual está capacitada (Cagnoli, 2000).

En esta etapa de identificar, de manera objetiva cual será, el segmento de mercado, se necesita conocer principalmente de los posibles clientes que harán uso de tal servicio, dónde están, cuántos son, qué características, necesidades, actitudes o hábitos de requerimientos de información similares tienen. Con la finalidad de si la atención de dicho segmento es congruente con sus objetivos y recursos. De ahí que Pride y Farrel citado por Cordero (1993:37) señalan que en toda investigación de marketing se deben tomar en cuenta las siguientes variables, las cuales se muestran en la figura 5:

Figura 5. Variables de segmentación del mercado



Fuente: Houghton y Miflin, 1977, p. 38

En cambio Mercado (2000, p. 89-90) establece como bases para la segmentación de mercados de consumidores las siguientes:

1. "Segmentación geográfica: el mercado se divide en diferentes partes: edad, sexo, tamaño de familia, ingresos, educación. Ciclo de vida, religión, nacionalidad.
2. Segmentación psicográfica. Se divide a los consumidores en diferentes grupos sobre la base de diferencias en estilo y personalidad.
3. Personalidad: Va enfocado a fomentar productos con personalidad de marca, imagen de marca, concepto de marca, diseñados para satisfacer la personalidad del consumidor.
4. Segmentación por conducta: se divide en diferentes grupos, sobre la base de sus conocimientos, actitud, uso o respuesta al producto real o a sus atributos." (Mercado, 2000, p. 89-90).

Con base en criterios como los anteriores se encuentra en la literatura la siguiente segmentación de mercado (Véase tabla 13) sugerida para ser aplicable a bibliotecas públicas, sin embargo es posible adaptarla a las bibliotecas universitarias.

Tabla 13. Criterios de segmentación de mercado más utilizados en bibliotecas públicas

• Geográfico • Demográfico ➢ edad ➢ sexo ➢ lengua ➢ ocupación ➢ nivel de ingresos	• Nivel de utilización de la biblioteca • Estilo de vida • Comportamiento y actitudes • Nivel de adaptabilidad a las novedades.

Fuente: Domínguez, 1996. p. 103

Esta segmentación atiende a las razones, que en todo tipo de biblioteca para lograr satisfacer las necesidades de sus usuarios, se requiere de diseñar estrategias de investigación para

reconocer y ofrecer un diseño estratégico de mercadotecnia, la cual sea acorde con las necesidades e intereses particulares de los usuarios a los que atiende. Por lo tanto de toda propuesta de segmentación se pueden retomar aquellos criterios que se ajusten a las características del mercado meta u objetivo en particular.

2.11 Análisis fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas

Domínguez (1996) hace mención que el marketing posee estrategias y técnicas propias, que ayudan en su realización entre ellas una muy conocida, el análisis FODA que toma su nombre de las iniciales del término inglés SWOT que definen las cuestiones a tener en cuenta: S Strenghts, puntos fuertes; W Weaknesses, puntos débiles; O Oportunities, oportunidades; T Threats, amenazas.

Los puntos fuertes y puntos débiles se refieren al entorno interno, mientras que las oportunidades y amenazas están en relación con el entorno externo. Domínguez dice que no existe una lista fija de cuestiones a examinar, puesto que lo que puede ser un punto fuerte en una biblioteca, puede ser un punto débil en otra. Se deberán identificar entonces los puntos fuertes y débiles de todo el conjunto teniendo en cuenta que éstos corresponderán a ámbitos muy distintos.

En este tipo de análisis, la biblioteca debe hacer hincapié en aquellas cuestiones que le son propias, que la individualizan y la diferencian de las demás, tratando de aprovechar las ventajas que representan sus puntos fuertes y de corregir sus puntos débiles.

La identificación de las oportunidades y amenazas completan la realización de este análisis. Tampoco aquí se puede ofrecer una lista de cuestiones a examinar. Se trata de identificar y descubrir e identificar aquellas situaciones y coyunturas que pueden ser favorables a la biblioteca y que pueden ser una oportunidad para ella. Por el contrario, la identificación de una situación o coyuntura desfavorable representará una amenaza para lo que habrá que buscar una solución.

2.14 La mezcla de mercadotecnia

Holtje (1991) pondera que no todos los productos se pueden tratar en la misma forma. Las necesidades de los clientes con relación a un producto varían según las estaciones o los cambios de estilo, o debido a una gran variedad de factores. El éxito o fracaso de un producto en el mercado depende de la manera en que se combinan varios elementos que reciben el nombre de *marketing mix.*

Por lo tanto para Fisher (1993) una mezcla o combinación de mercadotecnia consiste en la combinación de las variables controlables que un empresario en particular ofrece a los consumidores y el conjunto de beneficios de una organización. Asimismo, se encuentra que Ponjuan (1998) define la mezcla de marketing como el "Conjunto de variables dependientes unas de otras y controlables, que se seleccionan y se mezclan según las políticas determinadas dentro de la actividad de marketing, para alcanzar los objetivos predefinidos" (p. 111).

La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para satisfacer las necesidades los clientes e influir en ellos para una demanda de su producto de una manera coherente y ordenada. Estos elementos o variables de la mezcla de mercadotecnia también muy conocida como marketing mix, se identifican como las 4 P's: producto o servicio, plaza o distribución, precio y promoción.

Los enfoques de marketing tradicionales de las cuatro P`s funciona bien para los bienes. Pero en general, en el área de servicios y particularmente, en el área de bibliotecas tienen que prestarse atención a elementos adicionales. Debido a que por lo regular los servicios se producen y consumen de manera simultánea, con frecuencia los clientes se presentan en la fábrica de la empresa, interactúan directamente con el personal de ésta y, de hecho, forman parte del proceso de producción del servicio. Sin embargo, como los servicios son intangibles, a menudo los clientes buscan cualquier tipo de elemento tangible que les ayude a comprender la naturaleza de la experiencia de servicio. Ante estos factores los profesionales del marketing de servicios concluyeron que se pueden emplear variables adicionales para comunicarse con sus clientes y satisfacerlos (Zeithaml y Bitner, 2002).

En consecuencia, en lo que al marketing de productos y servicios de información se refiere, la "P" del Profesional de la Información, ocupa un rol muy importante, por ser éste capaz, con su trabajo y su actitud, de hacer realidad todo el proceso de proveerlos (Ponjuan, 1998).

En la actualidad, ya se trabajan de manera bien definida otras P's, la P de presentación o evidencia física y la P de proceso. Con ellas suman siete P's, en el enfoque del marketing social (Véase tabla 14). Implementarlas en una estrategia de mercadotecnia es una acción que busca influir en la respuesta positiva de la demanda, que se desea generar en el mercado meta. A continuación se describen cada una de ellas.

Tabla 14. Mezcla ampliada del marketing de servicios

Producto	**Plaza**	**Promoción**	**Precio**
Características físicas del producto Nivel de seguridad Accesorios Empaque Garantías Líneas de productos Marca	Tipo de canal Exposición Intermediarios Ubicación de los establecimientos Transporte Almacenamiento Administración de canales	Mezcla promocional Vendedores Número Selección Entrenamiento Incentivos Publicidad Objetivos meta Tipos de medios Tipos de anuncios Fuera del mensaje Publicitario Promoción de ventas Publicidad no pagada	Flexibilidad Nivel de precio Términos Diferenciación Descuentos Bonificaciones
Personas	Evidencia física	Proceso	
Empleados Reclutamiento Entrenamiento Motivación Recompensa Trabajo en equipo Clientes Educación Entrenamiento	Diseño del local Comercial Equipo Señalización Vestuario de los empleados Otros tangibles Reportes Tarjetas de Negocio Estados de cuenta Garantías	Flujo de actividades Estandarizadas Personalizadas Número de pasos Simple Complejo Participación del cliente	

Fuente: Zeithalml (2000, p. 24).

- **Producto.** La variable producto es el manojo de atributos percibidos que tiene el potencial para satisfacer los deseos de los clientes. El producto puede ser un bien potencial para satisfacer los deseos de los clientes. El producto puede ser un bien físico, un servicio intangible o una combinación de las dos. El producto puede ser también una idea, una causa una imagen, un concepto, un lugar o una persona (Schoell y Guitinan, 1993, 27).

  En una biblioteca, el término debe entenderse en su sentido más amplio, dado que la gama de servicios constituyen su producto. La provisión de la información, es el servicio principal que ofrece a un mercado para satisfacer una determinada necesidad de información y en él van adheridos requerimientos que generan valor a las partes involucradas en el proceso y por lo tanto lo consumen.

- **Plaza.** En cuanto a la variable plaza se puede entender que "son los mecanismos de distribución que la biblioteca utiliza para dar salida a los servicios. Cuando se habla de plaza se piensa en la disponibilidad de los servicios, o sea cuándo y dónde pueden ser utilizados" (Bautista, 2000: 110).

  La distribución en las bibliotecas implica acceso, el lugar donde se ofrecen los servicios, y éste en la actualidad ya no sólo es en forma presencial, sino también remota o virtual.

  La variable plaza busca crear utilidad de tiempo, lugar y posesión al tener el producto accesible dónde y cuándo los clientes desean comprarlo. El objetivo es distribuir el producto correcto en el lugar correcto en el tiempo correcto y en las cantidades correctas (Schoell y Guitinan, 1993, 27)

- **Promoción.** Es "el aspecto del marketing-mix que tiene en cuenta todas aquellas actividades encaminadas a dar a conocer la existencia de la empresa o centro con el objetivo de favorecer el uso y/o consumo de los productos y servicios que se ofrecen" (Dominguez, 1996, p. 97), se conoce como promoción. Esta variable, "es

la fase de la comunicación del mercadeo que tiene como meta informar a los mercados, así como aumentar el interés y el deseo por las bibliotecas y sus servicios" (Bautista, 2000, 110).

Una mezcla de promoción puede estar constituida por la publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas, fuerza de ventas o venta personal y comunicación interactiva. En la tabla 15, se muestra los medios, soportes y formas publicitarias fundamentales convencionales y tradicionales y nuevas formas que cada vez están más extendidas, con base en Talaya (2008) y las aportaciones de Fandos y Martínez (2006, p. 18) a la propuesta de Ortega (1999, p. 78).

Como se puede observar, hay muchas formas de informar, educar, persuadir y hacer recordar a los usuarios/clientes reales y potenciales nuevos o viejos productos y servicios. Los usuarios se aproximarán a la biblioteca y harán uso de sus servicios si conocen la existencia de los mismos y para ello la biblioteca deberá promocionarlos realizando campañas de imagen.

Tabla 15. Medios, soportes y formas de publicidad

Medios	Soportes	Formas
Prensa	Cada uno de los diarios, Cada revista, Publicaciones gratuitas, existentes	Comunicados remitidos Anuncios comerciales (preferentes, generales, por palabras) Encartes Clasificados Reclamos (Selección de personal, cursos...)
Radio	Cada emisora y programa existente Cada cadena y programa	Palabras y ráfagas Cuñas Programas Publireportajes Microprogrmas Consultorios Patrocinios
Televisión	Cada una de las diferentes emisoras y canales existentes	Espots Plubireportajes Programas Microprograma Consultorios

		Patrocinios Sobreimpresiones Product Placement
Cine	Salas comerciales Cinc-clubs Salas particulares	Películas Diapositivas Films Premios
Exterior	Vallas, monopostes Lonas Transportes públicos Vallas móviles y semimóviles Aérea Recintos deportivos Cabinas telefónicas Marquesinas	Textos Fotografías o dibujos Textos y fotografías Textos y figuras rotativas Luminosos Iluminados
Directa	Cartas Tarjetas postales Folletos Catálogos Desplegables Formas mixtas	Dirigida al domicilio de las personas Dirigida al lugar de trabajo de las personas
En los lugares de venta (PLV)	Cada uno de los lugares de venta	Exhibidores Displays Carteles y folletos Máquinas automáticas Comunicaciones sonoras Proyecciones audiovisulaes
Nuevas tecnologías	Videotexto Teletexto	Ajustadas a las características de cada soporte
	Internet	e-mail web site Banners Blogs Product Placement o emplazamiento: botones y/o texto de productos y servicios dentro de la información de la web) Intersititial Layers Rascacielos Pop-up Roadblock Ciberspot
	Teléfono móvil	SMS MMS Publicidad Wab

Fuente: Elaboración con base en Talaya (2008), Fandos y Martínez (2006, p. 18)

Para una buena mezcla promocional, en este caso de los servicios bibliotecarios y de información, es esencial como señalan Fandos y Martínez (2006), precisar sobre los estilos de comunicación que se derivan de los distintos medios, soportes y formas publicitarias, toda vez que cabría hablar de una publicidad que pretende ser instructivo-educativa, de otra afectivo-emotiva, de una tercera basada en la ansiedad visual, otra en el cine, o humorística, o fantástica, o irreal, o de ritmo musical.

- **Precio.** Esta variable en su sentido más estricto, sería la cantidad de dinero que el cliente o usuario está dispuesto a pagar para acceder a la posesión, consumo o uso de un producto o servicio (Domínguez, 1996). Sin embargo, no solo existen los precios monetarios, están también los llamados precios sociales o valores simbólicos que se relacionan con el esfuerzo suplementario que debe aportar el consumidor para tener acceso a los servicios (Bautista Flores, 2000). Como el costo de oportunidad (dejar de trabajar un día por a solicitar el producto social), el costo psíquico (el temor tensiones y emociones de la persona que solicita el producto social), el costo de esperar y el costo de energía gastada, etc. (Pérez, 2004).

  Este es el caso de las bibliotecas, donde el precio se manifiesta a partir de la relación entre el usuario y la obtención de información y los beneficios derivados. El usuario hace un esfuerzo suplementario para tener acceso a los servicios. Tiene que desplazarse hasta la biblioteca, esperar para tener un libro o una respuesta por parte del personal que proporciona el servicio.

- **Personal.** Son todos los actores humanos que intervienen en la entrega del servicio y cuya actitud, nivel de competencia y compromiso con su trabajo "influyen en las percepciones del comprador, a saber: el personal de la compañía, el cliente y los otros clientes que se encuentran en el ambiente del servicio" (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 24).

  El personal constituye un elemento esencial en la producción y entrega de los servicios bibliotecarios y de información, pues al estar en contacto directo con la

población objetivo o mercado meta, su disposición, interés, disponibilidad, confianza, exactitud, y capacidad para atenderla puede crear imagen de marca en la mente del usuario. La calidez y calidad en la manera que el personal presta el servicio puede modificar la actitud de uso del producto o servicio, creando lealtad y fidelidad hacia la propia biblioteca y diferenciándola de las demás. La biblioteca debe planificar el desarrollo de programas de formación y actualización de sus recursos humanos para dar una mejor respuesta a las necesidades de los usuarios.

- **Evidencia física o presentación.** "Es el ambiente en el que se entrega el servicio y en el cual interactúan las empresa y el cliente, así como cualquier componente tangible que facilite el desempeño o la comunicación del servicio" (Zeithaml y Bitner,2002, p. 25).

"Se refiere a la pulcritud de las instalaciones y de los lugares físicos en los que se hará la prestación de los servicios o la entrega del producto social, así como a la buena apariencia personal de la organización" (Pérez, 2004, p. 22).

Las instalaciones de la biblioteca que ofrece el servicio deben ser adecuadas, creando por consiguiente un entorno atractivo que lo ajuste a las expectativas desde la perspectiva e intereses de la población usuaria. De tal manera que el usuario encuentre dentro de la biblioteca, espacios que sean confortables y faciliten su trabajo, estudio, e investigación. Las consideraciones estéticas y de accesibilidad en el servicio son opciones para dar a los usuarios lo que exactamente ellos desean. Usar la tecnología para generar cercanía es parte de la oferta de servicios de calidad, estrechamente ligado al uso eficiente que hagan de esos productos y servicios generados en ese ambiente.

Asimismo la presentación (uniformes o ropa de civil, limpia y pulcra) del personal debe ser la recomendada por organismos certificadores de calidad para instituciones de servicio, por consiguiente, cumplir con los lineamientos que se establecen para garantizar el nivel de competencia. Y para proporcionarle al usuario la rápida

identificación dentro de los espacios, donde se ubica físicamente el personal que está facultado para resolver las necesidades de información.

- **El Proceso.** Implica todos "Los procedimientos, los mecanismos y el flujo de las actividades necesarias para la prestación del servicio, es decir, la realización del servicio y los sistemas de operación" (Zeithaml y Bitner,2002, p. 25).

  "Se refiere a la forma de la prestación del o de los servicios o bien a la forma en que la población objetivo o mercado meta adquiere los productos y servicios sociales. Los programas de calidad van orientadas a contribuir a la mejora continua de los procesos desde la perspectiva de la satisfacción de la población objetivo" (Pérez, 2004, p. 21).

  Es importante los pasos que el personal sigue para proporcionar el servicio bibliotecario y de información, al igual que los recursos materiales y tecnológicos empleados, pues contribuyen a su simplificación, estilo y liderazgo; lo cual atrae y retiene en el uso invariable del mismo y en consecuencia en la preferencia y valoración que de la biblioteca se hace.

2.1.4.1 Otro enfoque al mix de mercadotecnia

Además, de la ampliación a las cuatro P´s a siete, algunos mercadólogos las han reemplazado con uno de los dos modelos de las cuatro C., el primero de ello propuesto por Robert F. Lauterborn, un modelo más orientado al consumidor que se dirige hacia los mercados de nicho: Consumidor, Costo, Comunicación y Conveniencia. El segundo modelo es el de las cuatro C de Koichi Shimizu: artículos de Consumo, Costo, Comunicación y Canal (Kutchera, García y Fernández, 2014).

En el pensamiento, la filosofía y la estrategia de mercadotecnia, ya que presenta una mejor alternativa para ofrecer valor al usuario, según Carrión (2005, pp. 116-117), las 4P's en el primer enfoque de las 4C´s, es el siguiente:

- El producto se convierte en el valor que el servicio tiene para el cliente.
- El precio, en costo: no sólo incluye el aspecto monetario, sino también el tiempo y la energía que el cliente debe invertir en solicitar y recibir el servicio.
- El lugar se convierte en Conveniencia, esto, es las facilidades que se den al cliente para obtener el servicio o servicios requeridos, y
- La promoción, en Comunicación, ya que sin está no se tendrá ningún esquema efectivo de promoción.

Más aún, Carrión considera que en uno u otro enfoque al mix marketing, ninguno de los elementos, tiene un mayor peso que otro; tan importante es ofrecer un servicio, como hacer promoción, o asegurar una adecuada comunicación. El reto es el mismo satisfacer al cliente, y esto implica manejar cada uno de los elementos del mix, de acuerdo al segmento específico al que se ofrecen servicios de información o al que se desea ofrecérselos, para lo cual deberán definirse estrategias específicas.

2.15 Posicionamiento

El posicionamiento es el proceso por el cual se establece y mantiene un lugar distintivo en el mercado para una organización y sus ofertas de servicios específicos. Trout , 1996 citado por Lovelock, Reynoso, D'Andrea y Huete (2004) desglosa la esencia del posicionamiento en los cuatro principios siguientes:

1. Una compañía debe establecer una posición en las mentes de los clientes de su mercado objetivo.
2. La posición debe ser singular, con único mensaje simple y consistente.
3. La posición debe diferenciar a la compañía de sus competidores.
4. Una compañía no puede ser todo para todos: debe enfocar sus esfuerzos (p. 218).

El posicionamiento en el mercado consiste en hacer que un producto ocupe un lugar, claro, distinto y deseable, en relación con los productos de la competencia, en las mentes de los consumidores meta (Kotler y Armstrong, 2003, p. 62). Es el arte de ubicar en la mente de la población adoptante objetivo o del mercado meta, los atributos de los productos sociales que contribuyan a mejor la calidad de vida de las personas. Consiste en el diseño y la ubicación en la mente de la población objetivo el concepto social que favorezca el bienestar de la población.

Es importante saber que si las empresas no diseñan un plan estratégico para posicionar su organización y sus productos sociales, la población se encargará de otorgarle una posición de acuerdo con la percepción acerca de la función que se está desempeñando. Lo más recomendable es diseñar de antemano y poner a prueba los atributos que se deben posicionar en la mente de la población y no esperar a que la población cree por sí sola un posicionamiento para el producto social.

Los factores esenciales para el posicionamiento correcto de la población objetivo abarcan el análisis de las variables para la segmentación del mercado y el de las necesidades sociales. Este análisis se debe realizar con base en el examen de las ideas, actitudes, valores, fortalezas y debilidades de la organización responsable del programa, o agente de cambio. Sin este tipo de análisis, será muy difícil que la estrategia de posicionamiento y, en ocasiones, distorsionan la realidad de la problemática social. En todo programa social se pueden encontrar las acciones siguientes:

a) Posicionamiento: en el caso en que no exista una idea preconcebida, será necesario diseñar los atributos del programa social que ubiquen en la mente de la población objetivo o mercado meta el concepto integrador clave para lograr el bienestar social deseado.
b) Reposicionamiento: en el momento en que ya existe una idea preconcebida y positiva en la mente de la población objetivo, lo que se tiene que hacer es difundir esas ideas entre el mayor número posible de personas en la

comunidad. Las mejores ideas para el posicionamiento son las que emanan de manera directa de la población o mercado meta.

c) Deposicionamiento: se refiere a la aplicación del concepto de desmarketing, el cual comprende la aplicación de los principios y técnicas de marketing para borrar de la mente de la población una idea o comportamiento nocivo."(Pérez, 2004, pp.199-196)

2.16 Planeación estratégica y el proceso de mercadotecnia

Una característica fundamental de la mercadotecnia es la de definir la situación actual de la organización con relación al cliente, además de planificar hacia dónde dirigir los objetivos y de implementar estrategias para su alcance. En consecuencia la mercadotecnia está estrechamente vinculado con la planeación estratégica puesto que:

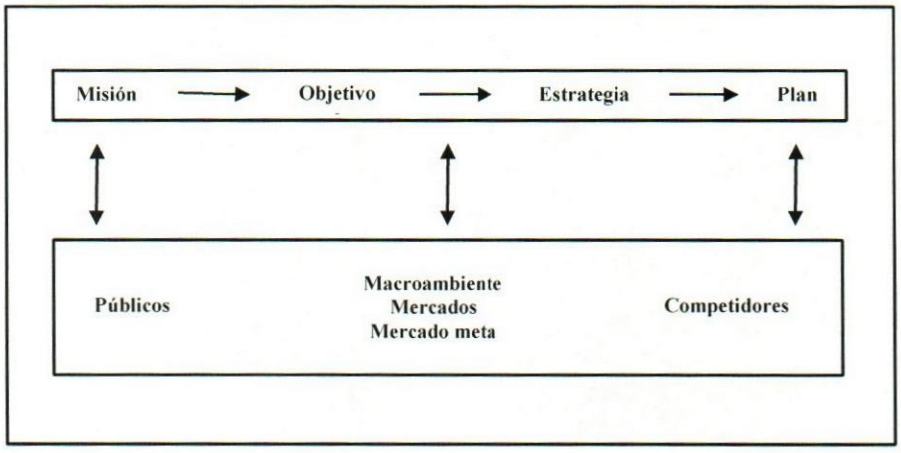
> "La planeación estratégica es el proceso de crear y mantener un buen acoplamiento entre los objetivos y recursos de una compañía y las oportunidades en evolución del mercado. La meta de la planeación estratégica es alcanzar rentabilidad y crecimiento a largo plazo. Por tanto, las decisiones estratégicas requieren compromisos a largo plazo de los recursos" (Lamb, Hair y McDaniel, 2002, p. 30).

Por eso, Cagnoli (2000) considera que la planificación estratégica es un proceso administrativo que permite desarrollar y mantener una posición estratégica entre la organización y las cambiantes oportunidades en el mercado. Este autor dice que dos conceptos son básicos en este tipo de planificación.

1. Un reconocimiento del medio en que la biblioteca actúa, determinando lo que representa una amenaza y lo que significa una oportunidad.
2. La habilidad, vinculada a la parte interna, de trabajar sobre los puntos fuertes y eliminar o reforzar, eventualmente, aquellos puntos en que la biblioteca es débil.

Una planificación estratégica para Cagnoli consiste de varios pasos como se muestra en la figura 6. La organización, en este caso la biblioteca, debe verificar en su medio las oportunidades que son coherentes con su misión. Luego, definir objetivos adecuados para explorar las oportunidades más atrayentes. A continuación desarrollar estrategias de crecimiento y programar tanto las actividades presentes como las vinculadas a oportunidades futuras, manteniendo los programas fuertes y desactivando programas o actividades que no tengan una relación costo-beneficio conveniente. Después de determinar las estrategias y las actividades se elabora el plan escrito.

Figura 6. Planificación estratégica



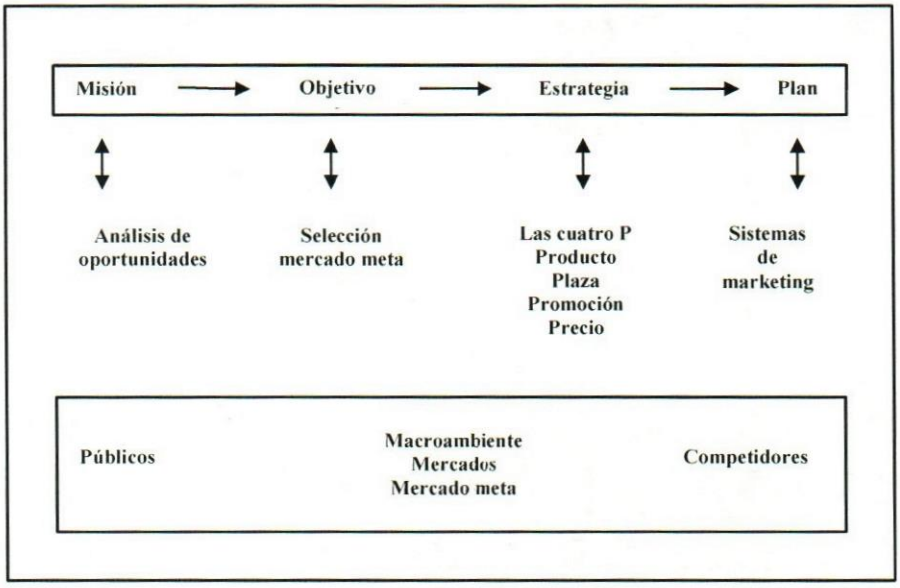
Fuente: Cagnoli (2006, p.1).

Cagnoli, afirma que la planificación estratégica es esencial para un programa de marketing, por lo tanto relaciona la planificación estratégica y el marketing como se ilustra en la figura 7. El marketing se divide en cuatro elementos principales que se relacionan uno a uno con el proceso de planificación estratégica y con el medio ambiente externo.

El marketing estratégico es indispensable para que las unidades de información, como la biblioteca universitaria, no solamente pueda cumplir con sus objetivos, sino también establecer una estrategia de segmentación con la cual decidir que grupos de usuarios/clientes actuales y potenciales serán el objetivo de los esfuerzos de la mercadotecnia. Asimismo de identificar las necesidades, anticiparse y satisfacerlas con la creación y permanencia de una

mezcla de mercadotecnia de productos/servicios que los posicione claramente en su mente de tal manera que cuando surja la necesidad de información considere que éstos o la biblioteca van a satisfacer su demanda.

Figura 7. Marketing estratégico



Fuente: Cagnoli (2006. p.6).

2.16.1 Plan de mercadotecnia

El plan de mercadotecnia plasma en un documento todo lo que se ha mencionado con relación a la planeación estratégica, los estudios del mercado, la segmentación, el posicionamiento y la mezcla de mercado. De este modo constituye una guía que orienta a cada área funcional de la organización en las actividades de mercadotecnia, y que además posibilita comparar el desempeño actual y esperado, al especificar los objetivos a alcanzar.

La planeación de marketing es la base de todas las decisiones y estrategias de marketing. Una vez que el plan de marketing se preparó, sirve como un punto de referencia para el éxito

de las actividades futuras. (Lamb, Hair y McDaniel, 2002).Por lo tanto los planes de marketing pueden presentarse de diversas maneras. Sin embargo existen elementos comunes, de ahí entonces, que para Stanton, Etzel y Walker (2004, p. 672), indique que la planeación estratégica de marketing es un proceso de cinco pasos:

1. Realizar un análisis de la situación.
2. Establecer objetivos de marketing
3. Determinar el posicionamiento y la ventaja diferencial.
4. Elegir los mercados meta y medir la demanda del mercado.
5. Diseñar una mezcla estratégica de marketing

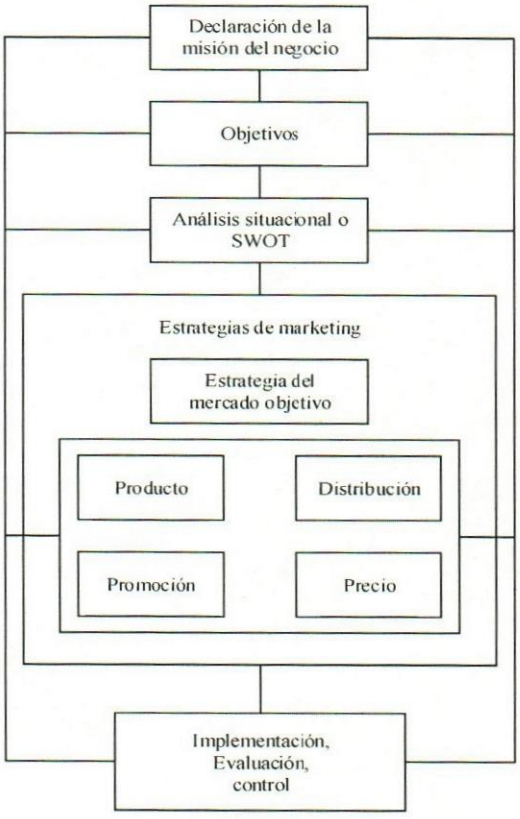
O bien, en palabras de Lamb, Hair y McDaniel (2002, p.32) los planes de mercadotecnia incluyen la definición de un mercado objetivo y el establecimiento de los componentes de la mezcla de marketing. Otros elementos que podrían incluirse son los presupuestos, calendarios de puesta en marcha, investigación de marketing que se requiere o los elementos de planeación estratégica avanzada, etc. (Véase figura 8).

Para Weingand (1995) citado por Domínguez (1996, p. 112) un modelo a seguir para el proceso de marketing en una biblioteca, establece las siguientes secuencias en el plan de marketing:

- Análisis de la comunidad y entorno externo de la biblioteca.
- Valoración de los puntos fuertes y débiles (del entorno interno y externo) (Marketing audit)
- Determinación de la misión
- Establecimiento de metas temporales
- Análisis de tendencias
- Desarrollo de objetivos medibles para conseguir las metas.
- Diseño de productos (colección, servicios, programas) en relación con los objetivos marcados.

- Análisis del precio (coste de producción de cada producto) para determinar prioridades.
- Diseño de canales de distribución (lugar) en relación con las actividades planificadas.
- Realización de las acciones.
- Diseño de técnicas de promoción/comunicación para la realización de las acciones.
- Evaluación y puesta al día de metas, objetivos y prioridades.

Figura 8. Componentes del plan de mercadotecnia



Fuente: Lamb, Hair y McDaniel (2002, p.32)

Sería prolijo hacer mención de cada una de las aportaciones que los expertos en mercadotecnia han hecho al respecto. Generalmente todos coinciden en que el plan de mercadotecnia es un proceso que engloba un ciclo cerrado y continuo que incluye los siguientes aspectos: 1) Una parte diagnóstica, conformada por la filosofía de la organización, como la misión, la visión y los objetivos. La situación de la biblioteca, su análisis FODA. 2) Los objetivos y las estrategias de mercadotecnia, la selección del mercado meta u objetivo, la mezcla de mercadotecnia, el presupuesto y programación, etc.3) la implementación, seguimiento, control y evaluación de los resultados de los procedimientos y acciones ejecutadas con relación al logro de los objetivos.

Por lo tanto estos son los aspectos a tomar en cuenta en la propuesta metodológica para el proceso implantador de una estrategia de mercadotecnia, que informe, recuerde, atraiga a los usuarios/clientes reales y potenciales de una biblioteca universitaria, y que construya la lealtad, fidelidad y la cultura del uso y aprovechamiento de los servicios bibliotecarios y de información que ofrece.

Capítulo III

La Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas

Este capítulo comprende el marco de referencia en donde se llevó a cabo la presente investigación, por lo tanto se hace mención de la reseña histórica y estructura organizacional de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH, con el propósito de conocer el estado actual de sus servicios en el período que comprendió la investigación (2008-2011), principalmente los digitales y qué actividades de promoción y difusión se realizan para hacerlos visible a la comunidad universitaria.

3.1 Antecedentes

"La Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) es creada por instancia y requerimiento del Gobernador del Estado, Dr. Manuel Velasco Suárez, y de algunos grupos políticos, quienes argumentaron la urgencia de crear la Universidad fundamentándose, primordialmente en la problemática que se generaba por la emigración de estudiantes hacia otros estados de la república, en donde se encontraban establecidas universidades que satisfacían sus necesidades" (Andrade, 1991, p.21).

El 24 de septiembre de 1974, se expiden los decretos, 97 y 98, donde se aprueba la formación de la Junta de Gobierno y se promulga la Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Chiapas, publicados en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado, el 23 de octubre de 1974, quedando así constituida como universidad (López, 1998). Formalmente la UNACH es inaugurada el 17 de Abril de 1975. Pero es hasta 1983 que se integra el Sistema Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas con todas las bibliotecas departamentales pertenecientes a las escuelas y facultades de esta Universidad, que desde 1975 habían ya acumulado pequeños acervos bibliográficos. Debido a este proyecto surge

la necesidad de contar con un área que pudiera albergar la cabeza rectora del sistema, esto es la Dirección de Desarrollo Bibliotecario (DDB) que también se crea en 1983, y la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa (BCU), misma que estuvo ubicada hasta ese entonces, en el edificio Maciel en el centro de la ciudad. Las obras de construcción del nuevo edificio iniciaron el 6 de diciembre de 1983.

La Biblioteca Central Universitaria, junto con el Centro Cultural Universitario, fue inaugurada "el 20 de febrero de 1985 por el presidente Miguel de la Madrid Hurtado, el gobernador del Estado C. Absalón Castellanos Domínguez y por el Rector Dr. Heberto Morales Constantino entre otras personalidades (UNACH, 2011)". Actualmente el Sistema Integral de Bibliotecas de la UNACH (SIBIUNACH) cuenta con un total de 248 mil 082 volúmenes y 92 mil 947 registros según inventarios practicados en el año 2009. Y está integrado por la Biblioteca Central Universitaria "Dr. Carlos Maciel Espinosa", de la cual ya se hizo mención; y 29 bibliotecas más, que corresponden a las DES ubicadas en las Escuelas, Facultades, Institutos y Centros de Investigación Posgrado, dando cobertura a la mayoría de las 9 Regiones Económicas del Estado. (Véase Tabla 16).

Tabla 16. Sistema bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas

No.	Clave	Biblioteca
1	BC	Biblioteca Central
2	EA	Centros de Estudios Avanzados y Extensión
3	ME	Facultad de Medicina Humana
4	DE	Facultad de Derecho
5	SO	Facultad de Ciencias Sociales
6	HU	Facultad de Humanidades
7	AN	Facultad de Ciencias Agronómicas
8	AG	Facultad de Ciencias Agrícolas
9	AR	Facultad de Arquitectura
10	CA	Facultad de Contaduría y Administración

11	IN	Facultad de Ingeniería Civil
12	LE	Escuelas de Lenguas Tuxtla
13	VE	Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia
14	IF	Informática
15	CE	Instituto de Estudios Indígenas
16	LS	Escuelas de Lenguas San Cristóbal
17	AD	Facultad de Ciencias de la Administración
18	CO	Facultad de Contaduría Pública
19	QU	Facultad de Ciencias Químicas
20	LT	Escuela de Lenguas Tapachula
21	AA	Escuela de Ciencias Administrativas Istmo-Costa Arriaga
22	CD	Escuela de Ciencias Administrativas Istmo-Costa, Tonalá
23	PI	Escuela de Contaduría y Administración, Pichucalco
24	CM	Escuela de Ciencias Administrativas, Comitán
25	HT	Humanidades Tapachula
26	HP	Humanidades Pijijiapan
27	PL	Biblioteca de la Dirección General de Planeación
28	CB	Biblioteca del Centro de Biociencias
29	FM	Biblioteca de la Lic. En Física y en Matemática

Fuente: Dirección de Desarrollo Bibliotecario, UNACH, 2009

3.2 Misión

La Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas, en alineamiento al Proyecto Académico 2006-2010 Universidad para el Desarrollo (UD), tiene como misión: "Ofrecer servicios bibliotecarios y de información de calidad con una organización eficiente a toda la comunidad universitaria para fortalecer los programas

académicos, de investigación y de difusión de la cultura de la institución, así como ser un espacio de aprendizaje orientado a formar usuarios de la información"(UNACH, 2009).

3.3 Visión

"El Sistema Integral de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBIUNACH), es un sistema consolidado que permite a la comunidad universitaria y sociedad en general, el acceso a los recursos y servicios informativos conforme a estándares e indicadores internacionales; apoyado en tecnologías de vanguardia y en el establecimiento de convenios de cooperación interbibliotecaria a nivel regional, nacional e internacional; impulsor del aprendizaje y la generación de nuevos conocimientos; promotor de la autosuficiencia del usuario para el uso de recursos informativos; con personal profesional y profesionalizado, con vocación de servicio, orientado a proporcionar atención eficiente para la satisfacción de las necesidades de información; que cuenta con procesos administrativos de calidad mediante un sistema gerencial con visión estratégica, que favorece la comunicación y la participación en la toma de decisiones; con un proceso de evaluación permanente, y que contribuye con la solución de los problemas de la sociedad chiapaneca (UNACH, 2009).

3.4 Objetivos

Para el período 2006-2010 la DDB ha formulado los siguientes objetivos (UNACH, 2009), que indican los principales programas o áreas de actividades que se trabajarán y los resultados que se desea obtener:

1. Brindar servicios bibliotecarios que respondan a las necesidades de información de los alumnos, docentes e investigadores en concordancia con los planes y programas de estudio de cada uno de los programas educativos que se imparten en la Universidad Autónoma de Chiapas
2. Modernizar la infraestructura bibliotecaria de la institución

3. Fortalecer las colecciones documentales a fin de apoyar los planes y programas de estudio e investigación
4. Consolidar la instauración de servicios bibliotecarios apoyados en personal bibliotecario actualizado
5. Contar con una estructura administrativa y operativa eficiente
6. Contar con un sistema de servicios de información que permita al usuario acceder a la información donde quiera que esté
7. Lograr la certificación del Sistema Bibliotecario de la UNACH
8. Elaborar la normatividad del Sistema Bibliotecario

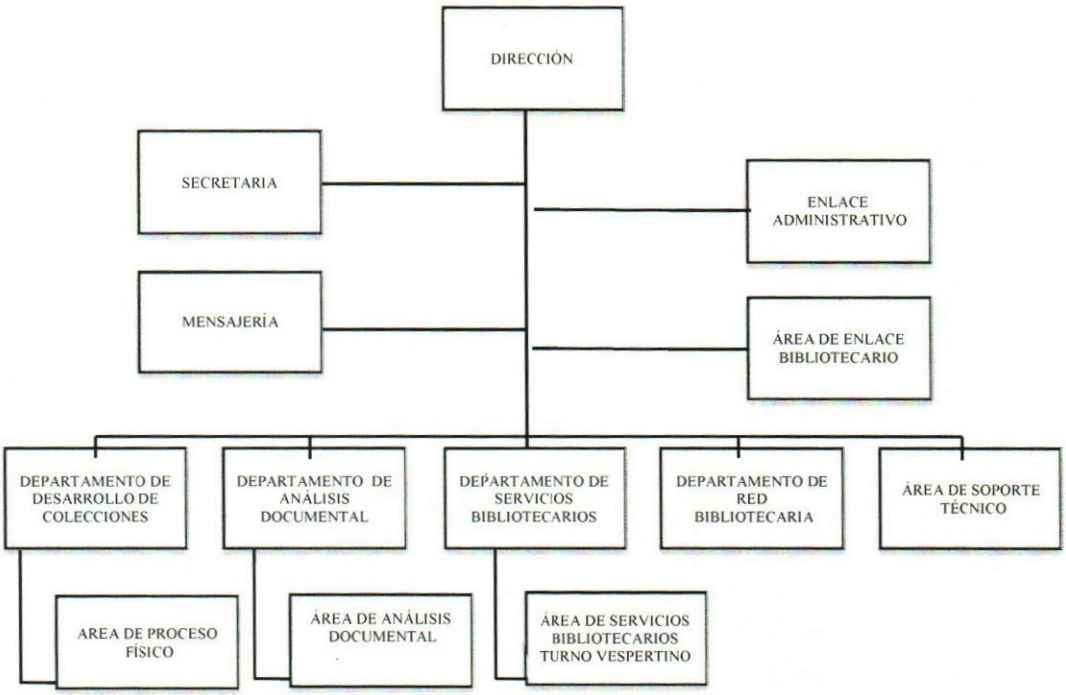
3.5 Estructura administrativa

Como ya se hizo mención en el apartado de antecedentes, el modelo adoptado por la Universidad Autónoma de Chiapas para la organización y operación de las bibliotecas universitarias de sus Escuelas, Facultades, institutos y Centros de Investigación y Posgrado es la de un sistema integral, en la que todas dependen administrativamente de la gestión de la DDB, la cual a su vez, depende en orden jerárquico directamente de la Secretaría Académica de la UNACH (Véase Apéndice A1). Por ende las operaciones técnicas son centralizadas en la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa", esto es, los procesos de adquisición y análisis del material documental, de todas las bibliotecas que integran el SIBIUNACH se llevan a cabo en ésta biblioteca.

Para ello, la DDB y la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" tiende a dividirse en los siguientes departamentos siguiendo una organización lineal y staff[7]. Tal y como se muestra en el siguiente organigrama vertical (Véase figura 9), en el cual se puede identificar al Director de la Biblioteca Central Universitaria a la cabeza y el personal a cargo de los departamentos con los que cuenta a distintos niveles por debajo de él:

[7] Estructurar una organización desde el punto de vista de la autoridad requiere distinguir entre línea y staff. La función de línea se ocupa directamente de las actividades operativas básicas de la empresa. La función de staff es una función de apoyo y consejo para la anterior, asesora y proporciona información. (Diez. 2003, p. 144)

Figura 9. Organigrama administrativo de la Dirección de Desarrollo Bibliotecario Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa"



Fuente: Dirección de Desarrollo Bibliotecario, UNACH, 2009.

A continuación se describe grosso modo la función de cada departamento o área en las que se divide la biblioteca central, partiendo de dicho organigrama:

- Departamento de Desarrollo de Colecciones, es el responsable de la selección y la adquisición de los materiales, que los planes y programas de docencia, investigación y extensión universitaria requieren; de éste se desprende el área de proceso físico encargado de asignar a los materiales las marcas de propiedad, así como aquellas necesarias para su identificación y ordenación en la estantería con la finalidad de colocarlos adecuadamente para su localización.
- Departamento de Análisis Documental, responsable de coordinar las actividades de los procesos del Área de Análisis documental, el cual está dedicado a realizar las actividades de catalogación y clasificación de los documentos con el objetivo de

ponerlo a disposición de los usuarios, así como actualizar la base de los registros catalográficos.

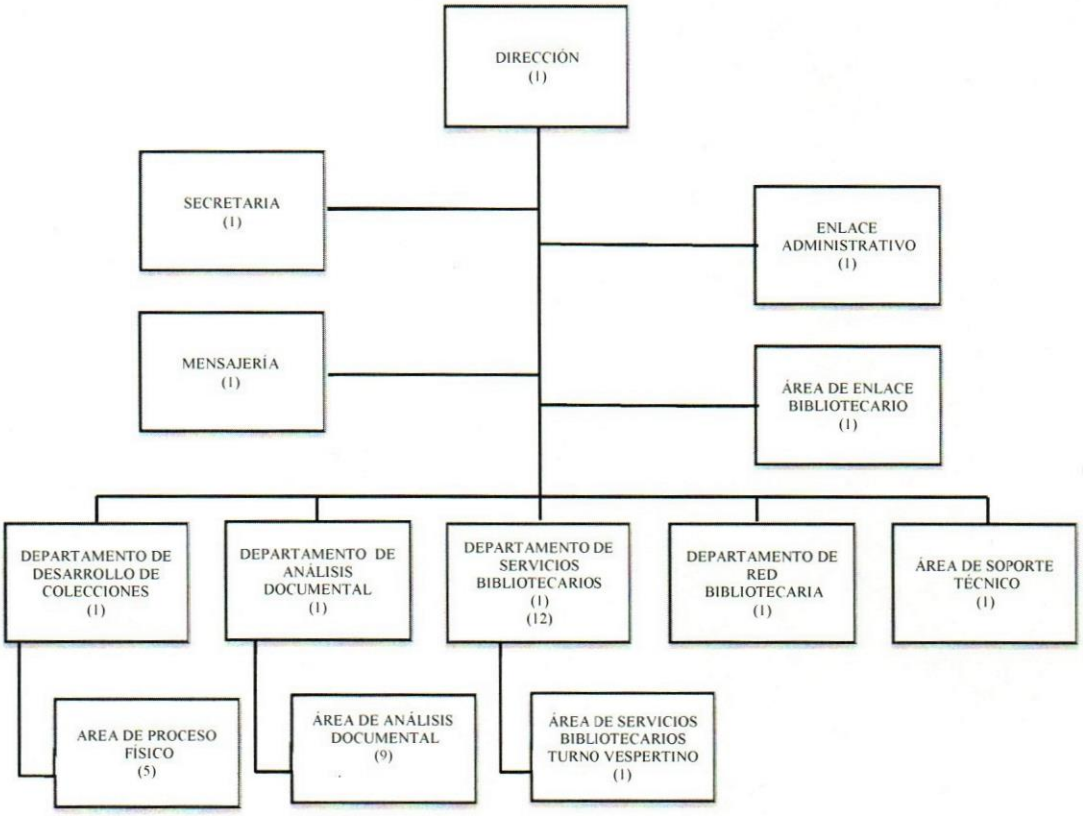
- Departamento de Servicios Bibliotecarios, encargado de coordinar las actividades relacionadas con la recuperación, circulación (préstamo) y transferencia de la información. De este departamento depende el Área de Servicios Bibliotecarios, que también tiene las mismas responsabilidades pero únicamente en el turno vespertino.
- Departamento de Red Bibliotecaria, abocado a las tareas de administración y mantenimiento de las bases de datos, sistemas y redes de cómputo de la biblioteca.
- Departamento de Soporte Técnico, encargado del mantenimiento de los equipos de cómputo de la biblioteca.

3.6 Personal

Según la información proporcionada por los responsables de la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa", la plantilla de personal de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH está integrada por 46 empleados, de los cuales 29 laboran en el turno matutino y 17 en el turno vespertino. De éstos, 2 tienen nombramiento académico, 29 administrativo y 6 de confianza.

No existen manuales de puestos que especifiquen el perfil, funciones y cargas de trabajo del puesto del personal que labora en la BCU. Sin embargo, existe delimitación de los trabajos concretos que se deben realizar, se asigna funciones concretas de cada trabajo y se nombra responsables de llevar a cabo cada una de las labores de la biblioteca, conforme a la relación de puestos por distribución de actividades de cada departamento, sección o áreas del organigrama administrativo. Asimismo, de acuerdo a la información y el organigrama proporcionado por los responsables de la BCU en la figura 10 se muestra una distribución de personal por su actividad preponderante en la biblioteca:

Figura 10. Distribución de personal por actividad. Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa"



Fuente: Dirección de Desarrollo Bibliotecario, UNACH, 2009.

Con relación a su formación profesional, la escolaridad máxima del personal es maestría y la mínima de bachillerato. Predomina los profesionales de otras disciplinas. Únicamente 5 recursos humanos cuentan con estudios en la licenciatura en Bibliotecología.

Es escasa la presencia de bibliotecarios con estudios de Bibliotecología en la BCU. Por un lado la mayoría de las bibliotecas de las DES no cuenta con este tipo de personal por otro, parte del personal no es profesionista. Por lo tanto, según la información proporcionado por los responsables, con el propósito de conocer las innovaciones que se están llevando a cabo para el mejor funcionamiento de bibliotecas universitarias, la aplicación de nuevas metodologías para el desarrollo del trabajo, el conocimiento de nuevas tecnologías de

información y comunicación, que conlleven a la profesionalización del personal bibliotecario, se ha asistido a eventos organizados por la Universidad Nacional Autónoma de México, ANUIES, CONPAB-IES y la AMBAC A.C, en las que ha sido necesaria la presencia de representantes bibliotecarios de la Universidad Autónoma de Chiapas. Asimismo, a los bibliotecarios de las DES se les imparten cursos de capacitación para mejorar los servicios, estos incluyen: conocimiento y manejo de SIABUC en sus diferentes módulos, accesos a bases de datos especializadas, procesos físico y técnico del material bibliohemerográfico, así como la asistencia a diferentes cursos a la Universidad Nacional Autónoma de México, Colima y Asociación Mexicana de Bibliotecarios A.C. (AMBAC)

3.7 Recursos financieros e infraestructura

El presupuesto que se le otorga a la biblioteca central universitaria es de forma anual y se invierte de acuerdo a las necesidades que en ella se presenten, estos pueden ser gastos corrientes como mantenimiento, mobiliario, compra del material bibliográfico, material de oficina, sueldos, compra de bases de datos, computadoras, compra software, etc.; o también de gastos extraordinarios como eventos, viáticos, gastos por proyectos, por mencionar algunos. Para el año 2009 el presupuesto ordinario sumo la cifra de 405, 313 mil pesos (Dirección de Desarrollo Bibliotecario, UNACH, 2009).

En la identificación de las Fortalezas y Debilidades, la DDB reconoce que el presupuesto anual para Biblioteca Central, no es el suficiente. Esto ha originado que no se permita responder a los requerimientos de la comunidad universitaria para actualizar el acervo documental[8], adquisición de: mobiliario y equipo de cómputo, bases de datos, revistas electrónicas, cursos de capacitación y la restructuración de las bibliotecas de las dependencias académicas.

---

[8]El acervo bibliográfico que cuenta en el sistema bibliotecario no cubre con los estándares establecidos en las normas recomendado en las normas del CONPAB-IES y en algunas dependencias académicas no han adquirido el acervo de acuerdo a los programas de estudio.

Por otra parte con relación al edificio que alberga la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa", éste refleja una arquitectura maya, diseñada para almacenar 300,000 volúmenes en la modalidad de sistema de estantería abierta para permitir el autoservicio y recibir de forma simultánea a 750 usuarios. Las instalaciones de ésta biblioteca, que incluye además todas las facilidades para personas con capacidades diferentes, comprende una superficie de 7,500 m^2 distribuidos en tres niveles. En cada uno de estos niveles la comunidad universitaria tiene acceso a diferentes colecciones y servicios con los cuales satisfacer sus necesidades informativas, formativas y recreativas, como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 17. Niveles que comprende el edificio de la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH

Primer nivel	Segundo nivel	Tercer nivel
Colección general	Paquetería	Hemeroteca
Cubículos de estudio Individuales y grupales	Catálogo automatizado	Fonoteca
Sala de lectura forma	Salas de lectura formal	Música ambiental continúo
Mapoteca	Préstamo a domicilio	Cubículos de estudio
Fotocopiado	Colección de consulta	Biblioteca digital
Catálogo automatizado	Cubículos de estudio grupales	Sala de usos múltiples
	Sala de lectura informal	Sala de consejo universitario
	Fotocopiado	Sala de proyecciones
	Sala "Carlos fuentes"	Sala de lectura informal
	Colecciones especiales	Sala de exposiciones
	Colección INEGI	Ciclos de cine nacional internacional
	Colección tesis	
	Oficinas	

Fuente. Dirección de Desarrollo Bibliotecario, UNACH, 2009.

Las dimensiones de las áreas que ocupan cada una de estas colecciones y los espacios para que puedan ser utilizadas por los estudiantes, docentes y otros usuarios de la universidad, además de aquellas en donde el personal realiza todos los procesos indispensables para una adecuada gestión de la información son las que se muestran en la siguiente tabla:

.Tabla 18. Distribución espacial de los servicios y colecciones de la Biblioteca Central Universitaria " Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH.

Área	Superficie
De estantería (colecciones)	1,876 m^2
De lectura y/o servicios	4,380 m^2
De trabajo administrativo (Personal)	1,244 m^2
Total	7,500 m^2

Fuente: Departamento de Servicios Bibliotecarios de la BCU, 2009.

Se observa que es un edificio que garantiza la protección del material bibliográfico, con las condiciones de una iluminación estable que favorece la lectura y ofrece un confort térmico para el usuario. Está provisto de un acondicionamiento acústico adecuado. Las zonas de ruido están concentradas y las de silencio también. El inmueble garantiza la seguridad de los individuos, de las instalaciones y la de los materiales y bienes. Provee espacios agradables que permiten la privacidad y el trabajo grupa; asimismo facilita el acceso a los servicios de información, actividades institucionales, académicas y culturales El personal cuenta con un espacio digno y funcional, para realizar adecuadamente sus actividades y ofrecer servicios de calidad.

Como indican las Normas CONPAB-IES (2005) la Biblioteca Central Universitaria se encuentra equipada con mobiliario especializado para comodidad y seguridad de los usuarios, así como para la protección de las colecciones. La estantería es metálica y de tipo modular, con sujeta-libros y porta-etiquetas para la señalización, permitiendo tener los libros al alcance de la mano y el almacenamiento de los materiales de acuerdo a su número de clasificación. No atrae la polilla y resiste mejor los cambios de humedad y temperatura.

La ubicación y organización de las estanterías proyecta la idea de murales originando salas de lectura formales e informales las cuales cuentan con mobiliario para las actividades de consulta de los lectores e investigadores. Las mesas en las salas de lectura formal y los cubículos grupales son apropiadas para 4 lectores como máximo. La biblioteca cuenta con estantes, escritorios y demás mobiliario y equipo apropiado para el estudio y la investigación de los usuarios, así como el trabajo del personal.

3.8 Colecciones

En consideración a la importancia que tienen los servicios bibliotecarios y de información para el cumplimiento de las funciones sustantivas de docencia, investigación, difusión y extensión de la cultura de la universidad, la biblioteca universitaria debe garantizar la calidad, cantidad y diversidad de los recursos documentales que pone a disposición de estudiantes, docentes e investigadores.

Por lo consiguiente, el acervo de la Biblioteca Central Universitaria está conformado por materiales bibliográficos, hemerográficos, cartográficos y audiovisuales, agrupados por su función de enseñanza, de referencia, de investigación y general, propiciando una división y distribución en colecciones con las características comunes que se observan en la mayoría de las bibliotecas del país.

Todos los materiales documentales que integran las colecciones están debidamente catalogados empleando las Reglas de Catalogación Angloamericanas 2da. Ed. (RCAA2), y los Encabezamientos de Materia de Gloria Escamilla y clasificados con el Sistema de Clasificación Decimal de Melvil Dewey (19 ed), con excepción de las publicaciones hemerográficas, que se encuentran asentadas de manera alfabética en un kardex. A continuación se describen cada una de ellas conforme se encuentran ubicadas en cada uno de los niveles del edificio que alberga a la BCU:

Primer Nivel:

- **Colección de consulta:** Comprende enciclopedias especializadas, diccionarios generales y especializados; biografías, anuarios, manuales, etc.
- **Colección INEGI:** Esta colección se integró en 1996 mediante un convenio de colaboración institucional con el INEGI, en el cual se dona a partir de entonces el material que integra esta colección: documental, hemerográfico, multimedia y cartografía.
- **Tesis:** Esta colección está conformada por donaciones de tesis impresas que los alumnos de licenciatura o posgrado realizan proyectos de investigación que es un requisito para titulación.
- **Colección Chiapas:** Reúne obras editadas del Estado, de autores chiapanecos y de aquellos personajes que tiene importancia en la historia del Estado.
- **Colección Guatemala:** Reúne obras editadas por instituciones de autores Guatemaltecos y de aquellos personajes que tienen importancia en la historia de la República de Guatemala.

Segundo Nivel

- **Hemeroteca:** brinda al usuario acceso a información actual editada y difundida en publicaciones periódicas, tales como periódicos, revistas, gacetas y folletos.
- **Fonoteca:** cuenta con una amplia variedad de discos de 33 rpm. con música clásica y de diferentes géneros, así también se le permite al usuario hacer grabaciones de este material.
- **Colección de películas:** son materiales en formatos VHS, se utilizan para presentar ciclos de cine en sala de video.

Planta Baja:

- **Acervo general:** En esta colección se encuentra la mayoría de volúmenes que integran la colección de la biblioteca y que corresponde a la bibliografía de carácter multidisciplinario de las diferentes licenciaturas de las dependencias académicas de la UNACH. Están distribuidos en la planta baja de la biblioteca y se hallan organizados en 50 líneas de estantes.
- **Mapoteca:** Ofrece al usuario el acceso a la cartografía referente el Estado de Chiapas y la República Mexicana en diversas escalas y diferentes tipos de planos. Dicha información es proporcionada en colaboración con el INEGI.

Para el crecimiento y adecuación de las colecciones a las necesidades reales de la comunidad y objetivos de la institución universitaria, la DDB dentro de los límites de los recursos financieros, materiales y humanos, aplica como medidas cuantitativas y cualitativas, los lineamientos que las Normas CONPAB–IES señalan respecto a este rubro sobre selección y adquisición de los recursos documentales.

Según la información proporcionada por el Jefe de Departamento de Red de Cómputo bibliotecario, la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa", la gestión de las colecciones se realiza de acuerdo a las políticas internas de Desarrollo de Colecciones vigentes. "Los directores de las DES envían a la Dirección de Desarrollo Bibliotecario la relación de la bibliografía que necesitan adquirir, con el propósito de obtener las cotizaciones correspondientes, las cuales se envían a las respectivas DES, quienes realizan las gestiones administrativas para la liberación de los recursos y llevar a cabo la compra conforme a lo estipulado a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público."

3.9 Servicios

En términos generales, los servicios ofrecidos por las bibliotecas universitarias en México pueden clasificarse en la categoría de básicos o tradicionales cuya finalidad es satisfacer los

requerimientos informativos de la comunidad como soporte del estudio y la enseñanza y fortalecimiento del hábito de la lectura, tales son préstamo, referencia o fotocopiado. Y en la medida que atienden a estudiantes de posgrado algunas desarrollan servicios más especializados que son recursos alternativos para el aprendizaje, la docencia y la investigación, tales como búsqueda en línea, listas bibliográficas y formación de usuarios, entre otros. Además de otros considerados como complementarios como son los espacios destinados para la prestación de servicios adicionales que tienen como objetivo reforzar los servicios principales prestados por la biblioteca, asegurar su eficacia y apoyar sustancialmente la labor académica de la universidad. (Verdugo, Vega y Palacios, 1994).

Los servicios usados por los alumnos usualmente, son precisamente los de estudio y trabajo con los propios materiales sobre las disciplinas de su área de formación, que responde a las exigencias del profesorado en su actividad docente. Por estas razones primordialmente la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" facilita el servicio de:

- **Préstamo interno o en sala y préstamo externo o a domicilio**. Los usuarios pueden realizar la consulta en sala de los materiales bibliográficos, hemerográficos, utilizando el mobiliario y espacios físicos destinados para esta actividad, como son las salas de lectura formal e informal. Los usuarios tienen libre acceso a los materiales que componen la colección general y la colección de consulta de la biblioteca; también se les brinda de manera gratuita, la posibilidad de llevar a su domicilio tres títulos diferentes pertenecientes a los materiales bibliográficos de la colección general. El préstamo externo se ofrece por tres días y es renovable dos veces; el material de reserva (material con sólo un ejemplar) se presta únicamente durante un día.

Además de los mencionados anteriormente, la BCU destina otros espacios para la prestación de servicios adicionales que apoyan sustancialmente la labor académica de la universidad como son:

Salas para conferencias y usos múltiples:

- **Sala de Consejo Universitario:** Espacio debidamente acondicionado para las reuniones del Consejo Superior Universitario, así como para actividades académicas y eventos extraordinarios.
- **Sala de eventos:** La sala "Carlos Fuentes", destinada como área de juntas y diversas actividades culturales, artísticas y académicas.
- **Sala audiovisual:** Esta área está destinada para la organización de eventos calculados para un público de 40 personas como máximo. Pueden llevarse a cabo proyección de películas (ciclos de cine nacional e internacional) y todo tipo de eventos académicos y culturales.
- **Cubículos de estudio grupal o individual:** Espacios en los cuales los usuarios tienen la posibilidad de realizar cómodamente sin interrupción actividades de estudio e investigación.

Para la identificación y localización de los documentos en las respectivas colecciones la Biblioteca Central Universitaria cuenta con:

- **Catálogo automatizado**. Este servicio provee varias opciones de búsqueda de manera automatizada, (por autor, título, tema, etc.). Para consultar este catálogo se encuentran instalados varios equipos de cómputo en la planta baja y en el primer nivel del edificio.

También se puede realizar estás búsquedas desde cualquier ámbito consultando el catálogo en línea ingresando a la página de la DDB. En la siguiente dirección: www.biblioteca.unach.mx . Además en ésta dirección se tiene acceso a otro recurso de información, la biblioteca digital.

- **Biblioteca digital.** Provee acceso a recursos electrónicos de bibliotecas digitales en línea de otras instituciones y principalmente a bases de datos especializadas y

publicaciones electrónicas en texto completo adquiridas por la Universidad Autónoma de Chiapas.

Por otro parte, este servicio cuenta con un espacio físico en el tercer nivel de la BCU, donde se encuentran 40 equipos en red inalámbrica en los cuales se tiene acceso al servicio de internet y las diferentes bases de datos con que cuenta la institución. Es importante indicar que se permite el ingreso a este servicio exclusivamente para investigación y consulta.

Por medio de estos servicios bibliotecarios y de información mencionados se facilita la identificación, la localización de la información y la utilización de los documentos. Pero el uso y aprovechamiento de los mismos no se fortalece si no se ofrece además un servicio de formación de usuarios, esto es la implementación de acciones de orientación e instrucción encaminadas a desarrollar en los usuarios de la biblioteca universitaria, los conocimientos, capacidades y destrezas sobre la utilización eficaz de las herramientas y productos bibliotecarios y de información que estimule a los usuarios a hacer un uso efectivo y adecuado de los servicios bibliotecarios y de información; en suma que fomente la cultura sobre la importancia de la biblioteca y de la información en la construcción de nuevos conocimientos (Arellano, 1994).

Con respecto a la formación de usuarios la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa esencialmente brinda un nivel activo de orientación[9] que proporciona los elementos indispensables para que los usuarios puedan utilizar de manera eficiente los recursos documentales a su alcance a través de brindar el servicio de:

Visitas guiadas. La visita guiada permite explicar a los usuarios los servicios que ofrece la Biblioteca Central Universitaria. En esta visita se da a conocer a los usuarios sus derechos y obligaciones, les indica cómo hacer uso adecuado y racional

[9] Amat Noguera (1998) y Sánchez Paus Hernández (1998) señalan 4 niveles de formación que van de lo simple a lo más complejo y bajo los cuales operan los métodos y modelos instruccionales, así como los medios y técnicas que se pueden emplear en el proceso de formación de usuarios: a) Nivel básico o de sensibilización, b) Nivel activo de orientación c) Nivel de instrucción, d) Nivel de instrucción bibliográfica o nivel de formación especializada.

de los recursos de la biblioteca: el catálogo, las colecciones, los espacios para la consulta de los documentos, el uso de Internet, el funcionamiento del servicio de préstamo, etc. Además de orientar respecto a la forma en que deben realizar la búsqueda en el catálogo automatizado, la visita guiada también introduce a los usuarios en la forma de ingresar al portal Web de la Biblioteca y a sus servicios de bases de datos en línea e intranet.

Requisitos:

Solicitar la visita guiada al Departamento de Servicios Bibliotecarios con la debida anticipación y para un mínimo 5 personas.

- **Atención a usuarios.** Su objetivo es el de auxiliar a los usuarios en el uso de la biblioteca y sus recursos, los bibliotecarios tienen la misión de apoyar al público para conocer y utilizar todos y cada uno de los materiales que se tienen en existencia y los equipos técnicos con que cuenta la institución.

Por otro lado, la BCU posibilita al usuario otros servicios que son básicos para el usuario como son:

- **Paquetería.** Para su comodidad, se ofrece este servicio con el propósito de que depositen al ingresar, las mochilas, bolsas y otros efectos personales que no les serán de utilidad en el interior de la biblioteca.
- **Centro de fotocopiado.** El servicio de fotocopiado permite a los usuarios, reproducir los materiales bibliográficos y hemerográficos de su interés. Este servicio está concesionado a una empresa particular, que funciona en un horario de 09:00 a 14:30 y de 15:00 a 21:00 horas, de lunes a viernes y el sábado de 9:00 a 13:00 hrs.
- **Buzón de sugerencias y comentarios.** Se solicita al usuario opinar acerca de los servicios, infraestructura y el personal, con el fin de mejorar el servicio de atención al público.

Todos los servicios que oferta la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" se otorgan observando las políticas y restricciones reglamentarias (UNACH, 2009) respectivas que dispone la DDB para cada caso, en un horario continuo, de lunes a viernes de 8:00 a 21:00 hrs y sábados de 9:00 a 13:00 hrs.

3.10 Usuarios

La razón fundamental de la Biblioteca Central Universitaria es proporcionar a todos los miembros de la comunidad universitaria: alumnos, profesores, investigadores, egresados y personal administrativo acceso a los servicios que les permitan disponer de los documentos para satisfacer sus necesidades de información.

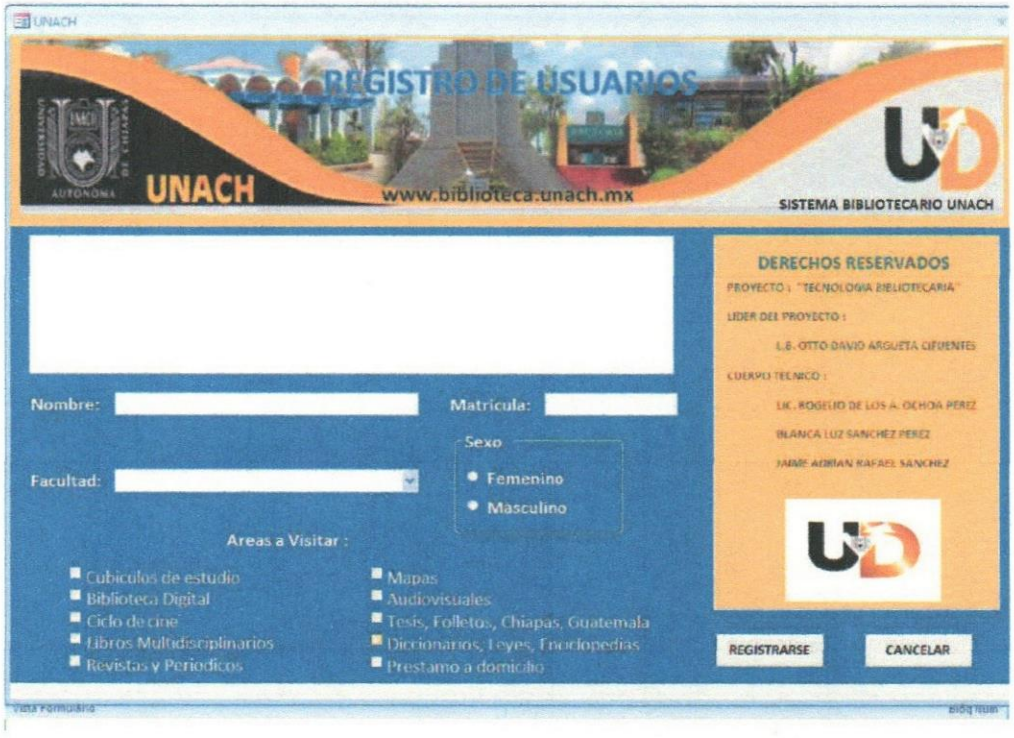
La DDB no efectúa estudios de usuarios que le permitan conocer sus necesidades de información y competencias informativas con las que cuentan y las que requieren desarrollar tal y como recomiendan las Normas COMPAB-IES. No obstante, se realizan estadísticas de usuarios obtenidas de los formatos utilizados para el control de los servicios (FO-521-001-FO-521-014/FO-521-020) de los procesos de calidad (servicios bibliotecarios), como son los de préstamo de cubículos, registro de asistencia al ciclo de cine, préstamo de cada una de las colecciones y el buzón de quejas y sugerencias.

Además, en el 2006, la BCU instaló un software propio para el registro y control estadístico de la asistencia de usuarios. Este sistema de registros de ingreso de usuarios, diseñado en Access, permite el control de afluencia con los datos básicos de la población de las escuelas y facultades de la UNACH, así como visitantes de otras instituciones a través de la generación de informes por días, entre fechas y por áreas (Véase figura 11). De este modo, se observa que los usuarios que más asisten a la biblioteca son alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I (Departamento de Servicios al Público, BCU).

Asimismo en el período escolar enero-junio de 2009, para el préstamo a domicilio se empezó a registrar a los usuarios en el Sistema Integral de Automatización de Bibliotecas de la

Universidad de Colima (SIABUC), el cual permite actualizar los datos de los usuarios que hacen uso de este servicio (Véase figura 12)

Figura 11. Software Estadístico de Registros y Control Estadístico de Asistencia de Usuarios

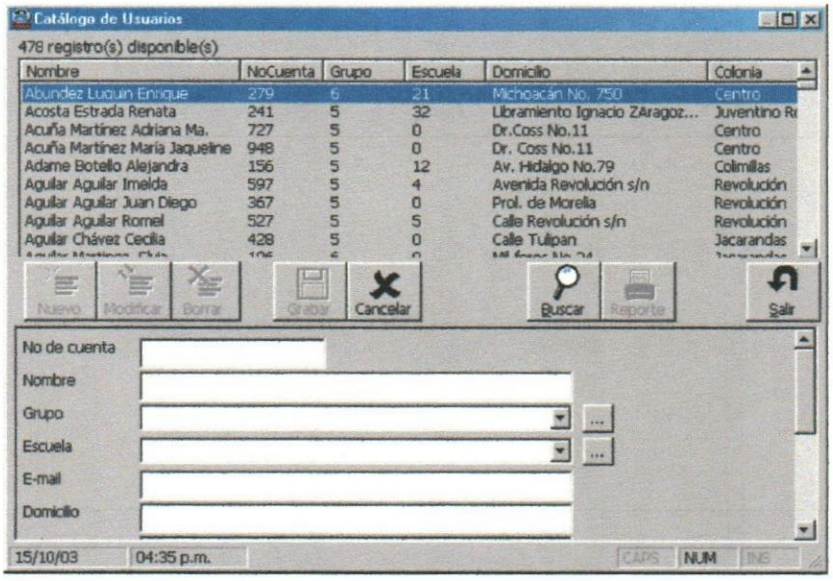


Fuente: Departamento de servicios bibliotecarios, DDB, UNACH, 2009.

Respecto al servicio ofrecido por el Sistema Bibliotecario, el responsable de servicios al público reportó para el año 2009 lo que se detalla a continuación: 465 mil 097 acciones de servicio* y 189 mil 217 en la Biblioteca Central Universitaria, consistentes en préstamo externo de la colección general y préstamo en sala de las colecciones: periódicos y revistas, Chiapas, Guatemala, folletos y tesis, fonoteca, mapoteca, INEGI, consulta y acervo general; préstamo de cubículos de estudio; visitas guiadas; ciclo de cine, expedición de constancias de no adeudo de libros y recepción de tesis de egresados de nivel licenciatura y posgrado. Con un total de usuarios beneficiados de 654 mil 324 (investigadores, alumnos, personal administrativo, docentes y público en general). Lo anterior representa 109 mil 052 servicios

más que el año anterior, equivalente al 32.6 % en el SIBIUNACH, en lo referente a la Biblioteca Central Universitaria se brindó la cantidad de 80 mil 175 servicios, incrementándose en un 23.6%.

Figura 12. SIABUC, Módulo de préstamo



Fuente: Departamento de servicios bibliotecarios, DDB, UNACH, 2009.

A través de la Biblioteca Digital se atendió a 56 mil 621 usuarios quienes consultaron las bases de datos multidisciplinarias, mismas que se incrementaron en un 80% para satisfacer la demanda de información requerida por los diferentes programas ofertados en la Universidad. Este incremento consiste en el valor agregado que otorga a la Universidad el proveedor de la información, quien facilita el acceso a cuatro bases de datos mas, por pertenecer a la Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet (CUDI).

La Dirección de Desarrollo Bibliotecario reportó en el 2008 a la Secretaría Académica de la UNACH un total de 55,531 usuarios que asistieron a la Biblioteca Central Universitaria además de 31,698 que accedieron a las bases de datos de la BD. (Véase tabla 19).

Tabla 19. Préstamos bibliotecarios y usuarios por biblioteca del Sistema Bibliotecario de la UNACH.

	Préstamos				Usuarios		
	Interno		Externo				
Biblioteca	**Libros**	**Revistas**	**Libros**	**Total**	**UNACH**	**Externo**	**Total**
Biblioteca Central	**138,817**	**2,205**	**3,014**	**144,036**	**42,864**	**12,667**	**55,531**
Biblioteca Digital	**0**	**0**	**0**	**0**	**31,698**	**0**	**31,698**
Escuelas	**22,240**	**1,557**	**1,379**	**25,166**	**29,872**	**104**	**20,976**
C. Administrativas (Pichucalco)	0	0	0	0	0	0	0
C. Administrativas (Comitán)	1,759	0	369	2,128	6,785	0	6,785
C. Administrativas (Arriaga)	1,602	1	80	1,683	774	0	774
C. Administrativas (Tonalá)	2,055	0	316	2,371	546	4	550
Lenguas (Sn. Cristóbal de las C.)	1,725	20	457	2,202	1,045	58	1,103
Lenguas (Tapachula)	0	0	0	0	0	0	0
Lenguas (Tuxtla)	15,099	1,526	157	16,782	11,722	42	11,764
Facultades	**245,866**	**8,979**	**39,380**	**294,225**	**230,843**	**14,066**	**244,909**
Arquitectura	21,309	2,612	9,870	33,791	10,013	5,512	15,525
Ciencias Agrícolas	5,280	281	870	6,431	4,061	114	4,175
Ciencias Agrpnómicas	57,271	3,304	1,285	61,860	39,103	736	39,839
Ciencias de la Administración	36,003	503	1,448	37,954	37,500	5,170	42,670
Ciencias Sociales	4,999	530	1,499	7,028	6,410	274	6,684
Ciencias Químicas	22,049	127	5,817	27,993	18,126	43	18,169
Contaduría Pública	30,180	649	1,710	32,539	21,643	609	22,252
Contaduría y Administración	3,071	67	162	3,300	4,349	52	4,401
Derecho	15,150	148	4,835	20,133	7,656	447	8,103
Humanidades	0	0	0	0	0	0	0
Ingeniería	3,453	107	456	4,016	3,560	30	3,590
Medicina Humana	35,411	159	10,238	45,808	75,610	529	76,139
Medicina Veterinaria y Zootecnia	11,690	492	1,190	13,372	2,812	550	3,362
Centro de Estudios Avanzados	12,007	429	1,190	13,626	2,812	550	3,362
Instituto de Estudios Indígenas	181	0	5	186	141	2	143
Total	**419,111**	**13,160**	**44, 968**	**477,239**	**329,230**	**27,389**	**356,619**

Fuente: Anuario estadístico, UNACH, 2008.

3.11 Biblioteca digital

Puede considerarse que los requerimientos actuales y futuros de la universidad y sus programas son factores que determinan la variedad de formatos y soportes de los documentos

que conforman las colecciones que integran el acervo de la biblioteca universitaria, y por ende la diversidad de servicios bibliotecarios y de información.

Por lo que, debido a los avances de la tecnología de la información y comunicación, además de llevar a cabo actividades tendientes a seleccionar, adquirir, organizar, administrar una gran cantidad de información contenidas en sus colecciones y diseminarla a través de sus servicios tradicionales. La DDB, en un esfuerzo por responder a las necesidades de información, ha incorporado además del modelo de adquisición en propiedad de documentos impresos y audiovisuales, el servicio de Biblioteca Digital. Un modelo de acceso justo en el momento en el que son requeridos por medio de la compra de bases de datos que numerosas empresas ofertan y su disponibilidad a través del desarrollo en ambiente internet. A continuación se describe este servicio.

3.11.1 Antecedentes

La biblioteca digital de la Universidad Autónoma de Chiapas fue inaugurada el 26 de enero del 2005 por el Gobernador del Estado de Chiapas Pablo Salazar Mendiguchia, el M. en C. Jorge Ordóñez Ruiz y la Mtra. Marina Acevedo García. Fue creada por la necesidad de tener un acervo electrónico que complementara e innovara la infraestructura universitaria.

En enero del 2005 la empresa EBSCO se ofreció de manera gratuita 7 bases de datos para ser consultada por toda la comunidad universitaria durante el período de julio a diciembre del mismo año y sin restricción de accesos a la Dirección de Desarrollo Bibliotecario (DDB), para el 2006 la DDB contrata 11 bases de datos para la consulta intrauniversitaria, y así poder conformar más sólidamente la biblioteca digital. Los accesos que a las bases de datos proporcionan son ilimitados ya que se pueden consultar ingresando a la Red-UNACH o fuera de ella, siempre y cuando se esté conectado a una red de internet, para la población estudiantil académica para así realizar sus consultas sin importar lugar y tiempo, sin costo alguno.

Los contratos de suscripción fueron realizados fuera del Consorcio Sur Sureste, por razones presupuestales, de acuerdo a la información proporcionada por el jefe del Departamento de Red Bibliotecaria (Ochoa, 2005), dicho convenio implicaba un alto costo y no se garantizaba por parte del proveedor un funcionamiento óptimo de las mismas. Institucionalmente la suscripción a EBSCO representa una inversión beneficiosa para la comunidad universitaria, toda vez que para el período 2005-2006, enfatiza han sido un soporte fundamental para el proceso de acreditación de programas de estudios de diferentes Facultades, y por otra apoyan en gran manera a 11 programas que están a nivel uno de los CIESS, además de los que faltan en acreditar (Ochoa, 2005)

Para el 2006, según las estadísticas del Departamento de Red, se tenían a 12,521 usuarios que realizaron consultas a bases de datos que conforman la biblioteca digital. En el 2007 esta cifra se incrementó a 20,212 y para el 2008 a 31, 698 accesos.
Cabe mencionar que la biblioteca digital cuenta con bases de datos multidisciplinarias y en español para los alumnos que no manejan el idioma inglés. A continuación se mencionan las bases de datos a las cuales se tiene suscripción durante el 2008-2009.

3.11.2 Descripción de bases de datos

Las bases de datos EBSCO Host Research Data Bases es un sistema de referencia en Internet con características únicas de búsqueda y recuperación de información, con la posibilidad de enlazarse a documentos a texto completo en línea.

Bases de datos EBSCO adquiridas para el período de suscripción 2008-2009 (Costo Anual: $425,000.00):

1. Academic Search Complete (Multidisciplinaria)
2. Business Source Premier (Investigación Empresarial)
3. Computers & Applied Sciences Complete (Informática y Ciencias Aplicadas)

4. Environment Complete (Agricultura, Ecología del Ecosistema entre otras)
5. ERIC (Agricultura, Ecología del Ecosistema)
6. Fuente Académica (Multidisciplinaria)
7. Hospitality & Tourism Complete (Hotelería y Turismo)
8. Humanities International Complete (Humanidades)
9. Legal Collection (Derecho)
10. MEDLINE (Ciencias de la Salud)
11. Library, Information Science & Technology Abstracts (Bibliotecología)
12. MedicLatina (Investigación Médica)
13. SocINDEX with Full Text (Sociología)
14. Regional Business News (Negocios y Administración)
15. Library, Information Science & Technology (Bibliotecología)

Características de las bases de datos EBSCO:

1. **Academic Search Complete,** es la base de datos de texto completo de múltiples disciplinas académicas más completa y útil en su tipo. Incluye más de 5.000 textos completos de publicaciones periódicas y 5.030 publicaciones arbitradas y ofrece además índices y resúmenes de más de 9.900 publicaciones periódicas y un total de más de 10.400 publicaciones diversas, entre las que se incluyen monografías, informes y conferencias. La base datos presenta contenidos en PDF que se remontan hasta 1887, con la mayoría de los títulos de texto completo en formato PDF nativo (con opción de búsqueda). Además, se proveen citas a referencias con opción de búsqueda para más de 1.000 publicaciones.
2. **Business Source Premier,** es la base de datos de investigación empresarial más utilizada de la industria, con texto completo de más de 2.300 publicaciones, que incluyen más de 1.100 títulos arbitrados. Business Source Premier es superior a la competencia respecto de su cobertura de texto completo en todas las disciplinas empresariales, que incluyen marketing, gestión, sistema de información de gestión,

POM, contabilidad, finanzas y economía. Esta base de datos se actualiza a diario en EBSCOhost.

3. **Computers & Applied Sciences Complete,** abarca el espectro de investigación y desarrollo de las disciplinas de informática y ciencias aplicadas. CASC proporciona índices y resúmenes de más de 1.800 publicaciones académicas, publicaciones profesionales y otras fuentes de referencia de una colección diversa. También cuenta con textos completos de más de 730 publicaciones periódicas.
4. **Environment Complete,** brinda una cobertura profunda en las áreas aplicables de agricultura, ecología del ecosistema, energía, fuentes de energía renovables, recursos naturales, ciencia marina y de agua dulce, geografía, polución y administración de desechos, tecnología ambiental, legislación ambiental, políticas públicas, impactos sociales, planificación urbana y más. Environment Completecontiene más de 1.957.000 registros de 1.700 títulos nacionales e internacionales a partir de la década de 1940 (incluso 1.125 títulos principales activos). La base de datos contiene también los textos completos de más de 680 publicaciones y 120 monografías.
5. **ERIC,** (sigla en inglés del Educational Resource Information Center) contiene más de 1.194.000 registros con referencias a información a más de 100.000 documentos en texto completo de ERIC.
6. **Fuente Académica,** proporciona textos completos (incluso en PDF) de una colección de publicaciones académicas en idioma español en rápida expansión. Esta base de datos multidisciplinaria ofrece contenido completo en numerosas áreas académicas, que incluye negocios y economía, ciencias médicas, ciencias políticas, leyes, ciencias de computación, ciencias de información y bibliotecas, literatura, lingüística, historia, filosofía y teología.
7. **Hospitality & Tourism Complete**, abarca investigaciones académicas y noticias del sector relacionadas con todas las áreas de hotelería y turismo. Esta colección contiene más de 749.000 registros, con cobertura a partir de 1965. Posee textos completos de más de 440 publicaciones, incluso publicaciones periódicas, informes de empresas y países y libros.
8. **Humanities International Complete,** dispone del texto íntegro de cientos de revistas especializadas, libros y otras publicaciones provenientes de distintas partes del

mundo. Elaborada por Whitston Publishing (una colección de EBSCO Publishing), esta base de datos engloba todo el contenido de Humanities International Index (más de 2.100 publicaciones y 2,47 millones de entradas), así como el texto íntegro de obras exclusivas, gran parte de las cuales no se encuentran en otras bases de datos. Esta base de datos contiene el texto completo de más de 890 publicaciones.

9. **Legal Collection**, esta base de datos contiene el texto íntegro de más de 250 prestigiosas revistas académicas de todo el mundo en materia de derecho. La Legal Collection es toda una autoridad en lo que respecta a temas de actualidad, estudios, opiniones y tendencias en los entornos legales.
10. **Medline,** proporciona información médica de la mano de autoridades en ciencias de la salud, enfermería, odontología, veterinaria, la asistencia de la salud, ciencias preclínicas y mucho más. El índice de esta base de datos, creada por la National Library of Medicine, está ordenado en función de los encabezamientos de tema médico (MeSH). Este sistema de indexación hace uso de jerarquías, subtítulos y la posibilidad de expandir las búsquedas para consultar citas procedentes de más de 4.800 publicaciones actuales del campo de la biomedicina.
11. **Library, Information Science & Technology Abstracts with Full Text,** ofrece un índice de más de 500 publicaciones centrales, más de 50 publicaciones de prioridad y 125 publicaciones selectivas, además de libros, informes de investigación y actas. Ofrece también textos completos de más de 240 publicaciones. Abarca una gran variedad de áreas: biblioteconomía, clasificación, catalogación, bibliometría, búsqueda de información en Internet y gestión de la información, entre otras. El contenido de esta base de datos se remonta a mediados de la década de 1960.
12. **MedicLatina,** es una colección única de revistas especializadas en la investigación médica, obra de reconocidas editoriales médicas Latinoamérica y España. Esta base de datos en español contiene texto completo de alrededor de 120 publicaciones especializadas en medicina arbitradas en español nativo.
13. **SocINDEX with Full Text,** es la base de datos sobre investigación sociológica más completa y prestigiosa del mundo. Dispone de más de 1.986.000 registros. Los encabezamientos de tema se han extraído de un tesauro realizado por lexicógrafos y expertos en la materia que cuenta con más de 19.600 términos específicos de

sociología. SocINDEX with Full Text contiene textos completos de 708 publicaciones que datan de 1908. La base de datos cuenta también co textos completos de más de 780 libros y monografías y 9.333 ponencias.

14. **Regional Business News**, esta base de datos recoge el texto completo de publicaciones regionales de negocios. Regional Business News incorpora 75 publicaciones de negocios, periódicos e información publicada en Internet correspondiente a áreas metropolitanas y rurales de Estados Unidos. Esta base de datos se actualiza a diario.

Capítulo IV
Marco metodológico

Durante el desarrollo de este capítulo se describe los antecedentes del objeto de estudio y el problema de investigación, las preguntas, objetivo general y específicos de la investigación su justificación y la metodología aplicada. Se datalla las técnicas e instrumentos utilizados en la obtención de datos y el análisis de éstos.

4.1. Antecedentes del objeto de estudio

La Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) ofrece a la comunidad universitaria servicios bibliotecarios con el propósito de satisfacer las necesidades de formación, investigación y difusión de la cultura de ésta, de tal manera que pueda cumplir con la misión para la que fue creada.

Uno de estos servicios es la consulta de los recursos electrónicos que puede realizarse desde cualquier ámbito ingresando a la Biblioteca Digital desde la página de la Dirección de Desarrollo Bibliotecario (DDB). La biblioteca digital de la Universidad Autónoma de Chiapas fue inaugurada el 26 de enero del 2005 por el Gobernador del Estado de Chiapas Pablo Salazar Mendiguchia, el M. en C. Jorge Ordóñez Ruiz y la Mtra. Marina Acevedo García. Fue creada por la necesidad de tener un acervo electrónico que complementara e innovara la infraestructura universitaria.

4.2 Planteamiento del problema

Para adaptarse a los cambios originados por la revolución tecnológica, la biblioteca universitaria ha ido cambiando sus herramientas y la forma de interactuar con el usuario. Así consigue ampliar sus servicios, ayudada por el fenómeno de Internet, implementando recursos digitales.

La Biblioteca Digital es además de un recurso en línea, también un área con equipos en red inalámbrica dentro del espacio físico que ocupa la BCU en donde se permite acceso a las diferentes bases de datos con que cuenta la institución, así como al servicio de Internet. Es importante indicar que se permite el ingreso a este servicio exclusivamente para investigación y consulta. Según la información estadística obtenida con relación a los accesos a la Biblioteca Digital del SIBIUNACH, la DDB como responsable de los servicios señala en pláticas sostenidas para conocer la situación actual de los servicios digitales, que la comunidad universitaria la percibe como un recurso informativo de gran importancia para la satisfacción de sus necesidades informativas.

Efectivamente los datos estadísticos obtenidos en el año 2008 sobre las consultas a las bases de datos de la BD muestran que éstas están siendo subutilizadas, al observarse gráficamente que el número de accesos (31698) es un número considerable alto. Sin embargo de acuerdo a la matrícula de alumnos y docentes adscritos (19,483 y 1641 respectivamente), se puede afirmar que los servicios y productos informativos que facilita la Biblioteca Digital a cualquier alumno, docente o investigador de la universidad para el acceso a información de bases de datos de alta calidad y en donde se encuentran un número considerable de títulos de artículos afines a las disciplinas que se imparten en esta institución, y con las cuales pueden satisfacer sus necesidades de información; aún no están siendo exploradas por un amplio margen de la comunidad universitaria (Véase Apéndice A2 y A3)

Lograr un aumento de la utilización de los servicios bibliotecarios y servicios de información es una necesidad urgente para incrementar el valor socia de la biblioteca, justificar la

inversión y el esfuerzo de las necesidades del mejoramiento continuo del sistema bibliotecario para que este cumpla con sus objetivos institucionales.

Actualmente no existe un plan escrito de promoción y difusión de los recursos de la biblioteca digital. Las formas de acceso y recuperación de la información utilizando el portal de la UNACH se han dado a conocer a la comunidad en visitas y charlas a las escuelas y facultades de la universidad, tanto por los responsables del servicio como los proveedores de los productos. Se han diseñado algunos folletos que describen el servicio y carteles, los cuales se han proporcionado durante dichas actividades (Véase Apéndice A4).

Más aún se requiere conocer lo que los usuarios presentes y potenciales de la biblioteca quieren y necesitan. En este punto se puede acudir a dos métodos: el cuantitativo, basado en técnicas estadísticas, y el cualitativo, basado en la psicología a través de encuestas, sondeos, entrevistas...

4.3 Preguntas de investigación

1. ¿Cómo los usuarios perciben, usan y valoran el servicio de "Biblioteca Digital" del SIBIUNACH?
2. ¿Cuáles son los hábitos de consulta y conocimiento de los usuarios acerca de los recursos y servicios de una biblioteca digital?
3. ¿Cuáles son las necesidades informativas y grado de satisfacción de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?
4. ¿Qué enfoques, estrategias o técnicas, medios y herramientas de difusión y promoción son más propicias para hacer conocer los servicios y lograr la utilización de las bases de datos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?

4.4 Objetivo general y objetivos específicos

Objetivo general

Identificar las necesidades de los usuarios que permita incrementar la utilización de los recursos digitales de la biblioteca digital de la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas".

Objetivos específicos

1. Conocer el estado actual del uso de los productos y servicios digitales de la BCU.
2. Conocer las necesidades de información, hábitos de consulta y conocimiento de los participantes en el proceso de enseñanza aprendizaje de las escuelas y facultades de la universidad sobre los recursos y servicios digitales.
3. Distinguir cuáles han sido las estrategias de mercadotecnia que se han utilizado en la biblioteca universitaria para la promoción y difusión de los recursos electrónicos.
4. Identificar medios de comunicación propicios para dar a conocer los servicios de la biblioteca digital e incrementar su utilización.

4.5 Justificación

Hoy en día las universidades reconocen que para el aprendizaje de las disciplinas, el desarrollo de las habilidades relacionadas con las mismas y la generación de un ambiente de aprendizaje abierto con un currículum flexible, un sello determinado, los conocimientos y las habilidades que la sociedad requiere, es fundamental la introducción y uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC´s) como una estrategia de innovación y respuesta a las necesidades de información tanto de la vida diaria como del entorno laboral.

La Biblioteca Digital (BD) de la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) ha sido creada con estos fines. Integrada por bases de datos que almacenan información que ha sido procesada, transmitida y manipulada, constituye un instrumento efectivo para responder a las demandas de información y conocimiento de toda la comunidad universitaria.

Es por ello la importancia de garantizar el mejor y mayor uso de sus prestaciones, ya que la ausencia de un proceso de comunicación efectiva sobre los fines, servicios y objetivos de la biblioteca digital de la Biblioteca Central Universitaria de la UNACH ha provocado en el usuario carencia de conocimiento, desinterés y subutilización de los recursos documentales que ésta facilita. Esto origina además una imagen negativa sobre la importancia de la prestación del servicio al convertirla en una entidad subestimada, ignorada y considerada en desuso.

Por lo que si bien no son inexistentes las actividades de promoción y difusión de sus servicios tampoco se puede afirmar que son numerosas y efectivas. Luego entonces, con el fin de conseguir mejorar la imagen de la biblioteca, una mayor racionalización y un eficaz aprovechamiento de los recursos informativos de la Biblioteca Central Universitaria "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas, por parte de sus usuarios, el presente estudio busca con relación a la provisión de servicios digitales, potenciar su utilización a partir de la aplicación de estrategias de mercadotecnia como es la promoción o comunicación orientadas a la difusión de dichos servicios para un mayor uso y mejor aprovechamiento de los mismos.

4.5 Tipo de diseño de investigación

Para realizar esta investigación se utilizó un diseño de enfoque mixto, es decir, es un estudio de tendencia cualitativa y cuantitativa; toda vez que desde el enfoque cualitativo se comprende y se explica a través de una gran cantidad de datos e información relevante, válida y confiable de los factores causales relacionados a las percepciones, preferencias,

actitudes sociales, cultura y costumbres de las personas sobre el tema de estudio. Mientras que desde la metodología cuantitativa proporciona diferentes alternativas para tener un conocimiento más profundo, dentro de la teoría de mercados, sobre quienes son los usuarios de los recursos digitales de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH, que información obtienen y para qué utilizan estos recursos.

El motivo para seleccionar estas dos metodologías de investigación es, por un lado, con el enfoque cualitativo se analiza el por qué, de la conducta o comportamiento de un mercado específico; elementos con que cuenta el caso en estudio y que este método permitirá identificar, ya que: el enfoque cualitativo, es "el que se orienta a descubrir el sentido y significado de las acciones sociales, según Max Weber, o lo que Znaniecki llamaba el coeficiente humanístico de dichos fenómenos" (Sierra, 1994, p. 35). Con este método, en el presente caso de estudio, se obtienen respuestas a preguntas tales como: ¿Qué piensan los usuarios de la promoción y difusión de los servicios de las bibliotecas digitales? ¿Por qué no lo utilizan o han dejado de utilizar estos servicios? O bien ¿Por qué prefieren utilizar otros medios de información en comparación a una biblioteca digital?

Por otra parte, con el enfoque cuantitativo, en general se da respuesta a las interrogantes asociadas a cuánto, dónde y cómo se están utilizando los servicios de la biblioteca digital. Magnitudes que pueden medirse objetivamente a través de la aplicación de métodos estadísticos, característicos de esta metodología para alcanzar mayor validez en el conocimiento cualitativo del fenómeno en estudio, dado que: el enfoque cuantitativo, "es el que centra de manera predominante la investigación social en los aspectos objetivos y susceptibles de cuantificación de los fenómenos sociales" (Sierra, 1994, p. 35). Por lo tanto, su aplicación permite conocer cuáles son las variables en cuanto a ¿Cuándo, con qué frecuencia y cómo adquieren los servicios de bibliotecas digitales?

De este modo se aplica la metodología cualitativa como la cuantitativa, con la finalidad de obtener conocimiento de la realidad del mercado, a través de la recolección, procesamiento, análisis e interpretación de datos medibles, verificables y confiables y presentación de resultados, además de la organización, análisis, interpretación, conceptualización y reflexión

de la información, respecto a los comportamientos, conocimientos, actitudes y valores de los sujetos de estudio; los cuales permitan determinar el contexto de la problemática en la orientación hacia la aplicación de estrategias de mercadotecnia que proporcionen una definición de herramientas de comunicación propicias para hacer conocer los servicios digitales y potenciar su utilización.

Asimismo, toda vez que se diagnóstica el estado actual de los productos y servicios de la biblioteca digital de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH y se describe una propuesta para la difusión de los servicios, la presente investigación es de tipo descriptivo. De acuerdo a Danke, 1989 citado por Hernández, Fernández y Collado (2006 p. 102) "los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características, y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos y cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis".

En la presente investigación se lleva a cabo la descripción de la realidad de los hechos, las situaciones, en la medición de actitudes y opiniones propias de los usuarios que utilizan los recursos digitales, de la organización que provee este servicio, eventos y procedimientos que se siguen, con el objeto de establecer las tendencias que prevalecen sobre las necesidades, expectativas de los usuarios para la provisión del mismo.

Por otro lado, dado su alcance temporal es una investigación transversal puesto que "Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado" (Hernández, Fernández y Collado, 2006, p. 208). Y en el caso que nos ocupa, únicamente se describe la situación actual del mercado actual del uso de los recursos digitales de la biblioteca digital sin la valoración a través del tiempo, sobre los mercados pasados y potenciales.

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para realizar esta investigación, dentro de la investigación cuantitativa, se seleccionó la encuesta, por ser en este campo una técnica para la recopilación de información sobre una parte de la población denominada muestra, siguiendo un plan definido de preguntas formuladas sobre los diversos indicadores que se pretenden explorar a través de este medio, cuyas opiniones, sugerencias o respuestas que se proporcionen para su análisis en forma estadística permiten conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa (Rojas, 2006).

Por lo tanto, la encuesta como técnica de recolección de datos requiere de un instrumento de medición que se conoce como cuestionario. Este consiste en un conjunto de preguntas tipificadas, respecto a una o más variables a medir, a través del cual se investigan estados de opinión o hechos, características, actitudes o conductas en una muestra amplia de la población dada, para obtener información respecto al fenómeno en estudio en un tiempo breve (Martín, 2007).

En el caso del interés de conocer cuál es estado actual de los productos y servicios de la biblioteca digital de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la UNACH para el objetivo de la presente investigación, se realizó un cuestionario estructurado, es decir con opciones preestablecidas (cerradas) y de respuesta libre (abiertas) de modo que los encuestados tuvieran la oportunidad de dar respuestas francas y anónimas.

Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: fiabilidad y validez, para dar rigurosidad científica a la investigación. La fiabilidad se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce los mismos resultados, dando consistencia entre investigadores a la hora de emprender un mismo estudio siguiendo los mismos procedimientos (Paños y Garrido, 2004). Y la validez, en términos generales, según Hernández, Fernández y Baptista (2006), comprende "el grado que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir" (p. 277). Además, para Bernal

(2006) "la validez indica el grado con que pueden inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos" (p. 214).

De acuerdo con las características del problema presentado en este trabajo de investigación, se tuvo la necesidad de elaborar y aplicar tres tipos de cuestionarios, uno para alumnos (Véase Apéndice A5), otro para docentes (Véase Apéndice A6) y uno más para los bibliotecarios de las DES de la UNACH (Véase Apéndice A7), con la finalidad de obtener datos de cada uno de estos segmentos que permitieran obtener la información deseada para los objetivos de la investigación.

En este trabajo de investigación para dar fiabilidad al instrumento, antes de diseñar los cuestionarios, se consideró el sistema de codificación (clasificación y tabulación en hojas del programa para cálculos de EXCEL 2007) que se utilizaría para el análisis de la información con el propósito de aprovechar las ventajas de utilizar el software SPSS, V17.0 y obtener rápidamente tablas estadísticas listas para ser presentadas y analizadas.

Una vez que se tuvo una serie de preguntas se realizó la selección de las mismas para la integración de cada uno de los cuestionarios. Cuando se tuvieron elaborados los cuestionarios para cada grupo de encuestados: alumnos, docentes y bibliotecarios, se procedió a realizar una prueba piloto de los mismos.

El piloteo de los cuestionarios tuvo como finalidad el ponerlos a prueba con un pequeño grupo de personas de cada grupo de encuestados para dar confiabilidad y validez a los instrumentos. Esto fue necesario para verificar su operatividad, es decir a que el vocabulario empleado era adecuado para ser entendido en un sentido unívoco. Asimismo, su validez, en cuanto efectivamente tenía un orden lógico, que respondía a recopilar los datos necesarios para los objetivos de la investigación.

Posteriormente a la prueba piloto de las observaciones hechas por cada grupo de encuestado, se realizó correcciones a los cuestionarios. Estás fueron mínimas, ya que éstas correspondieron a su operatividad, es decir, en cuanto al vocabulario empleado en algunas

preguntas, así como también en el uso de instrucciones para ciertas preguntas. Una vez que se hicieron estás correcciones al cuestionario prueba se imprimieron los cuestionarios definitivos.

Tanto los cuestionarios destinados a los alumnos, como los destinados a docentes y bibliotecarios de la DES, constaba de un apartado de información personal para la obtención de datos generales tales como sexo, licenciatura, escuela o facultad de adscripción a la que pertenecían los encuestados. El tiempo estimado para contestar el cuestionario de alumnos fue de 10 minutos aproximadamente, en tanto que el dirigido a docentes de 5 minutos, al igual que el correspondiente a bibliotecarios.

El cuestionario para alumnos se dividió en tres partes determinadas. La primera parte de este cuestionario constó de cinco preguntas relacionadas con: los medios para conseguir información, motivo a la visita a la biblioteca, relación y experiencia con el acceso a bibliotecas digitales, conocimiento de la existencia y difusión de la BD del SIBIUNACH. En esta parte se solicitó a los alumnos, en caso de desconocimiento de ésta biblioteca, que respondieran respecto a la información que necesitan para acceder a este recurso. Luego entonces dados los objetivos de la investigación quienes respondían a esta pregunta se les indicaba no continuar con la segunda y tercera parte del cuestionario.

La parte dos del cuestionario estuvo compuesta también por cinco preguntas, en relación con los siguientes aspectos: conocimiento de los medios usados en la difusión y promoción de la BD, opinión acerca de esta promoción, relación del conocimiento de la URL y consulta de la BD del SIBIUNACH y motivos por los que no se utiliza la BD. Al igual que la primera parte, quienes respondían a la última pregunta de esta sección no continuaban con la siguiente parte del cuestionario.

Por último la tercera parte del cuestionario estuvo integrada por 13 preguntas que permitieron conocer la ruta que emplean los alumnos para acceder a la BD, facilidad en el uso de la BD, problemas de acceso a la BD, orientación de acceso a la BD, frecuencia de uso de la BD, finalidad de uso de la BD, grado de satisfacción en general de la BD, apoyo a los

usuarios y capacitación del bibliotecario, ventajas o beneficios del uso de la BD, opinión de los usuarios de los servicios de la BD en comparación de otras, uso de otras BD y sugerencias y recomendaciones al respecto.

Ahora bien, en cuanto al cuestionario dirigido a docentes, este comprendió trece preguntas, en tanto que el correspondiente al personal bibliotecario de las DES contenía 14 preguntas. Ambos cuestionarios abordaban los aspectos antes mencionados del cuestionario aplicado a alumnos.

Los tres cuestionarios fueron aplicados por estudiantes reclutados para tal fin en cada una de las Escuelas y/o Facultades seleccionadas para este fin, durante el semestre agosto- diciembre de 2010.

Es importante mencionar que también para determinar el grado de confiabilidad y validez de la encuesta aplicado, es decir que reflejará la situación estudiada, se utilizó la técnica de triangulación, la cual consistió en el contraste de los resultados del cuestionario sobre el fenómeno en estudio con la base de la información de fuente de datos internos como documentos administrativos (estadísticas, archivos, libros y formatos) proporcionados por las áreas de la organización, observación y análisis de la página web del SIBIUNACH.

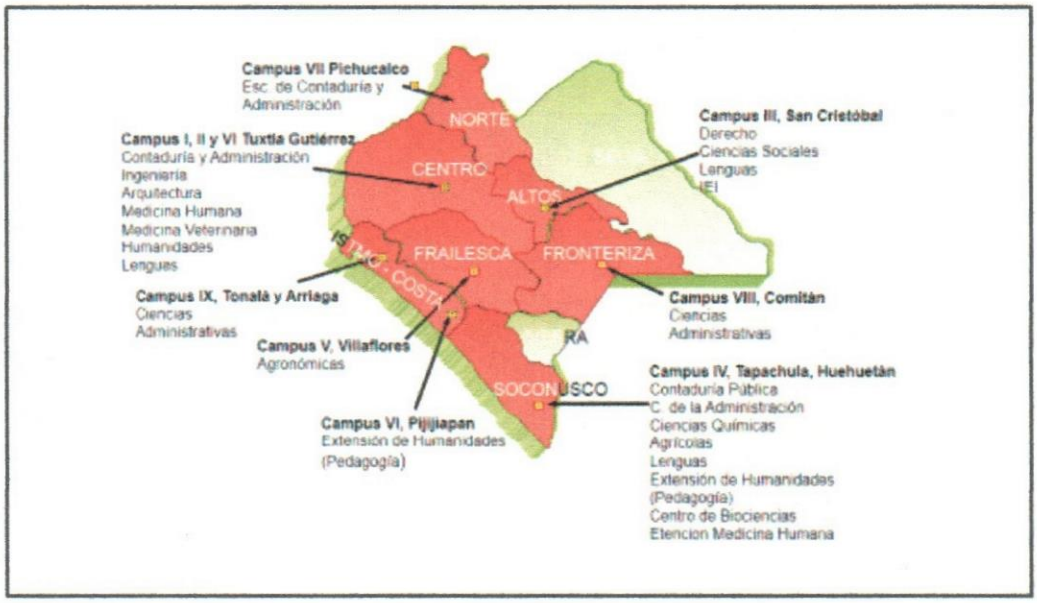
4.7 Población y muestra

De acuerdo con Eyssautier (2002) "el universo o población es un grupo de personal o cosas similares en uno o varios aspectos, que forman parte del objeto de estudio" (p. 196). Para el desarrollo de la presente investigación la población objetivo está conformada por alumnos de licenciatura, docentes y bibliotecarios de las Escuelas y Facultades de la Universidad Autónoma de Chiapas.

De este modo se consideró a la matrícula de alumnos observada en el período escolar agosto-diciembre de 2008, la cual fue de 19,483 alumnos (Véase Apéndice A6). Asimismo en

cuanto al personal académico de la UNACH se tiene para el período agosto-diciembre de 2008, que éste comprendía a 1691 docentes. (Véase Apéndice A7). Para el caso del personal bibliotecario de la UNACH se tiene como referencia los datos del período enero-diciembre 2008 proporcionados por la DDB, de este modo para el presente estudio se tiene una cantidad de 154 personas, de los cuales 65 bibliotecarios se encuentran laborando en la Biblioteca Central Universitaria y aproximadamente el resto, en un número de 2 a 4 personas en cada una de las Bibliotecas Departamentales de las Escuelas, Facultades, Centros de Investigación y Áreas Centrales de la UNACH (Véase figura 13).

Figura 13. Ubicación geográfica de las bibliotecas de las Dependencias de Educación Superior, UNACH



Fuente: Dirección de Desarrollo Bibliotecaro, UNACH, 2009.

El siguiente paso para poder realizar este estudio fue establecer el tipo de muestreo que se aplicaría. El muestreo "es el procedimiento estadístico que permite analizar las características que presenta una situación o un fenómeno en una parte de la población llamada muestra" (Rojas, 1989, p. 164).

La muestra de este estudio corresponde a los denominados muestreos probabilísticos y no probabilístico de tipo intencional o por conveniencia. El primero se caracteriza en que se procedió a calcular el tamaño de la muestra considerando el universo o el total de la población a estudiar empleando el software STATS, que utiliza las principales fórmulas estadísticas que garantizan la misma probabilidad, para todos, de ser parte representativa de la muestra para la investigación (Sampieri, 2003).

Por otra parte el muestreo no probabilístico se justifica debido a las limitaciones del estudio en la dificultad de los recursos económicos y tiempo disponible que implicaba incluir a todas las Escuelas y Facultades, Centros de Investigación y Áreas Centrales de la UNACH en un tipo de muestreo probabilístico estratificado proporcional. Estratificado, en la medida que la población está dividida de acuerdo a la Escuela y/o Facultad de procedencia. Y proporcional, ya que el tamaño de cada estrato se hubiese fijado teniendo en cuanta la población de alumnos y docentes de cada Escuela y/o Facultad, lo cual requería en el momento de aplicar el instrumento de recolección, trasladarse a cada una de ellas.

Por lo tanto para poder realizar este estudio se procedió a determinar el tamaño de la muestra de la población, a la cual se les aplicaría el instrumento de recolección de datos incluyendo únicamente a las DES de los campus que se encuentran en la Capital del Estado. Se determinó entonces el tamaño de la muestra del grupo de estudiantes a través de una muestra estadística seleccionada entre la población resultante de la suma total de alumnos de las Escuelas y/o Facultades de la UNACH (9,585) elegidas para esta investigación, en el programa STATS teniendo en cuenta un nivel de confianza del 90% y un error máximo del 5%, obteniéndose una muestra de 254 (Véase tabla 20 y figura 14).

Total: 19,483

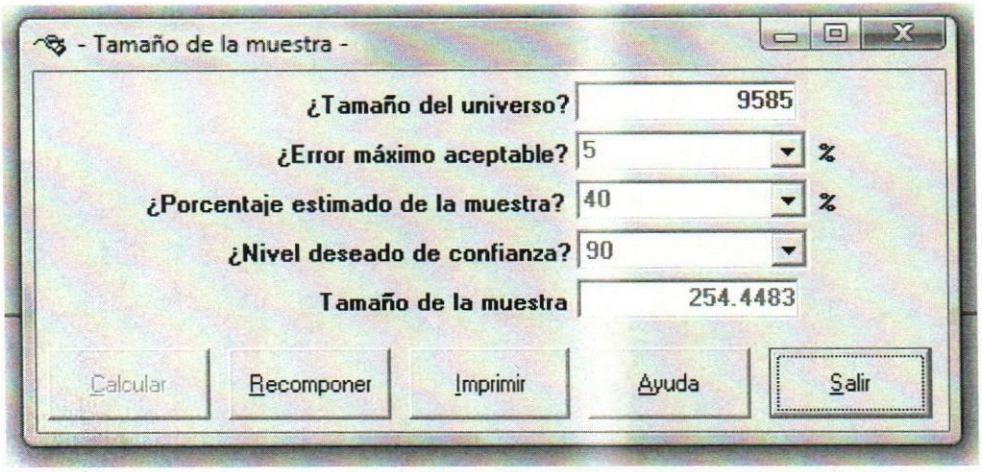
Tabla 20. Tamaño de la muestra por escuela y facultad, UNACH

Escuela/Facultad	Población (Alumnos)
Facultad de Contaduría y Administración	3605
Facultad de Ingeniería	1141

Facultad de Arquitectura	759
Facultad de Medicina Humana	1070
Lenguas	267
Facultad de Humanidades	2743
Total	9585

Fuente: Anuario estadístico, UNACH, 2008.

Figura 14. Tamaño de la muestra de alumnos



Fuente: Datos obtenidos con STATS, Programa estadístico, 2010.

Por otra parte, de acuerdo a las Escuelas y Facultades seleccionadas para este estudio la población de docentes era de 763 (Véase tabla 21), de los cuales se obtuvo entonces con el programa STATS una muestra de 100 docentes. En el caso de las bibliotecas de las DES se logró aplicar 13 cuestionarios con los bibliotecarios de las Escuelas y Facultades que se logró contactar.

*Total docentes UNACH: 1,691.

Tabla 21. Tamaño de la muestra de docentes encuestados por escuelas y facultades, UNACH

Escuela/Facultad	Población (Docentes)
Facultad de Contaduría y Administración	149
Facultad de Ingeniería	99
Facultad de Arquitectura	96
Facultad de Medicina Humana	153
Lenguas	80

Facultad de Humanidades	186
Total:	763

Fuente: Anuario estadístico, UNACH, 2008.

4.8 Encuesta aplicada a los alumnos docentes y bibliotecarios de las Escuelas/Facultades de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Como antes se hizo mención, se realizaron distintas encuestas para compilar la información desde la triple perspectiva de los responsables de las bibliotecas, alumnos y docentes de las Escuelas y Facultades de las DES. Cabe señalar, sobre el cuestionario dirigido a los alumnos y bibliotecarios, estos incluían una serie de preguntas condicionadas de modo que si respondía sí o no a una pregunta eso llevaba al encuestado a otras preguntas que dependía de la respuesta dada.

En el apéndice B se presentan las tablas con los porcentajes obtenidos mediante el programa estadístico SPSS versión 17 de cada uno de los cuestionarios aplicados. Los porcentajes mostrados en cada una de las tablas puede que no sumen el cien por ciento debido a los redondeos o porque los encuestados se les preguntaba frecuentemente que eligieran todas las respuestas posibles, y en otros casos, no se les obligaba a que respondiera una pregunta. A continuación se presenta los resultados, siguiendo el orden de las preguntas de la encuesta de alumnos, en secciones de modo que se pudieran agrupar las acciones, actitudes que manifestaron tanto los encuestados de este cuestionario como la de los docentes y bibliotecarios.

Medios para conseguir información

En cuanto al análisis de los resultados totales del cuestionario aplicado a los alumnos, la primera pregunta se enfocó a identificar los medios que eligen para realizar búsquedas de información. De los 254 alumnos encuestados, el 76.4% utilizan buscadores en línea; seguido

de un 46.9% que dijo hacer uso del material de la biblioteca de su escuela o facultad y de un 26.4% emplear los materiales de la Biblioteca Central Universitaria. En cuarto lugar, se encuentra únicamente el 5.1% que señaló usar material de una biblioteca digital, observándose para este caso; que la mayoría de estos encuestados pertenecen a la licenciatura en Medicina. Finalmente, en quinto lugar, un 1.2% respondió otro tipo de materiales (Véase Apéndice B1)

Los resultados anteriores muestran que los estudiantes encuestados prefieren en mayor proporción los buscadores de internet para la búsqueda de información antes que los recursos informativos tradicionales de una biblioteca. Lo cual confirma cómo las herramientas tecnológicas, elemento característico de las sociedades de la información; por las ventajas de inmediatez, la diversidad de fuentes y actualidad, que ofrecen, influyen en la elección de los medios para la satisfacción de sus necesidades informativas. Sin embargo aun cuando se aprecia esta tendencia favorable hacia el uso de recursos en línea, las cifras no son significativas en cuanto a integrar las bibliotecas digitales como medios de búsqueda y acceso a la información. Los reducidos porcentajes hacen considerar en la población de alumnos encuestados la falta de una cultura de acceso a bibliotecas digitales.

Motivo de la visita a la biblioteca

Otro de los aspectos analizados en esta investigación fue los motivos por los cuales acuden los alumnos a consultar a la biblioteca. Las tres principales razones entre los encuestados fueron: la consulta de libros (73.8%), la búsquedas en bases de datos (32.5%) y buscar información a través de internet (27.0%). Con menores porcentajes se observan las categorías de: utilizar el equipo de cómputo disponible en la biblioteca para hacer tareas o uso personal (9.9%); no visitan frecuentemente una biblioteca (5.6%); consultar material hemerográfico (4.0%); consultar material multimedia (3.6%); otras actividades (0.8%) y en la cual los encuestados no indicaron el motivo (Véase Apéndice B2).

Aunque comparativamente, la diferencia porcentual es muy estrecha, es de hacer notar, que los porcientos obtenidos en esta pregunta, al indicar hacer un mayor uso de libros, entran en contradicción con los relacionados a los medios que eligen los alumnos para realizar búsquedas de información, en donde aparece en primer lugar, el empleo de buscadores para buscar información y por ende se considera un uso frecuente del internet por los alumnos como fuente de información. Con estos resultados se puede afirmar, como las bibliotecas en su sentido tradicional de acopio del libro impreso no han perdido su vigencia y en conjugación con las tecnologías para la disponibilidad de recursos informativos en línea representan para los usuarios de la información una oportunidad de satisfacer sus necesidades informativas.

Relación con el acceso de bibliotecas digitales

A fin de confirmar sí la población encuestada ha tenido acceso a una biblioteca digital, en el cuestionario dirigido a los alumnos se incluyó la pregunta ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD? y en la de los docentes ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de bibliotecas digitales?

Los resultados de la encuesta a alumnos fueron: del 100% de los alumnos encuestados, el 80.7% respondió de forma negativa y el resto, 9.3% contestó afirmativamente. Cabe destacar que dentro de ese bajo porcentaje los alumnos de la Licenciatura en Medicina Humana, representa la mayor población que manifiesta tener un mayor acceso a la información de una Biblioteca Digital (7.5%). (Véase Apéndice B3)

Comparativamente con los resultados de quienes eligieron como medios para realizar búsquedas de información, una biblioteca digital (Véase Apéndice B1), se observa como en esta ocasión hay un incremento del 4.2%.

En cuanto a los resultados de la encuesta a los docentes, se aprecia un 31.0% que contestó raramente consulta bibliotecas digitales; 24.0% ocasionalmente consultan bibliotecas

digitales; 18.0% frecuentemente consulta una BD; 16.0% nunca ha utilizado una biblioteca digital; 7.0% no sabe que es una biblioteca digital; 4.0% se abstuvieron de contestar (Véase Apéndice B25). De estos resultados, se puede afirmar que no existe un uso considerable de una biblioteca digital por los estudiantes y docentes. Quizás por el desconocimiento de la misma, como un servicio que ofrece una colección de documentos almacenados en formato digital y/o bases electrónicas disponibles a los usuarios para la búsqueda y recuperación de la información en forma rápida y accesible, sin importar la distancia y la ubicación física donde se encuentren; o bien porque carecen de los conocimientos y habilidades tecnológicas para la búsqueda y recuperación de la información que necesitan a través de este medio.

Conocimiento de la existencia de la biblioteca digital del SIBIUNACH

Ahora bien, en cuanto al conocimiento de la Biblioteca Digital del Sistema Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas, los resultados de la encuesta aplicada a la muestra de la población de alumnos arrojaron los siguientes datos: la mayoría indicó desconocer su existencia, (85.8%). Por lo que tan sólo una mínima parte (14.2%) señaló conocer que se cuenta con este servicio, cifra dentro de la cual destacan los porcentajes de las licenciaturas de Arquitectura con 5.6% y Medicina Humana con 5.5%. (Véase Apéndice B4).

Respecto a los docentes, los resultados fueron: más de la mitad de los encuestados (67%) no conoce que el SIBIUNACH cuenta con BD, sólo un 32% respondió que sí y un 1% se abstuvieron de contestar. (Véase Apéndice B23).

En general no existe, una cultura de acceso a bibliotecas digitales y un conocimiento amplio de la existencia de la BD del SIBIUNACH, esto sugiere una subutilización de dicho servicio y sus recursos, además la programación de una mayor difusión y promoción a la comunidad universitaria del acceso y uso de las bases de datos de la BD en las Facultades y Escuelas de la Universidad Autónoma de Chiapas. Con ello la conveniencia del desarrollo de un plan de mercadotecnia.

Información requerida para el acceso a la BD

Para el propósito del presente estudio, en el caso de los alumnos que mencionaron desconocer la existencia de la BD (85.8%) se consideró importante conocer la razón por la cual no la conocen o no se promociona. Por lo tanto, se les cuestionó sobre ¿Qué información consideran necesaria para poder utilizar los servicios de la BD del SIBIUNACH?

En primer lugar con un 39.0% señalaron la dirección electrónica del portal de los servicios de Biblioteca Digital; en segundo lugar con un 30.3% el acervo bibliográfico de la Biblioteca Digital; en tercer lugar con un 28.3% el funcionamiento de las bases de datos de la Biblioteca Digital; en cuarto lugar con un 27.6% las claves de acceso del portal de Servicios de Biblioteca Digital; en quinto lugar con un 22.4% sobre el funcionamiento del equipo de cómputo e internet; en sexto lugar se encuentra un 13.0% de la población que no contestó; en séptimo lugar con un 5.9% contestaron que no les interesa utilizar una biblioteca digital; en octavo y último lugar aquellos que señalaron otros con un 1.2%. (Véase Apéndice B5).

Lo anterior plantea como la biblioteca universitaria ante el reto de ofrecer a sus usuarios una diversidad de recursos informativos en diferentes soportes y formatos y por lo tanto de combinar sus servicios tradicionales con novedosos servicios que respondan a las necesidades educativas y cambios tecnológicos, debe facilitar toda la información necesaria que permita su acceso, fomente y promueva una actitud de interés y apertura hacia los nuevos recursos y servicios.

Es pertinente hacer mención que a partir de la pregunta 6 hasta la 10, los resultados mostrados en cada una de las tablas (Véase Apéndice B6-B10) ellas, incluye el alto porcentaje de los alumnos que no contestaron la segunda parte del cuestionario porque nunca han tenido acceso a una BD y en cuanto a su conocimiento del servicio de BD del SIBIUNACH este también es nulo. Estos comprendieron un poco más arriba del 80% del total de encuestados. De ahí que la posterior descripción de las mismas únicamente se enfoque a los índices que alcanzaron las categorías que engloba la respectiva pregunta, los cuales oscilan en el porcentaje restante menor al 20%.

Medios usados para la difusión y promoción de la biblioteca digital

Ahora bien, de los alumnos encuestados que respondieron afirmativamente sobre su conocimiento de la existencia de la BD del SIBIUNACH, se les cuestionó acerca de algunos medios o iniciativas de mercadotecnia que se están llevando a cabo y contemplan la difusión y promoción de servicios y recursos bibliotecarios.

Por lo consiguiente, en lo que respecta a los medios a través de los cuales conocieron la existencia de la BD, se observa que el 6.3% de los alumnos encuestados dijo haberla conocido por la página web de la UNACH; en igual porcentaje del 2.8% cada una, señalaron las opciones de un profesor se los sugirió y un compañero les comentó acerca de ésta; asimismo con un 2.0% en ambos casos, dijeron que la página web de la Biblioteca Central de la UNACH y la página web de su Escuela/Facultad; de igual modo en ambas categorías con un porcentaje del 0.8% cada una, señalaron tener conocimiento por medio de la visita guiada y por qué un profesor le solicitó una búsqueda de información por ese medio. Finalmente se encuentra en igual porcentaje del 4.0% cada una, las cuatro categorías restantes: trípticos, posters, carteles, etc., proporcionados en la Biblioteca Central Universitaria; trípticos, posters, carteles, etc., proporcionados en su Escuela/Facultad, cursos de inducción al programa de estudios, y otros (Véase Apéndice B6)

Por su parte, un porcentaje del 64.0% de los docentes encuestados manifestaron no saber que existe una biblioteca digital; un 22.0% que se enteró de la existencia de la BD a través de la página web de la UNACH; el 7.0% desde la página web de la UNACH y 6.0% de la página web de su Escuela/Facultad. El otro medio fue a través de un compañero de trabajo con un 5.0% seguido de los trípticos, posters, carteles, etc. en su Escuela/Facultad con un 3.0%; la visita guiada, trípticos, posters, carteles, etc. en la Biblioteca Central Universitaria y otros con un 2.0%. E. 2.0% restante no contestó (Véase Apéndice B24).

Por un lado, con estos resultados observados quedan confirmados las cifras antes descritas respecto al desconocimiento tanto de alumnos y docentes (85.8% y 67.0% respectivamente) con relación a la existencia de la BD del SIBIUNACH. Y por otra parte se puede decir, en

cuanto a los medios desarrollados por la biblioteca para dar a conocer la BD, los porcentajes tan reducidos indican que estos no han sido los más efectivos o los más adecuados.

Entre la población de alumnos y docentes, la página web de la UNACH es el único medio de comunicación de mayor impacto en la difusión de la BD, la cual entonces debe considerarse como el canal más propicio para dar un mensaje que le dé más presencia en la comunidad. Este resultado es congruente con los datos obtenidos en la encuesta a las bibliotecas departamentales, en los cuales se aprecia que el 92.3% de los bibliotecarios encuestados señaló que la Escuela/Facultad en la que laboran disponen de una página web y tan sólo el 7.7% restante respondió que no contaba con ésta. (Véase Apéndice B33). Pero por otro lado, un 37.5%, señala que la información en la página web de su Escuela/Facultad es con relación a los servicios de la biblioteca física, el 31.3% que muestra un link a la BD de la UNACH, el 18.8% link a otras bibliotecas digitales de otras instituciones y el 12.5% no contestó a la pregunta. (Véase Apéndice B34).

Estos datos ponen de manifiesto que la BCU tiene que hacer uso de las herramientas que tiene a su alcance como estrategias, no solo para promocionar los servicios básicos y tradicionales sino también los especializados y darlos a conocer mediante las distintas formas de publicidad, para mejorarlos, controlar su impacto e incrementar sus beneficios a la comunidad universitaria.

Luego entonces, dado el elevado nivel de desconocimiento que presentan alumnos y docentes, se hace imprescindible el desarrollo activo de estrategias de información y difusión de los servicios digitales. Por lo que con el fin de comprobar si existen o se han desarrollado actividades de difusión para las bases de datos de la BD del SIBIUNACH, la encuesta al personal de las bibliotecas incluía la pregunta si en su Escuela/Facultad ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?

El 53.8% respondió negativamente y el 38.5% afirmativamente. Únicamente el 7.7% se abstuvo de contestar (Véase Apéndice B37) Asimismo, se les cuestionó ¿Qué actividades de

difusión se han desarrollado para la BD del SIBIUNACH? En este caso el 61.5% no contestó a esta pregunta. De los encuestados que respondieron, el 46.2% mencionó que se han realizado pláticas informativas para docentes; un 30.8% dijo que pláticas informativas para alumnos; en igual porcentaje del 15%4% cada una, señalaron pláticas informativas para administrativos, carteles, trípticos; de la misma manera indicaron el periódico mural, correo electrónico informativo, boletín de nuevas publicaciones y otros, con un porcentaje del 7.7% cada una (Véase Apéndice B38). Por licenciatura, destaca los bibliotecarios de la Escuela de Medicina con un 15.4% en las categorías de pláticas informativas tanto para alumnos, docentes y administrativos.

De acuerdo a estos resultados y dado el elevado nivel de desconocimiento que presentan, los alumnos y docentes sobre la BD, se constata una necesidad de efectuar una mejor política generalizada de difusión en todas la Escuelas/Facultades de la Universidad que involucre también ampliamente a las bases de datos, porque por otro lado se comprobó que se han realizado difusión para el material bibliográfico y comparativamente las cifras son relativamente mayor al porcentaje observado al de las bases de datos.

Un 61.5% del personal de las bibliotecas departamentales, respondió afirmativamente a la pregunta de si en su Escuela/Facultad se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria; mientras un 30.8% contestó lo contrario y un 7.7% se abstuvieron de responder. (Véase apéndice B35). Asimismo para el caso de la biblioteca de la Escuela/Facultad donde laboran estos bibliotecarios encuestados el 76.9% contestó afirmativamente y el 23.1% restante negativamente a si se llevan a cabo actividades de difusión del material bibliográfico de las bibliotecas departamentales (Véase Apéndice B36).

Todo lo anterior, confiere una necesidad latente de implementar un conjunto de estrategias y acciones relacionadas con el objetivo de sensibilizar, crear conocimiento, desarrollar habilidades y una actitud positiva en los usuarios o clientes reales y potenciales con respecto a la utilidad de la información que ofrecen las bases de datos de la BD del SIBIUNACH, con

proyección a promover una explotación adecuada de estos recursos de gran trascendencia para las funciones sustantivas de la universidad.

Opinión de la promoción de la biblioteca digital

Adicionalmente a los aspectos antes mencionados, se le pidió a la población encuestada de alumnos, de aquellos que han señalado conocer la existencia de la BD del SIBIUNACH, su opinión acerca de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital. Como resultado se tiene un 3.9% dijo que la promoción le parece regular, el 3.1% buena, el 2.4% mala, el 1.2% indicó que no existe promoción y difusión de estos servicios, un 0.4% manifestó que esta es excelente. (Véase Apéndice B7).

Al respecto se tiene además la opinión de los docentes. El 45% manifestó señaló no existe promoción y difusión de ésta; el 21% dijo que es mala; el 18% señaló que es regular; un 6.0% indicó que es buena; otro 6.0% se abstuvo de contestar; mientras que un 3.0% respondió otro; y sólo un 1.0% opinó que es excelente (Véase Apéndice B26).

Con estos resultados, se aprecia como en suma apenas el 7.4% de la población de alumnos encuestados, han calificado favorablemente las actividades de promoción y difusión. Y en el caso de los docentes un 25%. El bajo índice de respuestas favorables pone en consideración que las actividades de promoción y difusión deben estar caracterizados entonces por pertenecer a un marketing diferenciado.

Relación del conocimiento de la URL y consulta de la biblioteca digital del SIBIUNACH

Para corroborar que los alumnos encuestados respondieron con veracidad a las preguntas anteriores sobre su conocimiento de la BD, se les cuestionó si conocían la dirección electrónica del portal de la BD. Se aprecia en los resultados obtenidos que el 5.9% contestó negativamente y el 4.3% respondió afirmativamente. Con relación a los que no respondieron

a la pregunta de si conocen de la existencia de la BD del SIBIUNACH, se observa como este porcentaje se incrementó al 89.8% (Véase Apéndice B8).

Ahora bien, por licenciatura se tiene a la población encuestada de Medicina Humana como aquella que muestra un mayor porcentaje (2.4%), en cuanto al conocimiento de la URL de la BD. Cabe señalar que para el caso de los alumnos encuestados, en esta pregunta el porcentaje de alumnos que no contestó se incrementó a un 88.6%.

Asimismo, se les cuestionó acerca de si han accedido a la información de las bases de datos de la BD. Los resultados mostraron que del total de alumnos encuestados un 8.7% respondió negativamente y un 4.7% afirmativamente. Por lo que en este caso se observó que el porcentaje de quienes no respondieron a esta pregunta disminuyó a un 86.6% (Véase Apéndice B9).

Por otra parte, al personal de las bibliotecas departamentales se les cuestionó acerca de su percepción en cuanto el comportamiento de alumnos y docentes con respecto a la BD, los resultados del cuestionario arrojaron los datos siguientes: el 38.5% dijo que los alumnos y docentes tienen conocimiento de los servicios digitales; en igual porcentaje un 23.1% señalaron, que éstos desconocen el uso de la BD y se abstuvieron de responder a dicha pregunta; el 15.4% respondió que alguna vez han utilizado los servicios de la BD (Véase Apéndice B39).

Comparativamente, como antes han indicado los encuestados, en sus Facultades/Escuelas se realiza actividades de difusión de las bases de datos, asimismo sólo un poco más de una tercera parte del personal bibliotecario coincide en que los alumnos y docentes si conocen el uso de la BD del SIBIUNACH. Esto sugiere la importancia de determinar cuáles son las causas del porque los alumnos no utilizan el servicio de la BD y conocer sus necesidades, deseos, expectativas y demandas a satisfacer con el propósito de diseñar y aplicar estrategias y técnicas de mercadotecnia orientadas a crear políticas de difusión de los servicios a partir de la promoción y la publicidad que faciliten el crear la conciencia e interés por el servicio y su organización.

Motivos por los que no se utiliza la biblioteca digital

Luego entonces, con el fin de lograr lo anterior, a los alumnos, quienes señalaron no haber accedido a la información de las bases de datos para concluir con el llenado del cuestionario se les solicitó mencionar los motivos. Del porcentaje que respondió a esta pregunta el 3.9% manifestó nunca haber utilizado una biblioteca digital, en un porcentaje igual del 1.6% señalaron la opciones de que la información disponible en la biblioteca física ha sido suficiente y la de otros. Un 0.8% indicó que no tiene habilidades computacionales y un 0.4% que no le interesa. (Ver Apéndice B10).

Es pertinente señalar, que a partir de la pregunta 11 del cuestionario dirigido a los alumnos se muestran los resultados de la tercera parte de éste. Es decir los resultados obtenidos de las respuestas de los alumnos que indicaron haber tenido acceso a la información de las bases de datos. Por lo que al igual que en la segunda parte en respectivas tablas de las preguntas siguientes puede observarse una columna con el porcentaje de quienes no contestaron, y para este caso oscila en el entre el 94.5 y 95.7%, lo cual indica, tan sólo menos de 5% de 254 encuestados realmente ha utilizado la BD. A continuación se describen estos resultados.

Ruta de acceso utilizado a la biblioteca digital

Adicionalmente a los aspectos antes mencionados, a los alumnos y docentes se les cuestionó respecto a que medio han tenido acceso BD del SIBIUNACH. Del total de alumnos encuestados se encontró que tan sólo un 4.7% accede a través de la red UNACH y tan sólo un 0.8% desde su casa (Véase Apéndice B11). Mientras que para el caso de los docentes (Véase Apéndice B28), se puede observar, a más de la mitad del total de los encuestados (63.0%) manifestó que nunca ha ingresado a la BD; el 23.0% indicó acceder directamente en la red UNACH; un 12.0% acceder desde la casa u oficina; únicamente un 6.0% se abstuvo de responder.

Conocimiento sobre el uso de las bases de datos de la biblioteca digital

Por otro lado, con el propósito de comprobar si los alumnos encuestados que han consultado la BD saben utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles, se les cuestionó sobre este aspecto obteniéndose que el 4.7% contestó afirmativamente y el 0.8% negativamente. En esta pregunta el porcentaje de quienes no contestaron se incrementó al 94.5%. (Véase Apéndice B12).

De acuerdo a estos resultados, aunque el índice de uso de la BD es muy bajo, por lo menos se puede apreciar que la mayoría de alumnos, quienes han manifestado consultarla tiene conocimiento de cómo utilizarla. Aquí nuevamente, aunque también en porcentaje muy reducido, se observa como la Licenciatura en Medicina Humana es la única licenciatura sobresaliente en emplear las bases de datos disponibles en el portal de la BD, lo cual se puede decir con base al perfil de estos alumnos, es debido a que esta comunidad requiere de herramientas de recuperación muy especializadas, dado el crecimiento y complejidad de la información médica y la necesidad de obtener información más fiable de la forma más rápida y cómoda posible.

Facilidad en el uso de la biblioteca digital

Para medir el grado de satisfacción de los estudiantes respecto a la facilidad de uso del portal de los servicios de biblioteca digital del SIBIUNACH, se aplicó una escala Likert con 4 niveles (1. Totalmente de acuerdo, 2. De acuerdo, 3. En desacuerdo, 4. Totalmente en desacuerdo)

En este sentido, solo el 5.1% de los estudiantes encuestados reportaron únicamente estar de acuerdo; porcentaje que comprende, como ya se hizo mención con anterioridad, el número de alumnos, los cuales han indicado en la tercera parte del cuestionario haber accedido a las bases de datos del SIBIUNACH (Véase Apéndice B13).

Problemas de acceso a la biblioteca digital

Toda vez, que se cuestionó a la población de alumnos encuestada acerca de la facilidad de uso de las bases de datos de la BD, fue importante indagar también sobre los problemas que encuentran con mayor frecuencia cuando tienen acceso a las mismas. De esta forma se tiene que principalmente los problemas son de red con un porcentaje del 2.4%; seguidos de buscar información con el 1.2%; en tercer lugar se encuentra la opción de problemas con el equipo de cómputo (0.8%). Y en cuarto lugar aparecen con un porcentaje equivalente del 4.0% cada una, las opciones de acceder a las bases de datos, idioma de la base dato, idioma del documento, y otros (Véase Apéndice B14).

Por su parte, desde su experiencia los bibliotecarios encuestados manifestaron sobre los factores que pueden afectar la adopción y uso de la BD, como principal problema el acceso a la red (69.2%%). En segundo lugar se observa los problemas de equipo de cómputo con un 38.5%. Finalmente, ocupando el tercer lugar, en igual porcentaje del 15.4% cada una, se encuentran como problemas las categorías, buscar información y acceder a las bases de datos. Un 7.7% de los encuestados no contestó (Véase Apéndice B45).

Aunque se esperaba encontrar que el principal en el uso de las bases de datos es la búsqueda de información, estos resultados muestran como alumnos y bibliotecarios coinciden en que son de red. Asimismo aunque en diferente orden se observa como el equipo de cómputo es otro de los problemas principales que han señalado alumnos y docentes. Toda vez que se tiene que el 69.2% de los bibliotecarios encuestados indicaron contar con un espacio físico para la consulta de las bases de datos, en tanto que el resto 30.8% mencionó no contar con dicha área (Véase Apéndice B44).

Por otra parte, desde la perspectiva de los docentes se consideró importante indagar, si conocían que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma y si esté representa un impedimento para el uso de la BD. El 59.0% de los docentes encuestados contestó negativamente conocer en qué idioma se encuentran las bases de datos de la BD; el 26% se abstuvieron de contestar y sólo el 15% respondió afirmativamente (Véase Apéndice B31).

Con respecto a si el idioma es un impedimento para que alumnos y docentes consulten las bases de datos de la BD. Un 52.0% de los docentes manifestó que si, el 29.0% no respondió a esta pregunta y el 19.0% dijo que no es un impedimento (Véase Apéndice B32).

Además del desconocimiento de su existencia, según los resultados obtenidos el uso generalizado de las bases de datos se comprobó se ve obstaculizado por una serie de factores, los relativos al eficiente funcionamiento de la red y el equipo de cómputo, asimismo por cuestiones en el proceso de la búsqueda y recuperación de la información, esto último probablemente relacionado con la barrera del idioma.

Orientación recibida para usar la biblioteca digital

Asimismo, para este estudio se consideró necesario conocer como los alumnos encuestados aprendieron a utilizar las bases de datos de la BD, toda vez que se hace necesario dominar estrategias establecidas para recuperar información pertinente en estos recursos. Un poco más de la mitad de los encuestados que respondieron la tercera parte del cuestionario, dijeron aprender por su cuenta (2.8%), el cual comprende a las licenciaturas Bibliotecología, Contaduría e Ingeniería Civil. Le sigue un 0.8% con la opción curso de inducción y el cual observa a las licenciaturas Medicina Humana y Contaduría. El siguiente porcentaje equivalente al 0.4%, se observa tanto para las categorías de, me ensenó un bibliotecario en un curso ofertado por la Dirección de Desarrollo Bibliotecario, y me enseñó el personal de la Biblioteca Departamental de mi Escuela/Facultad, así como también para la de, otros (un compañero me enseñó), en donde se observa a las licenciaturas, Medicina Humana y Pedagogía (Véase Apéndice B15).

Con estos resultados se propicia enfatizar que la biblioteca universitaria debe diseñar estrategias de promoción y publicidad de los servicios de biblioteca digital, para sensibilizar a los clientes o usuarios potenciales de las consecuencias positivas de la BD a través de la participación conjunta entre estudiantes, docentes y bibliotecarios para lograr también óptimos niveles de competencia de la utilidad de la información.

Frecuencia de uso de la biblioteca digital

Respecto a la frecuencia con la que los alumnos utilizan la BD del SIBIUNACH, un 2.0% de la población encuestada señaló que sólo la ha utilizado una vez; el 1.6% una vez a la semana; un 1.2% de 1 a 4 veces al semestre; el 0.4% más de 10 veces al semestre (Véase Apéndice B16)

En cuanto al total de docentes encuestados, el 39% dijo que nunca ha utilizado la BD del SIBIUNACH; el 25% no sabía de su existencia; un 10% tiene una frecuencia de consulta de una vez al semestre; el 7.0% la frecuenta más de una vez por semana; seguido de un porcentaje igual del 5% cada una para las opciones de una vez cada quince días y una vez al mes; un 4.0% indicó la opción de otra y un 5.0% no contestó (Véase Apéndice B27).

Por muy valiosas que sean los recursos de la biblioteca digital, estos resultados constatan su poco usables, lo cual confirma que los encuestados, como antes han mencionado, prefieren otros medios para obtener información.

Finalidad de uso de la biblioteca digital

Con relación a la pregunta para qué fines utilizan la BD. El 4.7% de los encuestados indicó que la utiliza para búsqueda de información para su clases; el 1.6% para buscar información complementaria a la clase; el 1.2% documentación sobre temas de interés personal (Véase B17).

En cuanto al uso que los docentes realizan de la BD del SIBIUNACH, los resultados obtenidos mostraron que el 68.0% se refiere a que señalaron no utilizar la BD; el 21.0% a que la utilizan para realizar búsqueda de información para material de clases; el 14.0% en la búsqueda de información de trabajos de investigación, un 10.0% solicita que los estudiantes realicen búsquedas de información por este medio; el 8.0% búsqueda de información para temas de interés personal y un 4.0 % no contesto a esta pregunta. (Véase Apéndice B29).

Si bien la biblioteca es poco conocida y utilizada, existe cuando menos una reducida población que demuestra interés por integrar los recursos disponibles a sus fines académicos.

Grado de satisfacción en general de la biblioteca digital

En cuanto a la satisfacción de las necesidades de información a través de los servicios de BD, el 2.4% de los alumnos respondió que la mayoría de las veces está satisface sus necesidades de información; el 1.6% siempre y el 1.2% que pocas veces (Véase Apéndice B18).
Por su parte, en la encuesta aplicada a los docentes encuestados se obtuvo que el 51.0% se abstuvieron de responder si la información que se encuentra en las bases de datos de la BD está completa y actualizada, además un 22.0% señaló que no aplicaba tal pregunta; sólo un 16.0% mencionó a este respecto estar de acuerdo; en cambio del 7.0% que indicó estar en desacuerdo. Finalmente se observa un 3.0% y un 1.0% que dijo estar totalmente de acuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente (Véase Apéndice B30).

Por otro lado, en los resultados obtenidos de la encuesta al personal bibliotecario, un 76.9% de los encuestados se abstuvo de responder a si la cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a las disciplinas de sus respectivas Escuelas/Facultades. En este aspecto, únicamente el 23.1% mencionó estar de acuerdo (Véase B43)

El alto porcentaje de abstinencia y el hecho de considerar no aplicable la pregunta relacionada a conocer su grado de satisfacción relativa a la pertinencia y cobertura de los recursos de la BD en oportunidad a sus necesidades informativas, por parte de los docentes, así como para el caso de los bibliotecarios sugiere un desconocimiento del contenido de las mismas.

Apoyo a los usuarios y capacitación del bibliotecario

Otro de los aspectos analizados fue como califican los alumnos la atención que se les ha brindado cuando han solicitado ayuda del personal que administra la BD. Un 2.4% considera que esta es buena; el 1.6% que regular; el 1.2% que nunca ha solicitado ayuda; y el 0.4% que ha sido mala. Destaca la licenciatura en Medicina con un 1.2% dentro del 2.4% que respondió favorablemente a la capacitación recibida. (Ver Apéndice B19).

Para constatar, la ayuda que proporciona el personal bibliotecario a los usuarios; se le preguntó a éste si conocen adecuadamente el funcionamiento de las bases de datos, el 69.2% del total de los bibliotecarios encuestados contestaron afirmativamente y un 30.8% lo contrario (Véase Apéndice B40).

Y además, para comprobar lo anterior a los bibliotecarios se les cuestionó si han recibido capacitación para desarrollar habilidades sobre el uso y manejo de las bases de datos del SIBIUNACH. La mayoría de los bibliotecarios encuestados, el 76.9% mencionó no haber recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar a los usuarios en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH. En tanto que únicamente el 23.1% respondió afirmativamente a alguna vez haber recibido capacitación con respecto a las bases de datos de la BD (Véase Apéndice B41).

En consecuencia, se observa que también el 76.9% de los bibliotecarios encuestados no contestó en lo que concierne a los aspectos puede considerar que la capacitación recibida lo habilita. De este modo, dado que podían marcar varías opciones se tiene que el 38.5% ayudar a los usuarios en el ingreso a la BD, 23.1% de los bibliotecarios encuestados considero estar habilitado para informar de manera general a los usuarios sobre la dirección electrónica y forma de ingreso a la BD; en igual porcentaje del 15.4% cada una, mencionaron ayudar a los usuarios en el ingreso de la BD, descripción general del contenido de las bases de datos de la BD y encontrar materiales específicos en las bases de datos de la BD (Véase Apéndice B42).

Es de llamar la atención, en los apartados y aspectos antes mencionados sobresale los alumnos de la Licenciatura en Medicina como aquella comunidad que menciona conocer, usar y haber recibido capacitación con respecto a las bases de datos de la BD y en contraste en este último rubro se observé que el personal bibliotecario de la Escuela/Facultad de Medicina indique no estar capacitado, lo cual constata que estos alumnos han aprendido a acceder y usar las bases de datos por su cuenta. Asimismo un desconocimiento y falta de acciones estratégicas relacionadas por parte del personal bibliotecario con la promoción y difusión de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH.

Ventajas o beneficios del uso de la biblioteca digital

La biblioteca digital representa una alternativa para recuperar información en otro tipo de soporte al impreso y acceder a obras desde otros lugares. En este estudio se identificó los beneficios que obtienen los alumnos que acceden a los servicios de la BD del SIBIUNACH. El 3.5% la utiliza como apoyo en actividades curriculares; el 1.6% señaló que representa un ahorro en la reproducción de materiales; el 0.8% indicó que está es una forma de aprendizaje de la tecnología; el 0.4% mencionó que sirve de apoyo en sus actividades extracurriculares (Véase Apéndice B20).

En lo que respecta a la encuesta aplicada al personal de las bibliotecas departamentales los resultados arrojaron que desde su experiencia el 76.9% de los bibliotecarios considera que la principal ventaja del acceso a la BD en su Escuela/Facultad es proporcionar información actualizada sobre la disciplina. En segundo lugar señalan que cuenta con información complementaria a la información disponible en la biblioteca física de la Escuela/Facultad (46.2%). En tercer lugar mencionaron la ventaja de economizar recursos a los usuarios. En último lugar, un 15.4% indicó que cuenta con información útil para actividades recreativas y un 7.7% no contestó (Véase Apéndice B46).

De estos resultados se puede decir que existe una generalizada opinión de los beneficios que aportan la BD del SIBIUNACH por los alumnos como del personal bibliotecario de las DES,

con relación a la importancia de ésta para los fines académicos, lo cual es favorable para planificar acciones y diseñar estrategias con el objetivo de posicionar la biblioteca digital en su entorno y que comprometan a toda la comunidad educativa de forma permanentemente y no esporádica u ocasionalmente en el acceso y utilización al máximo de las bases de datos que componen la BD.

Opinión de los usuarios de los servicios de la biblioteca digital en comparación de otras.

Asimismo, al analizar lo que opinan los encuestados de la BD del SIBIUNACH en comparación contras bibliotecas digitales. Un 2.8% dijo que es mejor a otras; el 2.0% que igual y el 0.8% que está es altamente superior (Véase Apéndice B21).

Aun cuando en suma sólo es un poco más del 3.0% del 100% de los encuestados quienes valoran positivamente los recursos informativos de la BD del SIBIUNACH, favorece la perspectiva de la promoción y difusión de ésta para su visibilidad y por ende la atracción de más usuarios.

Uso de otras bibliotecas digitales

Por otro lado, se investigó si los alumnos encuestados consultan otras bibliotecas digitales aparte de la biblioteca digital del Sistema Bibliotecario de la UNACH. Un 3.5% que mencionaron consultar la Biblioteca Pública Virtual del Estado de Chiapas; seguido de un porcentaje del 0.4% igual para ambos casos que utilizan la Biblioteca Digital del IESCH y otras (Véase Apéndice B22).

Estos resultados demuestran la existencia de un mercado con hábitos a considerar y analizar si se pretende provocar la necesidad de consumo, estimular la demanda y poder posicionar la BD con eficacia en su entorno.

Sugerencias y recomendaciones

Tanto para alumnos y docentes la última pregunta de la encuesta comprendió comentarios y sugerencias para el mejoramiento de los servicios de la biblioteca digital, donde tuvieron la oportunidad de contestar según su criterio. De las aportaciones se obtuvieron los siguientes rubros:

Sugerencia	No. de encuestados
Difusión y promoción de las bases de datos	15
Actualización, pertinencia y cobertura de las bases de datos	11
Mejor trato del personal	1
Ambiente más adecuado para la consulta	1
Contar con personal capacitado	3
Mejorar mobiliario y equipo de cómputo	2
Rapidez en el acceso	9

Conclusiones

Ante otras alternativas de acceso y recuperación de información para satisfacer sus necesidades de información hay preferencia y un uso extensivo de los alumnos (76.4%) por buscadores (en vez de acceder a una biblioteca digital. Toda vez, que el 80.7% de los estudiantes señaló no tener experiencia en el acceso a bibliotecas digitales. Aunado a tan solo un 18.0% de los docentes encuestados que dijo consultar frecuentemente consulta una BD.

Lo anterior, explica los resultados relevantes que se encontraron respecto al motivo de asistencia a la biblioteca tradicional. Un número favorable de alumnos encuestados que manifestaron acudir a consultar materiales impresos (73.8%) y con lo cual como señala Muñoz y Palacios (2001) citado en el capítulo uno, con relación a la aparición de un nuevo medio o soporte de la información, este coexiste con lo anterior contribuyendo a su cambio y evolución. De ahí que no obstante de la existencia de recursos digitales, exista en este caso todavía tendencia considerable a utilizar los libros en papel.

Por otra parte, aun cuando es un servicio que ofrece Biblioteca Central Universitaria de la Universidad Autónoma de Chiapas, existe en la mayoría de alumnos encuestados (80.7%) desconocimiento de la existencia de las bases de datos de la BD. Asimismo en más de la mitad la población docente encuestada (64.0%). No obstante, de que se dispone en ella de un área física para la consulta de estos recursos, al igual que en algunas de las bibliotecas departamentales. Lo cual lleva a plantear la importancia de la aplicación de la mercadotecnia, por que como enfatiza Mañas (1999) citado en el capítulo dos; una vez de cobrar relevancia fundamental al observar que los alumnos llegan a la universidad con un escaso conocimiento de los servicios, recursos y posibilidades informativas con las que cuentan las unidades de información, un desconocimiento por completo los instrumentos de control de la información, los productos informativos, las características de las publicaciones y el manejo de fuentes de información básicas para su formación académica. Este desconocimiento y mal uso que se hace de los servicios provoca que estos muchas veces no sean usuarios, es decir que no sean clientes.

Como factor del desconocimiento de la BD en los alumnos, en primer lugar destaca la dirección electrónica; así también los entre problemas que obstaculizan el uso de la BD, los requerimientos de infraestructura de la red. Por lo que es importante considerar las cuestiones del funcionamiento tecnológico para poder potencializar el uso de las bases de datos BD y crear una cultura de acceso a estos recursos, y en consecuencia como indica Pérez (2006) citado en el capítulo uno, contribuir con una cultura digital al cambio social, el desarrollo democrático, al facilitar a todos los usuarios el acceso los recursos de la biblioteca, independientemente de las fronteras de tiempo y espacio, aumentar la participación en los procesos educativos y en la enseñanza a distancia; realizar tareas automáticas de selección, síntesis y búsqueda intelectual con las cuales posibilitar la creación del conocimiento

Luego entonces, se encontró una proporción poco significativa de estudiantes y docentes que reconocen acceder a bibliotecas digitales en particular a la BD del SIBIUNACH, y cuyo acceso también es poco frecuente. No obstante, se aprecia como una oportunidad, se deben mantener los usuarios habituales y fidelizarlos para que sigan utilizando y explotando los recursos digitales, e incidan en otros a que los utilicen; toda vez que se pudo apreciar sobresalen entre los más altos y en igual porcentaje las categorías de un compañero y un profesor se los sugirió (2.8%), como uno de los medios por los cuales se han enterado de la existencia de la BD.

Tan sólo un 0.4% de los encuestados señalo que la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital es excelente y un 3.1%, la califico como buena; por lo que los medios de difusión aunque variados, requieren incrementar su efectividad con una adecuada planificación de esfuerzos y participación de bibliotecarios, docentes y alumnos, aprovechando las posibilidades de las tecnologías dado que se ha observado entre alumnos (6.3%) y docentes (22.05) destaca la página web, en primer lugar entre medios de difusión por el cual han recibido información de la existencia de la BD. Es preciso diversificar los medios de difusión, partiendo de una actitud de implementar acciones y estrategias permanentes de comunicación con herramientas que permitan establecer mejoras en la difusión de la Biblioteca Digital.

Se identificó mediante el presente estudio, en los alumnos que respondieron afirmativamente conocer la existencia de la biblioteca digital, conocimientos sobre el funcionamiento de las base de datos. Pero siendo una cifra tan poco significativa, solo un 4.7% de los estudiantes dijo saber utilizar las bases de datos de la BD y un 5.1% que son fáciles de usar; es importante enfatizar en realizar cursos de desarrollo de habilidades sobre el uso de las bases de datos de la BD, toda vez que se considera propicio para elevar los índices de consulta y los niveles de visibilidad de la BD. Más aun considerando que del 100% de los bibliotecarios encuestados por una parte el 76.9% señaló no haber recibido capacitación, y por otra, en consecuencia el 38.5% mencionó que la capacitación los habilita para ayudar a ingresar a la BD y un 23.1% a informar de manera general a los usuarios en el uso de las bases de datos.

Por lo tanto si bien es cierto que existen actividades de difusión y capacitación a alumnos y bibliotecarios sobre las bases de datos de la BD del SIBIUNACH, estas no han sido generalizadas y evaluadas. Se requiere difundir la existencia de los recursos digitales a todas las escuelas y facultades, tanto en la población estudiantil como en la docente y bibliotecarios, enfatizando en estas últimas en mención, si se considera que son claves para favorecer el uso y/o consumo de los productos y servicios digitales que se ofrecen.

Entre los alumnos que dicen conocer, acceder y utilizar las bases de datos de la BD, se observó que también existe una percepción positiva de los beneficios de utilizar los recursos informativos de ésta con relación a las necesidades académicas de su disciplina (3.5%). Aun cuanto esta cifra es muy pequeña, se puede apreciar que los alumnos valoran la importancia de estos recursos, porque como señala Garduño (2005) citado en el capítulo 1, las tecnologías de información y comunicación ofrecen diversas y ricas posibilidades para el diseño y desarrollo de modelos educativos y materiales didácticos con fines de docencia e investigación. Por lo tanto se deben explotar más estos recursos, dado que, de acuerdo con López (2000) citada en el capítulo 2, éstos proporcionan tanto beneficios a los usuarios, como la confianza en el contenido y disposición de los documentos existentes que sean solicitados, ahorro en el tiempo de búsqueda por la posibilidad de recuperación en el contenido completo de los documentos, acceso a información interrelacionada, es decir,

posibilidad de enlaces hipertextuales, incluso con otros recursos de la biblioteca digital, entre otros de carácter institucional, que en suma se proyectan a nivel nacional.

Asimismo, se constató que existe respecto a la cobertura disciplinaria proporcionada por la BD del SIBIUNACH, también una valoración positiva entre los bibliotecarios (76.9%), pero en el caso de los docentes tan sólo un 16.0% señaló estar totalmente de acuerdo y un 3.0% de acuerdo. Es entonces importante para una mayor satisfacción de las necesidades informacionales de los alumnos y docentes, establecer los perfiles de usuario, esto ajustaría aún más el servicio a los requerimientos de la comunidad educativa y potenciaría su uso, si se toma en cuenta, de entre las necesidades, según Arellano (1994) citado en el capítulo dos; existe aquella relacionada con información específica, respecto a la actividad u ocupación a que se dedica el individuo y que requiere de datos, cifras o métodos específicos para poder satisfacerla.

De este modo la biblioteca, como reconoce Domínguez (1998, citado en el capítulo 2), efectuaría un uso más racional de sus recursos, ofreciendo a cada tipo de usuario, aquellos productos y servicios que realmente satisfagan sus necesidades y expectativas. Determinando con ello, además, prioridades en la respuesta de esas necesidades descubiertas y en los grupos de usuarios a atender.

Pero también el hecho de que se manifieste una insatisfacción de un servicio, puede ser una consecuencia, como hace mención Mañas (1999) de la posibilidad que el profesorado desconoce los servicios con que se cuentan en las bibliotecas universitarias, se necesita recibir información y formación sobre distintas fuentes que le pueden ser de gran utilidad en la labor docente e investigadora.

Y al respecto en el presente estudio, se encontró que efectivamente más de la mitad de los docentes (64.0%) dijo no saber de la existencia de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH. Lo cual se constató al preguntarle que bases de datos consultaba más y cuales eran de su área, encontrándose que de los 100 docentes encuestados sólo 8 de ellos respondieran a esta pregunta.

Por lo que entre las sugerencias aportadas a la presente investigación por parte de los alumnos y docentes, principalmente se encuentran efectuar difusión y promoción de las bases de datos y actualización, pertinencia y mayor cobertura de las bases de datos.

De todo lo anterior, finalmente se concluye, el desconocimiento y la escasa difusión de los servicios bibliotecarios pueden hacer que las bibliotecas pierdan como usuarios a los alumnos, docentes e investigadores y otros miembros de la comunidad universitaria. Estos muchas veces necesitan recibir información y formación sobre diversas fuentes de información necesarias en el desarrollo de sus actividades de estudio e investigación. Las estrategias de mercadotecnia deberán incluir todo lo que las instituciones informativas pueden hacer para satisfacer las necesidades del usuario/clientes e influir en ellos para una demanda de sus productos o servicios de una manera óptima.

Pautas para marketing de los servicios de la Biblioteca Digital, Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa", Universidad Autónoma de Chiapas

Con el fin de garantizar que los recursos digitales, gestionados por la Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas, lleguen a los usuarios con efectividad, y se fomente el interés por la consulta de publicaciones certificadas, se considera imprescindible contar con un plan de marketing y difusión de la información que favorezca un mejor conocimiento de los servicios digitales establezca las pautas y procedimientos a seguir a fin de mejorar este proceso. Por lo tanto, los objetivos o líneas estratégicas que se establecerían en un plan de marketing para las bases de datos de la BD serían:

Objetivos:

- Incrementar la visibilidad de la Biblioteca Digital de la Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas,
- Establecer un mercadeo orientado al cliente.
- Conseguir un mayor nivel o frecuencia de acceso de los usuarios al servicio de biblioteca digital como apoyo sustentable para sus trabajos de investigación, implementando al máximo el aprovechamiento de los bases de datos.
- Capacitación del personal bibliotecario docente y estudiantes en las estrategias de búsqueda y recuperación de información en las bases de datos de datos con los que cuenta la BD de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Promover los servicios aprovechando al máximo las tecnologías que favorezcan y potencien el uso de la biblioteca digital.
- Realizar un informe sobre las diferentes actividades realizadas para el mejoramiento de la Biblioteca.

Líneas estratégicas:

- Sociabilizar en todos los estratos universitarios la existencia de las bases de datos a fin de conseguir una mayor frecuencia de uso de sus recursos.
- Identificar los intereses de los usuarios que tienen que ser atendidos diferenciadamente, estableciendo perfiles (tipo de usuario, nivel académico, temas de investigación, necesidad de uso de los recursos electrónicos, habilidades para usar/buscar recursos digitales, tiempo disponible para búsqueda y recuperación de la información, lugar donde acceden a los recursos electrónicos.
- Sensibilizar y concientizar a la comunidad universitaria de la importancia y los beneficios del uso de los recursos digitales para la mejora de la calidad de la enseñanza, el aprendizaje y la investigación.
- Programar talleres instructivos, publicación de trípticos, comunicación por correo electrónico y atención personalizada.
- Difusión de los servicios digitales a través de la web, los medios electrónicos disponibles en cada una de las biblioteca de las Escuelas y Facultades de la DES. sobre el acceso y estrategias de búsqueda y recuperación de información en las bases de datos de la BD.
- Evaluar la eficacia de los recursos de marketing aplicados en la promoción y difusión de los servicios, si han fomentado y generado el conocimiento, aceptación del uso racional de los recursos digitales, a través de encuestas.
- Comparar el incremento o decremento de usuarios permitirá si la calidad de los servicios resulta satisfactoria. De esta manera se confirmará el alcance de los objetivos y las metas propuestas. La variabilidad de los porcentajes de respuesta ayudará a identificar las bases de mayor y menor consulta que ofrece la BD a fin de mejorar y replantear el proceso.

Herramientas y canales para la difusión

Se propone explicar el valor de los recursos electrónicos desarrollando mensajes relevantes para cada tipo de usuarios y sus intereses a través de medios, soportes y formas publicitarias convencionales y no convencionales aplicadas en el ámbito bibliotecario:

- Página web institucional. Dar a conocer la BD dentro de las actividades de bienvenida de alumnos de nuevo ingreso, utilizando el enlace a la página de la biblioteca y a otros recursos.
- Organización de espacios con paneles informativo claros y actualizados.
- Visita guiada. Organizar visita guiada que incluya explicación sobre el acceso y uso de la búsqueda básica para la recuperación de documentos en las bases de datos de la BD.
- Guía impresa y electrónica de las bases de datos de la BD
- Mensajes de texto personalizados con el link del producto al correo de los docentes.
- Mensajes breves de texto no personalizados enviados al correo electrónico de los alumnos.
- Folletos con el logo e imagen del producto, con información acorde a cada tipo de usuarios, incluyendo ubicación, dirección, correo y demás información de importancia.
- Carteles, unificar modelos de carteles siguiendo ideas de sobriedad, nitidez, tamaños y finalidades.
- Tablones con anuncios del producto en cada biblioteca, ubicado en la entrada, dedicado en exclusiva a la biblioteca.
- Lonas que se colocan en las fachadas de las bibliotecas en función del tema y de la época del año.
- Vídeos en línea. Instructivo de búsqueda y recuperación de información para uso de bases de datos de textos completos y referenciales.
- Cursos de desarrollo de habilidades en la Biblioteca Central y en cada una de las bibliotecas de las DES, sobre el uso y manejo de las bases de datos.

- Integrar paulatinamente las tecnologías participativas o web 2.0 que favorezcan el incremento de la comunicación entre los usuarios y bibliotecarios y la asistencia en el uso de los recursos digitales y en general de todos los productos y demás servicios bibliotecarios, con ello desarrollar una actitud y cultura digital.

Obras consultadas

Agustín-Lacruz, M.-D.-C. (1998). Bibliotecas digitales y sociedad de la información. *Scire: Representación y organización del conocimiento*, *4*(2 (jul), 47–62. Recuperado a partir de http://eprints.rclis.org/handle/10760/14287

Álvarez, A. P., & Alcolea, P. G. (2004). Estudio del modelo de productos y servicios de las empresas de servicios documentales. En *Anales de Documentación* (Vol. 7, pp. 199–213). Recuperado a partir de http://revistas.um.es/index.php/analesdoc/article/view/1621

American Psychological Association (2012). APA style Electronic references. Recuperado de http://www.apastyle.org/elecref.htm

Anglada i de Ferrer, L. M. (2000). Biblioteca digital?` mejor, peor o solo distinto? *Anales de documentación*, *3*, 25–39. Recuperado a partir de http://revistas.um.es/index.php/analesdoc/article/view/2521

Añorve Guillén, M. A., compiladora, & Ramírez Leyva, E. M., compiladora. (2002). *Los grandes problemas de la información en la sociedad contemporánea: memoria del XIX Coloquio Internacional de Investigación Bibliotecológica y de la Información : 28, 29 y 30 de agosto de 2001*. México: UNAM. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=U_ZAsCp5_VoC&pg=PA79&dq=la+sociedad+de+la+informacion+y+del+conocimiento+ortega+amieva&hl=es-419&sa=X&ei=rWxzVLGBIoGeyATx94GgDA&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=la%20sociedad%20de%20la%20informacion%20y%20del%20conocimiento%20ortega%20amieva&f=false

Aranda Martel, C. I. (2007). Estudio de mercado para el repotenciamiento de la Biblioteca Nacional - cap3. Recuperado 19 de abril de 2011, a partir de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/Tesis/Human/Aranda_M_C/cap_3.htm

Ardura, I. R. (2011). *Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing*. Editorial UOC.

Arellano Cueva, R. A. (2000). *Marketing: enfoque América Latina*. McGraw-Hill. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=Jh63AAAACAAJ

Arévalo Molina, J., Galán Gall, A. L., Fernández Olalde, O., & Rivera Hernández, J. L. (2003). Servicios bibliotecarios en las bibliotecas digitales. En *Los nuevos retos en los servicios bibliotecarios* (pp. 227-223). España: Asociación Andaluza de Bibliotecarios. Recuperado a partir de https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/106

Armendáriz Sánchez, S., & Domínguez Galicia, J. (1999). Mercadotecnia, información y bibliotecas. *Biblioteca Universitaria*, *2*(2), 35-40. Recuperado a partir de http://ehis.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=50636d96-f319-43f1-aeb2-1f7bfb3d6ed7%40sessionmgr111&hid=120&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=cat02031a&AN=clase.CLA01000164403

Babbie, R. (2000). *Fundamentos de la investigación social*. Cengage Learning Latin Am. Recuperado a partir de https://books.google.com.mx/books?id=1_yyPqkoqMIC

Baptista, S. G. (1988). Aplicação de Marketing em Bibliotecas e serviços de informação. *Rev. de Biblioteconomia de Brasília*, *16*(1), 95–112.

Bautista Flores, E. (2000). La mercadotecnia de la información en las bibliotecas universitarias. *Biblioteca Universitaria*, *3*(2), 108–117. Recuperado a partir de http://dgb.unam.mx/servicios/dgb/publicdgb/bole/fulltext/volIII2/bautista.pd

Buenos Viera, G. J. (2006). *Impacto tecnológico y arquitectura en bibliotecas*. Buenos Aires: Alfagrama.

Cabral Vargas, B. (2008). An approach to the information services and collections of Mexican digital libraries. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, *31*(2), 119–139. Recuperado a partir de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-09762008000200005&script=sci_arttext&tlng=en

Cabral Vargas, B. (2009). Biblioteca digital: análisis de sus servicios. En F. F., compilador Martínez Arellano & J., compilador Calva González (Eds.), *Memoria del XXVI Coloquio de Investigación Bibliotecológica y sobre la Información* (pp. 29-47). México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Recuperado a partir de http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/P2UIXNUFBFMMSMUT1PPCH89Q8XIV928JKY584515AEKXEN4MU4-04208?func=find-b&request=Memoria+del+XXVI+Coloquio+de+Investigaci%C3%B3n+Bibliotecol%C3%B3gica+y+sobre+la+Informaci%C3%B3n&find_code=WRD&adjacent=N&local

_base=MX001&x=31&y=10&filter_code_1=WLN&filter_request_1=&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=

Cagnoli, R. (2006). Marketing bibliotecario:?` Usuarios o clientes. *Seminario« Dilemas de la Biblioteca Actual». Recuperado el*, *23*, 1-21. Recuperado a partir de http://www.sgp.gob.ar/contenidos/inap/publicaciones/docs/ciclos/semdilemas-cagnoli.pdf

Carr, N., & Carr, N. G. (2005). *Las tecnologías de la información: son realmente una ventaja competitiva?*. Barcelona: Empresa Activa.

Carríon Gutíez, A. (2001). Las tecnologías de la información y las comunicaciones en las bibliotecas públicas españolas, nuevos, usuarios y nuevos servicios. En *Las bibliotecas públicas en España: una realidad abierta* (pp. 243-279). Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Carrión Rodríguez, G. (2004). Mercadotecnía en los servicios de información. En H. A. Figueroa Alcántara & C. A. Ramírez Velázquez (Eds.), *Administración de servicios de información* (pp. 65-99). México: UNAM, Facultad de Filosofía y Letras.

Carrión Rodríguez, G. (2005). La profesión bibliotecaria y la mercadotecnia de servicios de información. Algunas reflexiones sobre el caso de México. *Biblioteca Universitaria*, *8*(2), 111-121. Recuperado a partir de http://revistas.unam.mx/index.php/rbu/article/view/25162

Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*. Editorial Club Universitario.

Castañon Romo, R. (1996). La biblioteca del futuro. En *La biblioteca del futuro* (pp. 15-17). Universidad Autónoma de México.

Castro Corrales, C. (1997). *Mercadotecnia*. México: UASLP.

Castro Thompson, A. (1996). El servicio de acceso a internet en bibliotecas especializadas. En M. del C. Negrete Gutiérrez & J. J. Calva González (Eds.), *Desarrollo de colecciones y diseño de servicios* (pp. 74-81). México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

Comeche, J. antonio. (1995). *Teoría de la información documental y de las instituciones documentales*. Madrid: Síntesis. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=nkHbOwAACAAJ

Consejo Nacional para Asuntos Bibliotecarios de las Instituciones de Educación Superior (2005). Normas para Bibliotecas de Instituciones de Educación Superior. Guadalajara, Jalisco: CONPAB-IES.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México) (Ed.). (2008). Bibliotecas digitales: acceso a la información. En *Memoria del séptimo congreso nacional de bibliotecas públicas , Tlaquepaque, Jalisco, del 11 al 13 de octubre de 2007 Propuestas para un nuevo modelo bibliotecario.* (pp. 155-158). México: CONACULTA.

Cordero Ramírez, J. (1993). *Breve curso de marketing para mercado abierto.* México: Trillas. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=_KzFAAAACAAJ

De la Mora, M. E. (2002). *Elementos básicos de mercadotecnia.* Trillas. Recuperado a partir de https://books.google.com.mx/books?id=9iRvAAAACAAJ

Diez Carrera, C. (2000). *Administración de unidades informtivas: concepto e historia.* Gijón: Trea.

Döllgast, B. (2001). Gestión y marketing para bibliotecas. *Liber: Revista de Bibliotecología, 3*(3), 19–27. Recuperado a partir de http://eprints.rclis.org/archive/00006153

Domínguez Sanjurjo, M. R. (1996). *Nuevas formas de organización y servicios en la biblioteca pública.* Madrid: Trea. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=9p-NAAAACAAJ

El fenómeno de las necesidades de información y los estudios de mercadotecnia de la información, SUELI ANGELICA DO AMARAL, IIBI, UNAM, México. (s. f.). Recuperado 8 de junio de 2015, a partir de http://iibi.unam.mx/publicaciones/273/usuarios%20informacion%20comunidades%20academicas%20El%20fenomeno%20de%20las%20necesidades%20Sueli%20A%20Do%20Amaral.html

Faba Pérez, C., & Moya Anegón, De, F. (1999). Bibliotecas digitales: concepto y principales proyectos. *enero/junio, 13*(26). Recuperado a partir de http://www.revistas.unam.mx/index.php/ibi/article/view/3905/3457

Faba Pérez, C., & Nuño Moral, M. V. (2004). La nueva gestión en las bibliotecas virtuales. (Spanish). *Boletin de la Asociacion Andaluza de Bibliotecarios, 19*(74), 19-28. Recuperado a partir de

http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=18873608&lang=es&site=ehost-live

Felicie Soto, A. M. (2006). *Biblioteca pública, Sociedad de la Información y brecha digital*. Buenos Aires: Alfagrama Ediciones.

Fernández Marcial, V. (2011). Marketing interactivo y bibliotecas, 201-218. Recuperado a partir de http://ruc.udc.es/handle/2183/13107

Ferreira Dos Santos, V. F., & Sena Correa, E. N. S. (2004). Advenimiento de la sociedad de la información y su repercusión en ámbito laboral, cultural y económico. (Spanish). *Ciencias de la Información*, *35*(1), 21-27. Recuperado a partir de http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=21260735&lang=es&site=ehost-live

Figueroa Alcántara, H. A., coordinador, & Ramírez Velázquez, C. A. (2006a). *Recursos bibliográficos y de información*. México: UNAM. FFyL,. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=MTn4ZRq5ZrMC&printsec=frontcover&dq=hugo+alberto+figueroa+alcantara&hl=es&sa=X&ei=YFlzVOHdKYmYyQSi8oHACg&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=hugo%20alberto%20figueroa%20alcantara&f=false

Figueroa Alcántara, H. A., coordinador, & Ramírez Velázquez, C. A., coordinador. (2006b). *Servicios Biblitecarios*. México: UNAM.

Figueroa, A. H. A., & Ramirez, C. A. V. (2004). *Administración de servicios de información*. México: UNAM.

Fischer de la Vega, L., & Espejo Callado, J. Á. (1993). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill Interamericana.

Fuentes Romero, J. J. (2004). Biblioteca y sociedad, una perspectiva sistémica. *Boletín de la ANABAD*, *54*(12), 815-820. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1198797

Garduño Vera, R. (2005). *Enseñanza virtual sobre la organización de recursos informativos digitales*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Recuperado a partir

dehttp://books.google.com.mx/books?id=DOsZHIlBT7MC&pg=PA143&dq=ense%C3%B1anza+virtual&hl=es&sa=X&ei=KU1zVNu5IMaYyASX54DABA&ved=0CCoQ6AEwAQ#v=onepage&q=ense%C3%B1anza%20virtual&f=false

Garza Mercado, A. (1984). *Función y forma de la biblioteca*. México: El Colegio de México.

Gimeno Perelló, J. (2004). El usuario de bibliotecas ante los nuevos soportes y los nuevos servicios: el usuario electrónico. *Revista General de Información y Documentación*, *15*(2), 42-72. Recuperado a partir de http://revistas.ucm.es/byd/11321873/articulos/RGID0505220039A.PDF

Gitman, L. J., McDaniel, C. D., & Mascaró Sacristán, P. (2007). *El futuro de los negocios*. México: International Thomson Edits.

González Teruel, A. (2005). *Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales*. Esapaña: Trea.

Hernández Salazar, P. (1993). El perfil del usuario de información. *Investigación bibliotecológica*, *7*(015), 16-22. Recuperado a partir de http://www.revistas.unam.mx/index.php/ibi/article/view/3816

Hípola, P., Vargas-Quesada, B., & Senso, J. A. (2000). Bibliotecas digitales: situación actual y problemas. *El profesional de la información*, *9*(4), 4–13.

Holtje F., H., & de Contin, H. C. (1991). *Mercadotecnia*. McGraw-Hill. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=5XGePQAACAAJ

Juárez Santamaría, B. (2002). Memorias de las XXXII Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía. En *Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía* (Vol. XXXII, pp. 142-152). México: AMBAC.

Kotler, P. (2001). *Dirección de marketing* (11.ª ed.). Pearson Educación. Recuperado a partir de http://books.google.es/books?id=nc_UAa6NnzsC

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de mercadotecnia* (6a ed). México: Pearson Educación de México.

Kutchera, J., García, H., & Fernández, A. (2014). *E-X-I-T-O: Su Estrategia de Marketing Digital en 5 Pasos*. Grupo Editorial Patria.

Lafuente López, R. (1997). *En el umbral del cambio*. México: UNAM, CUIB.

Lafuente López, R. (1999). *Biblioteca Digital y Orden Documental*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado a partir de

http://books.google.com.mx/books?id=QfonAQAAIAAJ

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. M. (2006). *Fundamentos de marketing*. Thomson. Recuperado a partir de http://books.google.es/books?id=--3uMjmd6tYC

Lancaster, F. W., & Sandore, B. (2000). Bibliotecas e Internet. *Revista general de información y documentación*, *10*(2), 241-269. Recuperado a partir de http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/11308

López Cuevas, A. (1998). *Crónica de la Universidad Autónoma de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez: UNACH.

López Guzmán, C. (2000). *Modelo para el desarrollo de bibliotecas digitales especializadas*. C. López Guzmán. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=fZoKtwAACAAJ

Lovelock H., C., & Reynoso, J. (2004). *Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos*. México: Pearson Education. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=Ie6v1BpeeawC

Lugo Hubp, M. (2004). El impacto de los recursos digitales en las bibliotecas. En *Administración de servicios de información* (pp. 155-169). México: UNAM, Facultad de Filosofía y Letras.

Magán Wals, J. A. (1988). La descripción bibliográfica hoy: sugerencias para el aprovechamiento de las posibilidades de las nuevas tecnologías. En *Tratado básico de biblioteconomía* (3.ª ed., pp. 183-198). Madrid: Complutense.

Mañas Moreno, J. E. (1999). Marketing y difusión de servicios en una biblioteca universitaria del próximo milenio. En *Les biblioteques i els centres de documentació al segle XXI: peça clau de la societat de la informació* (pp. 73–83). Recuperado a partir de http://www.cobdc.org/jornades/7JCD/63.pdf

Martín Moreno, C. (2008). Metodología de investigación en estudios de usuarios. *Revista general de información y documentación*, *17*(2), 129–149. Recuperado a partir de http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0707220129A

Martínez Arellano, F. F. (2005). Educación, información y bibliotecas. En *Sociedad, Información y Bibliotecas: memoria del XXII Coloquio de Investigación Bibliotecológica y de la Información, 22-24 de septiembre de 2004* (p. 249). México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

Martínez Arellano, F. F., compilador, & Calva González, J. J. C., compilador. (2005). *Sociedad, información y bibliotecas: memoria del XXII Coloquio de Investigación Bibliotecológica y de la información, 22-24 de septiembre de 2004*. México: UNAM. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=n1jkx6A9bg0C&pg=PA33&dq=educacion+informacion+y+bibliotecas&hl=es-419&sa=X&ei=hG9zVJe3Goi0yQSK6oLIDQ&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=educacion%20informacion%20y%20bibliotecas&f=false

Martínez Arellano, Filiberto Felipe. (2008). Bibliotecas digitales: acceso a la información. En Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas (y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México) (Eds.), *Memoria del séptimo congreso nacional de bibliotecas públicas , Tlaquepaque, Jalisco, del 11 al 13 de octubre de 2007 Propuestas para un nuevo modelo bibliotecario.* (pp. 155-158). México: CONACULTA.

Martínez Comeche, J. A. (1995). *Teoría de la información documental y de las instituciones documentales*. Madrid: Síntesis.

Martínez Equihua, S. (2007). *Biblioteca digital: conceptos, recursos y estándares*. Buenos Aires: Alfagrama. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=UaI8AAAAYAAJ

Martínez, M. J., & Fandos, M. (2006a). La publicidad: un nuevo escenario para la comunicación. Recuperado a partir de http://site.ebrary.com/lib/biblioieschsp/docDetail.action?docID=10149252

Martínez, M. J., & Fandos, M. (2006b). La publicidad: un nuevo escenario para la comunicación. Recuperado a partir de http://site.ebrary.com/lib/biblioieschsp/docDetail.action?docID=10149252

McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2001). *Marketing: un enfoque global* (2a ed). México: McGraw-Hill/Interamericana de México.

Melnik, D., Pereira, M. E., & Somma, P. A. (2005). *Bases para la administración de bibliotecas: organización y servicios*. Buenos Aires: Alfagrama. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=fEQaAAAACAAJ

Menchén Bellón, F. (2009). *La creatividad y las nuevas tecnologías en las organizaciones modernas*. Madrid: Diáz de Santos.

Mercado H., S. (2000). *Mercadotecnia Estrategica, Estrategias Para Lograr Una Mayor Rentabilidad en la Empresa*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=H6bUAQAACAAJ

Mercado Hernández, S. (2004). *Mercadotecnia estratégica: cómo lograr utilidades en la empresa con la reingenieria mercadológica*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=MXrJAAAACAAJ

Merlo Vega, (José Antonio. (2007). Las tecnologías de la participación en las bibliotecas. *Educación y Biblioteca*, (161), 63-68. Recuperado a partir de http://eprints.rclis.org/10558/1/tecnoparti.pdf

Merlo Vega, J. A. (2007). Las tecnologías de la participación en las bibliotecas. *septiembre/octubre*, (161), 63-68. Recuperado a partir de http://eprints.rclis.org/10558/1/tecnoparti.pdf

Merlo Vega, J. A., & Sorli Rojo, A. (1998). La cooperación bibliotecaria en tiempos de Internet, 245-254. Recuperado a partir de http://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/17989

Mestre, M. S. (2014). *Marketing*. México: Ediciones Pirámide.

Miyagi, F. (2001). Marketing en unidades de información y afines:?' Sólo una moda? *Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología*, (10), 3. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=283160

Morales Campos, E. (1996). *La biblioteca del futuro*. México: UNAM, Dirección General de Bibliotecas.

Moreno G., M. C. (2005). La investigación cualitativa en marketing: el camino hacia una percepción social del mercado. *Revista Colombiana de Marketing*, *4*(6), 68-85. Recuperado a partir de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10900607

Moscoso, P., & Ortiz-Repiso, V. (2002). El impacto tecnológico en el quehacer bibliotecario: hacia un nuevo modelo de biblioteca. La biblioteca digital. Recuperado a partir de http://dspace.uah.es/dspace/handle/10017/803

Muñoz de Solano y Palacios, B. (2001). El libro impreso?' un clásico desplazado por el libro electrónico? *Documentación de las Ciencias de la Información*, *24*, 303. Recuperado a partir de http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/20463

Negrete Gutiérrez, C. (Ed.). (1998). *Primer seminario internacional sobre desarrollo de colecciónes*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=5059

Negrete Gutiérrez, M. del C., & Calva González, J. J. (1996). *Desarrollo de colecciones y diseño de servicios* (Vol. 2). México: UNAM.

Ochoa Pérez, R. (2015). Estadísticas de EBSCO host. Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Olaya Guerrero, J. C. (1999). Las tecnologías de información en bibliotecas: caso peruano. Presentado en Congreso Internacional de Información, La Habana, Cuna. Recuperado a partir de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num9/general/olaya.htm

Ortega Amieva, D. C. (2002). La sociedad de la información y del conocimiento. En *Los grandes problemas de la información en la sociedad contemporánea memoria: Memoria del XIX Coloquio Interncacional de Invstigación Bibliotecológica y de la Información 28, 29 y 30 de agosto de 2001* (pp. 79-89). México: UNAM. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=U_ZAsCp5_VoC&pg=PA79&dq=la+sociedad+de+la+informacion+y+del+conocimiento+ortega+amieva&hl=es-419&sa=X&ei=_G1zVJrHJcOGyATNq4DwCg&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=la%20sociedad%20de%20la%20informacion%20y%20del%20conocimiento%20ortega%20amieva&f=false

Ortiz Walls, E. (1996). El software, el hardware y las telecomunicaciones. En *La biblioteca del futuro* (pp. 105-108). México: UNAM.

Palacios Medellín, J. T. (2006). Servicios de información en el siglo XXI. En H. A. Figueroa Alcántara & C. A. Ramírez Velázquez (Eds.), *Servicios bibliotecarios* (pp. 13-35). México: UNAM, Facultad de Filosofía y Letras.

Paz Chanes, C. (2010). Bibliotecas Digitales: algo viejo, algo nuevo y algo prestado. *Métodos de información*, *8*(48), 56–64. Recuperado a partir de http://www.metodosdeinformacion.es/mei/index.php/mei/article/view/630/650

Pérez Abril, D. (2009). Gestión de bibliotecas digitales: conceptos y elementos básicos en la gestión de colecciones digitales - Dialnet. En coord. por Joseph Vives (Ed.), *La digitalización del patrimonio: archivos, bibliotecas y museos en la red* (pp. 141-166). España: UOC. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3612264

Pérez Pulido, M., & Herrera Morillas, J. L. (2006). *Teoría y nuevos escenarios de la biblioteconomía*. Buenos Aires: Alfagrama. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=1W7ijrHOOWcC

Pérez Romero, L. A., Sepúlveda Martínez, C. J. rev tec, & Cervantes Aldana, J. rev téc. (2004). *Marketing social: teoría y práctica*. Pearson Educación.

Pérez, T. S. (2001). El concepto de biblioteca híbrida. *Tejuelo: Revista de ANABAD Murcia*, (2), 29-36. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3953388

Ponjuán Dante, G. (1998). *Gestión de información en las organizaciones: principios, conceptos y aplicaciones*. Bogotá, Chile: CECAPI.

Portillo de Hernández, R., & Pirela Morillo, J. (2009). El mercadeo social/estratégico de los productos/servicios y la definición del perfil de competencias del profesional de la información. *Documentación de las Ciencias de la Información*, (32), 179–192. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3099108

Ramírez Céspedes, Z. (2006). Criterios e indicadores para evaluar las bibliotecas digitales. (Spanish). *ACIMED*, *14*(6), 1-19. Recuperado a partir de http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lth&AN=24105568&lang=es&site=ehost-live

Ramos Simón, L. F. (1995). *Dirección administración y marketing de empresas e instituciones documentales*. México: Síntesis. Recuperado a partir de http://www.sintesis.com/biblioteconomia-y-documentacion-51/direccion-administracion-y-marketing-de-empresas-e-instituciones-documentales-ebook-281.html

Ramos Simón, L. F. (2003). *Introdcción a la administración de la información*. Madrid: Síntesis. Recuperado a partir de http://mx.casadellibro.com/libro-introduccion-a-la-administracion-de-informacion/9788497561099/918832

Rivera Camino, J., & Garcillán López-Rua, M. de. (2007). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. ESIC Editorial.

Rodríguez Ardura, I., Coord. (Ed.). (2011). *Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing*. Editorial UOC.

Rodríguez Gallardo, A., Morales Campos, E., & Bibliotecas, U. N. A. de M. D. G. de. (1996). *La Biblioteca Del Futuro*. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=t988AAAAYAAJ

Rojas Soriano, R. (2006). Guía para realizar investigaciones sociales. México: Plaza y Valdés.

Romero, L. A. P., Martínez, C. J. rev tec S., & Aldana, J. rev téc C. (2004). *Marketing social: teoría y práctica*. Pearson Educación.

Rosa Rábago, R. de la. (2002). Memorias de las XXII Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía. En *Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía* (Vol. XXXII, pp. 153-176). México: AMBAC.

Salvador, D. (2006). TEMARIO BIBLIOTECONOMIA.doc. Recuperado 3 de abril de 2015, a partir de http://www.diegosalvador.com/TEMARIOS%20BUENOS/TEMARIO%20BIBLIOTECONOMIA.doc

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). *Metodología de la investigación*. MacGraw-Hill/Interamericana. Recuperado a partir de https://books.google.com.mx/books?id=4_-kPwAACAAJ

Sánchez Díaz, M., & Vega Valdés, J. C. (2002). Bibliotecas electrónicas, digitales y virtuales: tres entidades por definir. (Spanish). *ACIMED*, *10*(6), 38-47. Recuperado a partir de http://pbidi.unam.mx:8080/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lth&AN=26302608&lang=es&site=eds-live

Sánchez Penagos, M. I. (2007). *Representaciones sociales acerca del servicio de biblioteca*. Unuversidad Autónoma de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Sánchez Vanderkast, E. J. (2007). Información, cultura y sociedad - Servicio de Información: políticas de información en un entorno de cambios. *Información, cultura y sociedad*, (17), 97-119. Recuperado a partir de

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17402007000200006

Sandore, B., & Lancaster, F. W. (2000). Bibliotecas e Internet. *Revista general de información y documentación*, *10*(2), 241–269. Recuperado a partir de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=170088

Sánchez Pérez, O. (2009). Estadísticas de servicios al público. Biblioteca Central "Carlos Maciel Espinosa" de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Sanjurjo, M. R. D. (1996). *Nuevas formas de organización y servicios en la biblioteca pública*. Trea. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=9p-NAAAACAAJ

Saorín Pérez, T. (2010). El concepto de biblioteca híbrida, *0*(2), 29-36. Recuperado a partir de http://www.anabadmurcia.org/ojs/index.php/tejuelo/article/download/22/22

Schoell, W. F., & Guiltinan, J. P. (1991). *Mercadotecnia: conceptos y prácticas modernas*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.

Sequeira, D. (2001). *Bibliotecas y archivos virtuales*. Santa Fe, Argentina: Nuevo Parhadigma. Recuperado a partir de http://mx.casadellibro.com/libro-bibliotecas-y-archivos-virtuales/9789879653647/909512

Sevilla Mompó, M. (2007). Dentro de la Biblioteca Glo-cal:?` usuarios, clientes o simplemente público? *Revista general de información y documentación*, *17*(2), 95–102. Recuperado a partir de http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0707220095A

Sierra Bravo, R. (1994). *Técnicas de investigación social: teoría y jercicios*. Madrid: Paraninfo.

Sierra, V., Helena, R., & Téllez, L. R. (2008). El mercadeo de servicios en las bibliotecas públicas: ¿una herramienta que se usa? *Investigación bibliotecológica*, *22*(45), 153-169. Recuperado a partir de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0187-358X2008000200008&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Soriano, R. R. (2006). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdes.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2002). *Fundamentos de marketing:*. McGraw-Hill. Recuperado a partir de

http://books.google.com.mx/books?id=mXDgMQAACAAJ

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2004). *Fundamentos de marketing* (13a ed). México: McGraw-Hill/ Interamericana de México.

Talaya, Á. E. (2008). *Principios de marketing*. ESIC Editorial.

Teruel, A. G. (2005). *Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales*. Madrid: Trea.

Torres Vargas, G. A. (2000). *La biblioteca virtual: qué es y qué promete?*. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=i_MnAQAAIAAJ

Torres Vargas, G. A. (2005). *La biblioteca digital*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=8RHqMeOslK0C&pg=PR3&lpg=PR3&dq=biblioteca+digital+araceli+torres&source=bl&ots=z3PjB3SzBK&sig=QhyLhcm-oz4hZLu9nioGVQGXbcM&hl=es-419&sa=X&ei=4D9zVKjXKsqsyAT0y4L4CA&ved=0CEMQ6AEwBw#v=onepage&q=biblioteca%20digital%20araceli%20torres&f=false

Torres Vargas, G. A. (2008). *Un modelo integral de biblioteca digital*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Recuperado a partir de http://books.google.com.mx/books?id=VthCQwAACAAJ

Torres Vargas, G. A. (2009). La biblioteca digital frente a la biblioteca 2.0. En F. F., compilador Martínez Arellano & J., compilador Calva González (Eds.), *Memoria del XXVI Coloquio de Investigación Bibliotecológica y sobre la Información*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Recuperado a partir de http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/P2UIXNUFBFMMSMUT1PPCH89Q8XIV928JKY584515AEKXEN4MU4-04208?func=find-b&request=Memoria+del+XXVI+Coloquio+de+Investigaci%C3%B3n+Bibliotecol%C3%B3gica+y+sobre+la+Informaci%C3%B3n&find_code=WRD&adjacent=N&local_base=MX001&x=31&y=10&filter_code_1=WLN&filter_request_1=&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=

Tramullas, J. (2002). Propuestas de concepto y definición de la biblioteca digital. Dpto. Ciencias de la Documentación, Universidad de Zaragoza. Recuperado a partir de http://eprints.rclis.org/handle/10760/15118

Universidad Autónoma de Chiapas (1991). *Evaluacion Curricular De La Escuela De Humanidades*. (G. G. Andrade Reyes, Ed.). Tuxtla Gutiérrez: UNACH, Escuela De Humanidades.

Universidad Autónoma de Chiapas (2007). Proyecto Académico 2006-2010. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNACH.

Valle Cuozzo, del, G., Ladrón de Guevara, M. del C., & Verde, M. B. (2007). *La biblioteca escolar: usuarios y servicios*. Buenos Aires: Alfagama.

Vallejo Sierra, R. H. (2002). Modelo de mercadeo estratégico de servicios para bibliotecas universitarias de la ciudad de bogota. Recuperado a partir de http://www.bibliociencias.cu/gsdl/collect/eventos/archives/HASH018a/0196b18a.dir/doc.pdf

Vallejo Sierra, R. H. (2005). Estudio de mercadeo en bibliotecas universitarias. *Códices*, *1*(1), 57–71. Recuperado a partir de http://eprints.rclis.org/20314/

Verdugo Sánchez, J. A., Vega Díaz, M. G., Palacios, C., & Escuela, N. de B. y A. (México). (1994). *Guía de servicios de la biblioteca universitaria*. México: SEP, Subdirección General de Educación Superior e Investigación Científica : Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomia.

Voutssás Márquez, J. (2006). *Bibliotecas y publicaciones digitales*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Recuperado a partir de http://132.248.242.3/~publica/archivos/libros/bibliotecas_y_publicaciones_digitales.pdf

Voutssás Márquez, J. (2009). *Preservación del patrimonio documental digital en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado a partir de http://132.248.242.3/~publica/archivos/libros/preservacion_patrimonio.pdf

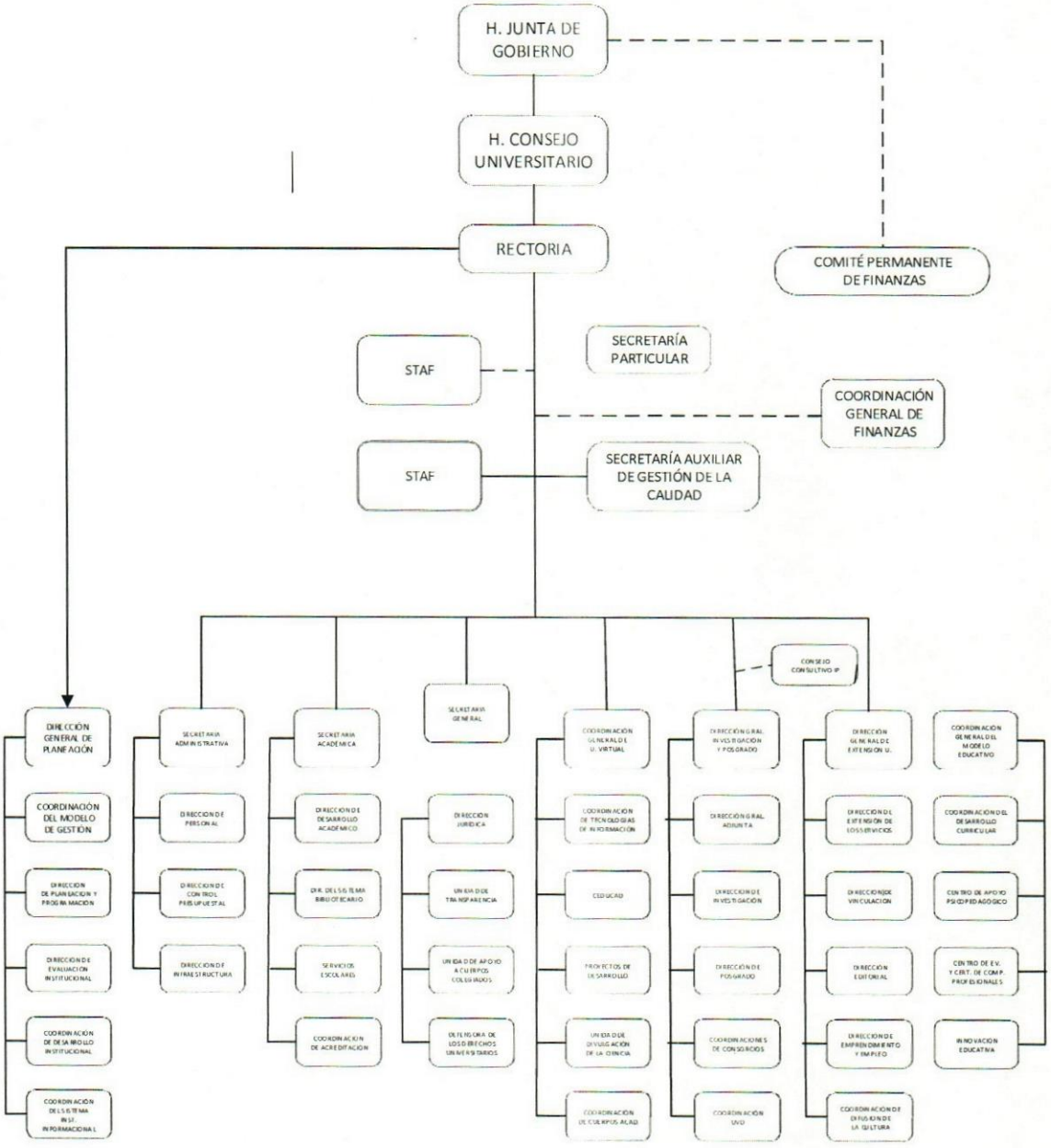
Weingand, D. E. (1995). Preparing for the new millenium: the case for using marketing strategies. *Library Trends*, *43*(3), 295–317. Recuperado a partir de https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/7973/librarytrendsv43i3_opt.pdf?sequence=3&origin=publication_detail#page=14

Zamora Fonseca, R., & Cañedo Iglesias, C. (2008). La Biblioteca Virtual: reflexiones y consideraciones teóricas. *Biblios*, (33), 1–14. Recuperado a partir de http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S1562-47302008000400004&script=sci_arttext

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: McGraw-Hill/Interamericana de México.

Apéndice A

Apéndice A1. Estructura orgánica de la Universidad Autónoma de Chiapas

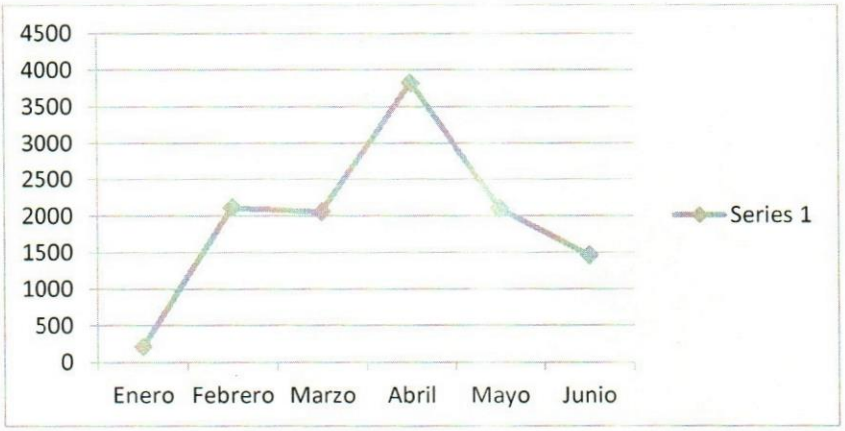


Fuente: UNACH, 2011.

Apéndice A2. Estadísticas de accesos a las bases de datos de la Biblioteca Digital, UNACH

PRIMER SEMESTRE DEL 2008
ENERO – JUNIO

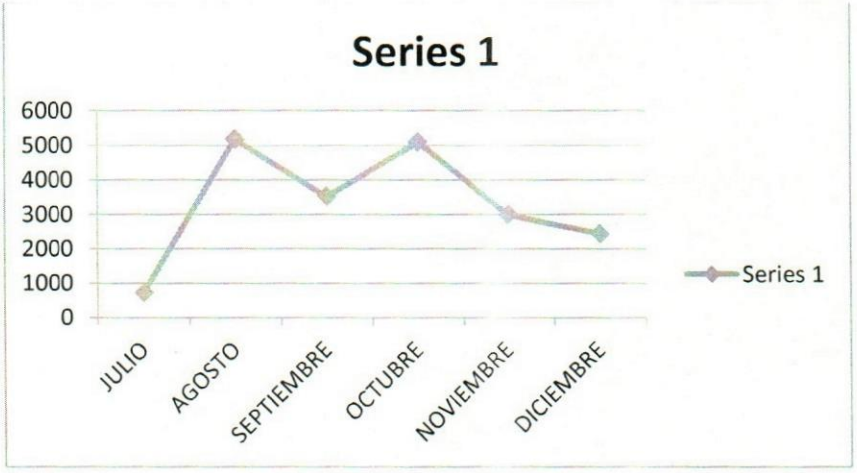
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
209	2115	2053	3822	2099	1461	11759



Fuente: Departamento de Red Bibliotecaria, DDB-UNACH, 2009.

SEGUNDO SEMESTRE DEL 2008
JULIO – DICIEMBRE

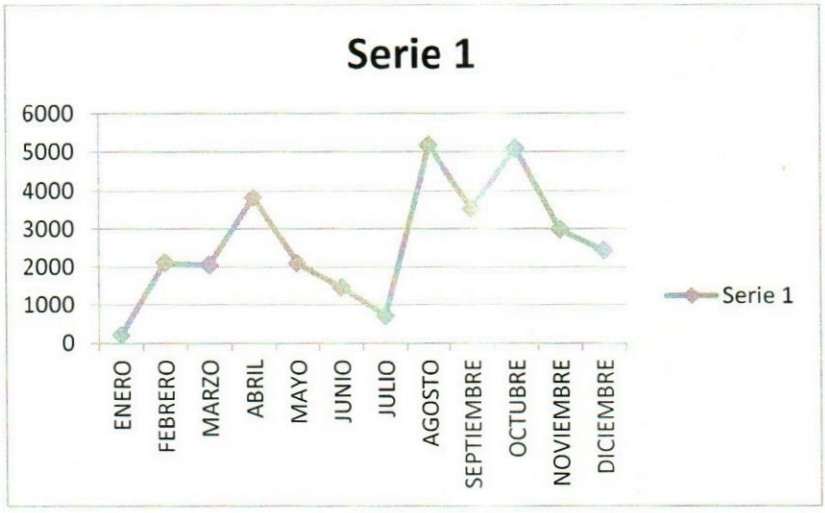
JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTUBRE	NOV	DICIEMBRE	TOTAL
716	5175	3523	5095	2991	2439	19939



Fuente: Departamento de Red Bibliotecaria, DDB-UNACH, 2009.

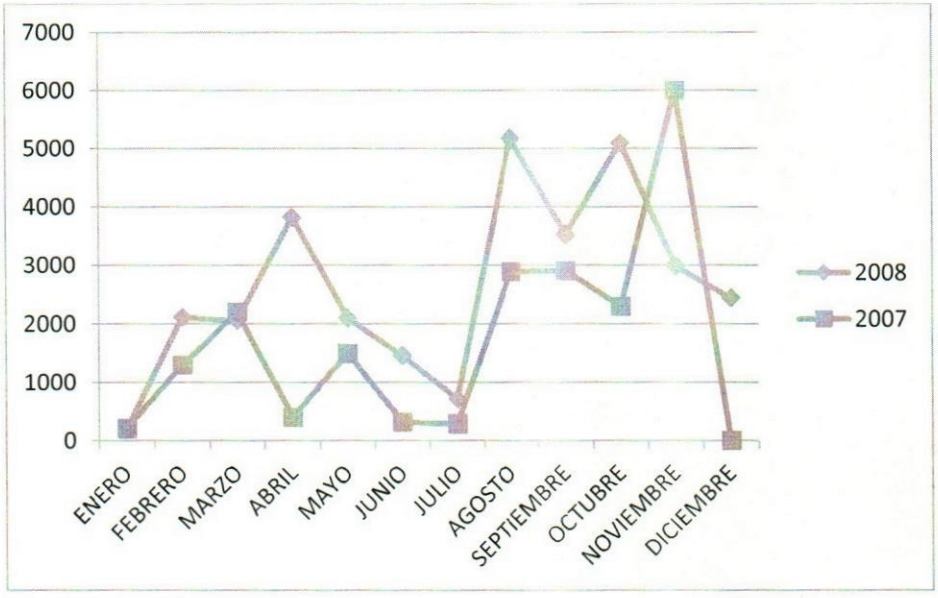
PERIODO 2008

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTUBRE	NOV	DIC	Total
209	2115	2053	3822	2099	1461	716	5175	3523	5095	2991	2439	31698



Fuente: Departamento de Red Bibliotecaria, DDB-UNACH, 2009.

COMPARACION GRAFICA 2007-2008



Fuente: Departamento de Red Bibliotecaria, DDB-UNACH, 2009.

SEPTIEMBRE

Estadísticas de Uso Bases de Datos Site:
Detail Level: Site Period: September 2008

Site	Year	Month	Count	Average Length	Searches	Total Full Text	PDF Full Text	HTML Full Text	Image/Video	Smart Link	Custom Link	Abstract
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS	2008	September	294	35	2172	313	262	51	0	41	1	389
Totals—3523			**294**	**35**	**2172**	**313**	262	**51**	**0**	**41**	**1**	**389**

Fuente: Departamento de Red Bibliotecaria, DDB-UNACH, 2009.

OCTUBRE

Estadísticas de Uso Bases de Datos Site:
Detail Level: Site Period: October2008

Site	Year	Month	Count	Average Length	Searches	Total Full Text	PDF Full Text	HTML Full Text	Image/Video	Smart Link	Custom Link	Abstract
UNACH	2008	October	529	34	2746	484	378	106	0	97	2	753
Totals--- 5095			**529**	**34**	**2746**	**484**	**378**	**106**	**0**	**97**	**2**	**753**

Fuente: Departamento de Red Bibliotecaria, DDB-UNACH, 2009.

BIBLIOTECA DIGITAL UNACH

Este portal permite el acceso a diversas bases de datos.
Si navegas en la red ceromaya de la UNACH, el acceso a ellas no requiere contraseñas, para acceso por otra red necesitas contraseña.
Si no sabes como acceder solicita información en el centro de computo de la facultad.

Biblioteca Digital

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

CARR. EMILIANO ZAPATA KM. 6.
RANCHO SAN FRANCISCO

Teléfono y Fax: 961 6716075
Correo:
computo@veterinaria.unach.mx

DIRECTORIO

M.C. ALBERTO YAMASAKI MAZA
DIRECTOR

M.C. JOSÉ ALFREDO CASTELLANOS COUTIÑO
SECRETARIO ACADEMICO

ING. ERAY GÓMEZ HERNÁNDEZ
SECRETARIO ADMINISTRATIVO

MVZ. ALBERTO PINTO VERA
SECRETARIO DE PRODUCCION

M.C. CARLOS TEJEDA CRUZ
COORDINADOR DE INVESTIGACION Y POSGRADO

MVZ. ANTONIO MIER PONCE
COORDINADOR DE ACREDITACIÓN

MPA. MA. ERÉNDIRA REYES GARCÍA
COORDINADORA DE PLANEACION

DR. SERGIO IGNACIO TORRES SOLIS
COORDINADOR DE DISEÑO CURRICULAR

MTRA. NANCY ZARATE CASTILLO
COORDINADORA DEL PROGRAMA DE TUTORIAS

MVZ. ALFONSO VILLALOBOS ENCISO
COORDINADOR DE EXTENSION

DRA. PAULA MENDOZA NAZAR
COORDINADOR DE EDUCACION CONTINUA

MES. LAURA MARTÍNEZ FIGUEROA
COORDINADORA DE BIBLIOTECA

M.C. DARIO M. GÜIRIS ANDRADE
COORDINADOR DE LABORATORIOS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
CONSORCIO EN CIENCIAS AGROPECUARIAS
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

ACCESO A BASES DE DATOS

La Biblioteca Digital forma parte de los servicios que oferta a la comunidad de la facultad la biblioteca departamental "Antonio Guizar Coutiño".

Tiene como objetivo proporcionar a los usuarios acceso a diversos acervos, mediante la consulta por la Internet y reservorios de aprendizaje a :

- Bases de datos
- Revistas On Line
- Enciclopedias
- Revistas en formato digital
- Ebook
- Videos

¿Conoces la Biblioteca Digital?, es un portal donde se aglutinan ligas de importantes revistas y accesos a bases de datos vía Internet, que te permite tener la posibilidad de consultar diversas disciplinas de la carrera del Médico Veterinario, así como de otras áreas y cultura general.

Ven y entra a un mundo nuevo de información.

Www.bibliotecavirtual.veterinaria@unach.mx

e-revist@s

Es una plataforma digital de acceso libre y gratuito donde se recolectan, seleccionan y alojan revistas científicas electrónicas españolas y latinoamericanas.

DOAJ DIRECTORY OF OPEN ACCESS JOURNALS

Es un portal de revistas de acceso abierto. Este servicio cubre el texto libre, completo, de calidad controlada de revistas científicas y académicas. Para el desarrollo del aprendizaje, en él encontrarás todas las disciplinas, así como de las ciencias veterinarias.

Revista Mexicana de Ciencias Pecuarias

Es un órgano de difusión científica y técnica, de carácter periódico. Su objetivo es dar a conocer los resultados de las investigaciones realizadas por cualquier institución científica, de México y el mundo, relacionadas con las Ciencias Pecuarias.

Incluida en el Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), cuyos criterios de evaluación no solo se refieren a la calidad del contenido, sino también a la inclusión en índices internacionales y a la periodicidad y regularidad de la publicación.

Esta Revista es el medio oficial de comunicación científico y técnico de la Comunidad Virtual Veterinaria de Veterinaria.org, éste se distribuye gratuitamente por correo electrónico a los veterinarios y otros profesionales.

Página Web de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la UNAM, cuyo objetivo es mantener actualizados a sus estudiantes en los avances y noticias del mundo veterinario.

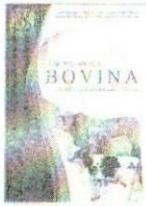
Página Web de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la UNAM, dedicada a la Reproducción Bovina y sus últimas noticias.

Archivos de Medicina Veterinaria publica trabajos en el campo de las Ciencias Veterinarias, los que deben corresponder a artículos originales de investigación científica, revisiones bibliográficas y comunicaciones sobre casos clínicos, descripción de técnicas o métodos.

Página Web de la Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias de la Universidad de Chile, con revisiones monográficas especializadas en Ciencias Veterinarias.

Revista científica internacional de periodicidad trimestral, fundada en 1952 por el Instituto de Zootecnia de la Facultad de veterinaria de Córdoba y editada por la Universidad de Córdoba y la Asociación Iberoamericana de Zootecnia con la finalidad de difundir los resultados de la investigación sobre Producción Animal y áreas afines.

Es un portal destinado para el mundo agropecuario, donde se puede encontrar información de las diversas especies domésticas, así como intercambiar experiencias con expertos de las diversas áreas pecuarias.



Esta obra, por su carácter enciclopédico, pretende ser una obra de consulta útil para los estudiantes de las carreras de Medicina Veterinaria y Zootecnia y de Agronomía, Zootecnia, así como para profesionales en

Página Web internacional sobre la Investigación Parasitología.

La Biblioteca Digital Mundial pone a disposición en Internet, de manera gratuita y en formato multilingüe, importantes materiales fundamentales de culturas de todo el mundo.

2

Apéndice A4. Población escolar de licenciatura y alumnos de propedeútico por escuela, carrera y sexo. Agosto-Diciembre 2008

Escuela / Facultad	Propedeútico			Primer ingreso			Reingreso			Total		
Carrera	H	M	Total	H	M	Subt.	H	M	Subt.	H	M	Total
Facultad de Humanidades	0	0	0	122	216	338	502	1,590	2,405	637	1,806	2,743
Bibliotecologia *	0	0	0	0	0	0	43	73	116	43	73	116
Bibliotecologia y Gestion de Informacion	0	0	0	10	14	24	0	0	0	10	14	24
Ciencias de la Comunicación	0	0	0	0	0	0	145	238	383	145	238	383
Comunicación	0	0	0	39	42	81	85	110	195	124	152	276
Lengua y Literatura Hispanoamericana*	0	0	0	0	0	0	56	94	150	56	94	150
Lengua y Literatura Hispanoamericana	0	0	0	15	21	36	28	54	82	43	75	118
Pedagogia**	0	0	0	58	139	197	458	1,021	1,479	516	1,160	1,676
Escuela de Contaduria y Administracion (Pichucalco)	0	0	0	55	69	124	136	228	364	191	297	488
Administracion	0	0	0	28	35	63	48	88	136	76	123	199
Administracion de Empresas*	0	0	0	0	0	0	21	24	45	21	24	45
Contaduria	0	0	0	27	34	61	44	78	122	71	112	183
Contaduria Publica*	0	0	0	0	0	0	23	38	61	23	38	61
Escuela de Cinecias Administrativas (Comitan)	0	0	0	63	99	162	350	390	740	413	489	902
Administracion	0	0	0	17	34	51	109	137	246	126	171	297
Administracion de Empresas*	0	0	0	0	0	0	28	55	83	28	55	83
Contaduria	0	0	0	46	65	111	168	161	329	214	226	440
Contaduria Publica*	0	0	0	0	0	0	45	37	82	45	37	82
Escuela de Ciencias Administrativas(Arriaga)	0	0	0	80	71	151	150	170	320	230	241	471
Administracion	0	0	0	22	30	52	29	67	96	51	97	148
Administracion de Empresas*	0	0	0	0	0	0	9	18	27	9	18	27
Contaduria	0	0	0	14	12	26	31	32	63	45	44	89
Contaduria Publica*	0	0	0	0	0	0	10	11	21	10	11	21
Ingeniero Agroindustrial	0	0	0	44	29	73	71	42	113	115	71	186
Escuela de Ciencias Administrativas (Tonala)	0	0	0	67	116	183	147	185	332	214	301	515
Administracion	0	0	0	33	58	91	63	82	145	96	140	236
Administracion de Empresas*	0	0	0	0	0	0	23	31	54	23	31	54
Contaduria	0	0	0	21	25	46	43	52	95	64	77	141
Contaduria Pública*	0	0	0	0	0	0	18	20	38	18	20	38
Gestión Turistica***	0	0	0	13	33	46	0	0	0	13	33	46
Escuela de Lenguas (Tuxtla)	0	0	0	21	38	59	77	131	208	98	169	267
Enseñanza del Francés	0	0	0	9	19	28	14	24	38	23	43	66
Enseñanza del Inglés*	0	0	0	0	0	0	26	56	82	26	56	82
Enseñanza del Inglés	0	0	0	12	19	31	37	51	88	49	70	119
Escuela de Lenguas (San Cristobal de las Casas)	0	0	0	19	24	43	58	59	117	77	83	160
Enseñanza del Ingles*	0	0	0	0	0	0	31	29	60	31	29	60
Enseñanza del Ingles	0	0	0	19	24	43	27	30	57	46	54	100
Escuela de Lenguas (Tapachula)	0	0	0	15	26	41	57	108	165	72	134	206
Enseñanza del Ingles*	0	0	0	0	0	0	26	50	76	26	50	76
Enseñanza del Ingles	0	0	0	15	26	41	31	58	89	46	84	130
Coordinacion de Gestión y Autodesarrollo Indigena	0	0	0	9	6	15	25	36	61	34	42	76
Gestión y Autodesarrollo Indigena	0	0	0	9	6	15	25	36	61	34	42	76
CENBIO	0	0	0	36	35	71	128	98	226	164	133	297
Ingeniero en Sistemas Costero	0	0	0	8	11	19	31	27	58	39	38	77
Ingeniero Biotecnólogo	0	0	0	28	24	52	97	71	168	125	95	220
CEDES	0	0	0	0	0	0	10	13	23	10	13	23
Gerencia Social****	0	0	0	0	0	0	10	13	23	10	13	23
TSU	0	0	0	9	23	32	0	0	0	9	23	32
Gestion Turistica****	0	0	0	9	23	32	0	0	0	9	23	32
PA	0	0	0	26	4	30	0	0	0	26	4	30
Desarrollo de Sofware****	0	0	0	26	4	30	0	0	0	26	4	30
Total	0	0	0	1,706	1,672	3,378	8,172	7,933	16,105	9,878	9,605	19,483

Fuente Dirección de Servicios Escolares, UNACH., 2009

* Planes de Estudio en liquidación

** Incluye extensiones de Tapachula y Pijijiapan

*** Tronco común

**** PE Se imparte en Modalidad Virtual

Apéndice A5 Personal académico por dependencia y nivel de estudios
Agosto - Diciembre 2008

Dependencia	Técnico	Licenciatura		Posgrado			Total
		Pasante	Titulado	Especialidad	Maestría	Doctorado	
Escuelas	21	15	182	1	60	3	282
Ciencias Administrativas (Pichucalco)	0	0	26	0	0	0	26
Ciencias Administrativas (Comitán)	0	0	17	1	20	0	38
Ciencias Administrativas (Arriaga)	1	0	18	0	3	0	22
Ciencias Administrativas (Tonalá)	3	0	22	0	4	1	30
Lenguas (San Cristóbal de Las Casas)	1	1	32	0	6	0	42
Lenguas (Tapachula)	5	5	25	0	10	1	44
Lenguas (Tuxtla)	11	11	42	0	17	1	80
Facultades	9	9	488	107	575	109	1.288
Arquitectura	1	1	61	1	29	4	96
Ciencias Agrícolas	0	0	17	0	37	14	68
Ciencias Agronómicas	3	3	18	1	42	10	74
Ciencias de la Administración	1	1	29	0	53	6	89
Ciencias Químicas	2	2	25	1	44	12	88
Ciencias Sociales	0	0	45	7	56	0	113
Contaduría Pública	0	0	35	4	32	10	74
Contaduría y Administración	0	0	66	2	69	6	149
Derecho	0	0	23	1	12	11	43
Humanidades	0	0	85	1	89	16	186
Ingeniería	1	1	39	87	42	2	99
Medicina Humana	0	0	20	2	44	2	153
Medicina Veterinaria y Zootecnia	1	1	25	0	26	7	56
Instituto de Estudios Indígenas	2	2	0	0	7	0	16
Centro de Estudios Avanzados	2	2	1	0	1	4	5
Coordinación de Gestión y Autodesarrollo Indígena	0	0	2	0	10	2	16
CEDES	0	0	0	0	1	0	3
Lic. En Sistemas Costeros	0	0	3	0	3	2	6
Áreas Centrales	4	2	56	1	10	2	75
Total	38	18	732	109	667	127	1.691

Fuente: Dirección General de Planeación, UNACH, 2009

Apéndice A6. Cuestionario de alumnos

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN CAMPUS
DIVISIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ENCUESTA PARA ALUMNOS DE LA UNACH

Esta encuesta forma parte de un proyecto de investigación para tesis de Posgrado. El manejo de la información será confidencial y para fines exclusivamente académicos.

Información personal:

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

Licenciatura a la que perteneces: _____

Campus: _____

Escuela/Facultad: _____

Semestre: _____.

Preguntas:
Instrucciones: Marca con (X) la opción deseada. En algunos casos es posible indicar más de una opción. Por favor, responde todas las preguntas, lo cual te tomará aproximadamente 10 minutos.

1. Cuando realizas una búsqueda de información, ¿Qué medio(s) eliges?
   ( ) 1. Material de la biblioteca de mi Escuela/Facultad
   ( ) 2. Material de la Biblioteca Central Universitaria de la UNACH
   ( ) 3. Material de una Biblioteca Digital
   ( ) 4. Buscadores en línea (ej. Google, Yahoo, Altavista, etc)
   ( ) 5. Otro. Por favor indica: _____

2. Cuando acudes a una biblioteca, ¿Qué actividad(es) realizas?
   ( ) 1. Búsqueda en la Base de Datos
   ( ) 2. Consulto libros
   ( ) 3. Consulto material hemerográfico
   ( ) 4. Consulto material multimedia (video, gráficos, texto) y/o de audio
   ( ) 5. Utilizo el equipo de cómputo disponible en biblioteca para hacer tareas o uso personal
   ( ) 6. Busco información a través de Internet
   ( ) 7. No visito frecuentemente una biblioteca.
   ( ) 8. Otro. Por favor indica: _____

3. ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una Biblioteca Digital?
   ( ) 1.Sí. ¿Cuál? _____
   ( ) 2. No

4. ¿Conoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH) cuenta con servicios de Biblioteca Digital?
   ( ) 1. Sí ( ) 2. No

Si tu respuesta es NO, por favor pasa a la pregunta 5. Si tu respuesta es sí, por favor pasa a la pregunta 6.

5. ¿Qué información consideras necesaria para poder utilizar los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH? (puedes marcar más de una opción).
   ( ) 1. Sobre el funcionamiento del equipo de cómputo e Internet
   ( ) 2. La dirección electrónica del portal de los servicios de Biblioteca Digital
   ( ) 3. Las claves de acceso del portal de Servicios de Biblioteca Digital
   ( ) 4. El acervo bibliográfico de la Biblioteca Digital
   ( ) 5. Sobre el funcionamiento de las Bases de Datos y catálogo en línea
   ( ) 6. No me interesa utilizar una Biblioteca Digital
   ( ) 7. Otra. Por favor indica: _____

Fin de la encuesta. Muchas gracias por tu colaboración

6. ¿Por qué medio te enteraste de que el SIBIUNACH cuenta con servicios de Biblioteca Digital?
   ( ) 1. Página Web de la UNACH
   ( ) 2. Página Web de la Biblioteca Central de la UNACH
   ( ) 3. Página Web de tu Escuela/Facultad
   ( ) 4.Visita guiada
   ( ) 5.Trípticos, posters, carteles, etc. en tu Escuela/Facultad
   ( ) 6. Trípticos, posters, carteles, etc. en la Biblioteca Central Universitaria
   ( ) 7. Curso de inducción al programa de estudios
   ( ) 8. Un profesor me solicitó una búsqueda de información por ese medio
   ( ) 9. Un profesor me lo sugirió
   ( ) 10.Un compañero me lo comentó
   ( ) 11. Otro. Por favor indica: _____

7. ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital?
   ( ) 1. Excelente
   ( ) 2. Buena
   ( ) 3. Regular
   ( ) 4. Mala
   ( ) 5. No existe promoción y difusión de estos servicios
   ( ) 6. Otro: _____

8. ¿Conoces la dirección electrónica del portal de la Biblioteca Digital?
   ( ) 1. Sí ( ) 2. No

9. ¿Has accedido a la información de las bases de datos?
   ( ) 1. Sí ( ) 2. No

Si tu respuesta es NO, por favor pasa a la pregunta 10. Si tu respuesta es Sí, por favor pasa a la pregunta 11.

10. Indica los motivos por los que no has utilizado los Servicios de la Biblioteca Digital: (puedes señalar más de una opción)
    ( ) 1. No me interesa
    ( ) 2. No tengo habilidades computacionales

( ) 3. Nunca he utilizado una Biblioteca Digital
( ) 4. La información disponible en la biblioteca física ha sido suficiente
( ) 5. Otro. Por favor indica:_____

Fin de la encuesta. Gracias por tu colaboración

11.Tu acceso a la biblioteca digital ha sido a través de:
( ) 1.La red de la UNACH ( ) 2. Remoto, desde tu casa

12.¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?
( ) 1. Sí ( ) 2. No

13. El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar
( ) 1. Totalmente de acuerdo
( ) 2. De acuerdo
( ) 3. En desacuerdo
( ) 4. Totalmente en desacuerdo

14. Cuando utilizas los servicios de Biblioteca Digital ¿Qué problemas encuentras con mayor frecuencia?
( ) 1. Buscar la información
( ) 2. Acceder a las bases de datos
( ) 3. Problemas de Red
( ) 4. Problemas del equipo de cómputo
( ) 5. Idioma de la base de dato
( ) 6. Idioma del documento
( ) 7. Otro. Indica:_____

15.¿Cómo aprendiste a consultar las bases de datos de la Biblioteca Digital?
( ) 1. Me enseñaron en el curso de inducción al programa de estudios
( ) 2. Me enseñaron en un curso que ofertó la Dirección de Desarrollo Bibliotecario
( ) 3. Me enseñó personal de la Biblioteca Departamental de mi Escuela/Facultad
( ) 4. Me enseñó personal de la Biblioteca Central Universitaria
( ) 5.Aprendí por mi cuenta
( ) 6. Otro. Por favor indique: _____

16.¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH?
( ) 1. Sólo la he utilizado una vez
( ) 2. Una vez a la semana
( ) 3. De 1 a 4 veces al semestre
( ) 4. De 5 a 10 veces al semestre
( ) 5. Más de 10 veces al semestre
( ) 6. Nunca la he utilizado

17. ¿Para qué fines utilizas los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH? (puedes señalar más de una opción)
( ) 1. Búsqueda de información para la clase
( ) 2. Búsqueda de información complementaria a la clase
( ) 3. Actualización de conocimientos de mi disciplina
( ) 4. Actividad de tiempo libre
( ) 5. Documentación sobre temas de interés personal
( ) 6. Otro. Por favor indica: _____

18. ¿Los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?
( ) 1. Siempre

( ) 2. La mayoría de las veces
( ) 3. Pocas veces
( ) 4.Casi nunca
( ) 5. Nunca

19. Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?
( ) 1.Excelente
( ) 2.Buena
( ) 3.Regular
( ) 4.Mala
( ) 5.Nunca he solicitado ayuda

20. ¿Qué beneficio(s) has obtenido de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?
( ) 1. Apoyo en actividades curriculares
( ) 2. Apoyo en actividades extra-curriculares
( ) 3. Aprendizaje en el uso de la tecnología
( ) 4. Ahorro en la obtención y reproducción de materiales
( ) 5. Otro. Por favor indica: _____

21. En comparación con otras alternativas de búsqueda de documentos electrónicos (Google académico, otras bibliotecas digitales, etc.), los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH son:
( ) 1. Altamente superior
( ) 2. Mejor
( ) 3. Igual
( ) 4. Peor
( ) 5. Muy inferior

22. En caso de que seas usuario de los servicios de otra biblioteca digital o virtual, por favor indica cuál:
( ) 1. Biblioteca Pública Virtual del Estado de Chiapas
( ) 2. Biblioteca Digital de IESCH
( ) 3. Biblioteca Virtual Tecnológica (Biblioteca del Instituto Tecnológico Regional de Tuxtla Gutiérrez)
( ) 4. Biblioteca digital (ITESM)
( ) 5. Biblioteca Digital UVM
( ) 6. Otra. Por favor indica: _____

23. Comentarios y sugerencias para la mejora de los servicios de la Biblioteca Digital de la UNACH:
_____
_____

Gracias por tu colaboración

Apéndice A7. Cuestionario Docentes

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN CAMPUS
DIVISIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ENCUESTA PARA DOCENTES DE LA UNACH

Esta encuesta forma parte de un proyecto de investigación para tesis de Posgrado. El manejo de la información será confidencial y para fines exclusivamente académicos.

Instrucciones: Marca con (X) la opción deseada. En algunos casos es posible indicar más de una opción. Por favor, responde todas las preguntas, lo cual le tomará aproximadamente 5 minutos.

Información personal:

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

Adscripción:

( ) 1. **Escuela de Lenguas** (Tuxtla Gutiérrez)
( ) 2. **Facultad de Arquitectura**
( ) 3. Facultad de Ingeniería
( ) 4. Facultad de Contaduría y Administración
( ) 5. Facultad de Medicina Humana
( ) 6. Facultad de Humanidades

Licenciatura a la que pertenece: _____

Tipo de contratación:
( ) 1. Asignatura
( ) 2. Medio tiempo
( ) 3.Tiempo completo

Preguntas:

1. Conoce que el Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH) cuenta con el servicio de Biblioteca Digital
   ( ) 1. Si ( ) 2. No

2. ¿Por qué medio se enteró de que el SIBIUNACH cuenta con este servicio?
   ( ) 1. Página Web de la UNACH
   ( ) 2. Página Web de la Biblioteca de la UNACH
   ( ) 3. Página Web de su Escuela/Facultad
   ( ) 4. Visita guiada
   ( ) 5. Trípticos, posters, carteles, etc. en tu Escuela/Facultad
   ( ) 6. Trípticos, posters, carteles, etc. en la Biblioteca Central Universitaria
   ( ) 7. Curso de inducción en el uso de las bases de datos proporcionado por el proveedor
   ( ) 8. A través de un compañero de trabajo
   ( ) 9. No sabía que existe una biblioteca digital
   ( ) 10. Otro. Por favor indica: _____

3. ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?
   ( ) 1. Frecuentemente consulto bibliotecas digitales
   ( ) 2. Ocasionalmente consulto bibliotecas digitales
   ( ) 3. Raramente consulto biblioteca digitales
   ( ) 4. Nunca he utilizado alguna
   ( ) 5. No sé que es una biblioteca digital

4. ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?
   ( ) 1. Excelente
   ( ) 2. Buena
   ( ) 3. Regular
   ( ) 4. Mala
   ( ) 5. No existe promoción y difusión de estos servicios
   ( ) 6. Otro. Por favor indique: _____

5. ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?
   ( ) 1. Más de 1 vez por semana
   ( ) 2. Una vez cada 15 días
   ( ) 3. Una vez al mes
   ( ) 4. Una vez al semestre
   ( ) 5. Nunca la he utilizado
   ( ) 6. No sabía de su existencia
   ( ) 7. Otro: _____

6. Cuando tiene acceso a los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH ¿Desde qué ubicación lo hace?
   ( ) 1. Acceso directo en la red UNACH
   ( ) 2. Acceso remoto desde la casa u oficina
   ( ) 3. Nunca he ingresado a la BD

7. Marque el(los) uso(s) que usted hace de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH:
   ( ) 1. Búsqueda de información en trabajos de investigación
   ( ) 2. Búsqueda de información para material de clases
   ( ) 3. Búsqueda de información para temas de interés personal
   ( ) 4. Solicito a los estudiantes que realicen búsquedas por este medio
   ( ) 5. No utilizo la Biblioteca Digital

8. Mencione dos de las bases de datos que consulta con más frecuencia
   _____
   _____

9. La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada
   ( ) 1. Totalmente de acuerdo
   ( ) 2. De acuerdo
   ( ) 3. En desacuerdo
   ( ) 4. Totalmente en desacuerdo
   ( ) 5. No aplica

10. Mencione que bases de datos son de su área?
   _____
   _____
   _____

11. Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma
( ) 1. Si ( ) 2. No

12. ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?
( ) 1. Si ( ) 2. No

13. Respecto al uso y acceso de las fuentes de información cómo son las bases de datos de los servicios de biblioteca digital, que observaciones, sugerencias o comentarios le gustaría agregar:

_____

_____

_____

Si desea recibir los resultados de la presente investigación vía e-mail, favor de proporcionarlo:

_____

Gracias por su colaboración.

Apéndice A 8. Cuestionario Bibliotecarios

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN CAMPUS I
DIVISIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ENCUESTA DE OPINIÓN PARA BIBLIOTECAS DE LAS DES DE LA UNACH

Esta encuesta forma parte de un proyecto de investigación para tesis de Posgrado. El manejo de la información será confidencial y para fines exclusivamente académicos.
Instrucciones: Marque con (X) la opción deseada. En algunos casos es posible indicar más de una opción. Por favor, responda todas las preguntas, lo cual le tomará aproximadamente 5 minutos.

Información personal:

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

Campus: _____.

Escuela/Facultad: _____

Preguntas:

1. ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?
   ( ) 1.Sí ( ) 2. No
   Si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 3.

2. Señale la información que sí esté contenida en la página Web de su Escuela/Facultad:
   ( ) 1. Link a la Biblioteca Digital de la UNACH
   ( ) 2. Link a bibliotecas digitales de otras instituciones
   ( ) 3. Información sobre los servicios de la Biblioteca física de la Escuela/Facultad

3. En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?
   ( ) 1. Sí ( ) 2. No

4. ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?
   ( ) 1. Sí ( ) 2. No
5. En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?
   ( ) 1. Sí ( ) 2. No
   Si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 7

6. ¿Qué actividades de difusión se han desarrollado para las bases de datos de la BD del SIBIUNACH? (Puede marcar varias opciones)
   ( ) 1. Pláticas informativas para docentes
   ( ) 2. Pláticas informativas para administrativos
   ( ) 3. Pláticas informativas para alumnos
   ( ) 4. Periódico mural

( ) 5. Correo electrónico informativo
( ) 6. Carteles
( ) 7. Trípticos
( ) 8. Link en la página de la Escuela/Facultad
( ) 9. Boletín de prensa
( ) 10. Boletín de nuevas publicaciones
( ) 11. Otros. Por favor, indique: _____

7. Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH
( ) 1. Desconocen la existencia de la BD
( ) 2. Desconocen el uso de la BD
( ) 3. Conocen los servicios de la BD
( ) 4. Alguna vez han utilizado los servicios de la BD
( ) 5. Utilizan frecuentemente los servicios de la BD

8. ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?
( ) 1. Sí ( ) 2.No

9. ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?
( ) 1. Sí ( ) 2. No

Si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 12

10. Considera que la capacitación recibida lo habilita para: (puede marcar más de una opción)
( ) 1. Informar de manera general a los usuarios sobre la dirección electrónica y forma de ingreso a BD
( ) 2. Ayudar a los usuarios en el ingreso a la BD
( ) 3. Ayudar a los usuarios para el acceso a recursos específicos de la BD
( ) 4. Descripción general del contenido de las bases de datos de la BD
( ) 5. Encontrar materiales específicos en las bases de datos de la BD
( ) 6. Nada de lo anterior
( ) 7. Otro. Por favor indique: _____

11. La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.
( ) 1. Totalmente de acuerdo
( ) 2. De acuerdo
( ) 3. En desacuerdo
( ) 4. Totalmente en desacuerdo
( ) 5. Lo desconozco

12. En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?
( ) 1. Sí ( ) 2. No

13. Desde su experiencia, ¿Cuáles considera que son los principales problemas que presenta el acceso a la BD en su Escuela/Facultad? (puede marcar más de una opción)
( ) 1. Buscar la información
( ) 2. Acceder a las bases de datos de la BD
( ) 3. Problema de la red
( ) 4. Problemas del equipo de cómputo
( ) 5. Idioma de la base de datos y documentos
( ) 6. Desconocimiento del contenido de las bases de datos

( ) 7.Otros. Por favor, indique: _____

14. Desde su experiencia, ¿Cuáles considera que son las principales ventajas que presenta el acceso a la BD en su Escuela/Facultad? (puede marcar más de una opción)
    ( ) 1. Cuenta con información actualizada sobre la disciplina
    ( ) 2. Cuenta con información útil para actividades recreativas
    ( ) 3. Complementa la información disponible en la biblioteca física de la Escuela/Facultad
    ( ) 4. Economiza recursos de los usuarios
    ( ) 5. Otros. Por favor, indique: _____

Si desea recibir los resultados de la presente investigación
vía e-mail, favor de proporcionarlo:

_____

Gracias por su colaboración

Apéndice B

Apéndice B1. Cuando realizas una búsqueda de información, ¿Qué medio(s) eliges?

			Material de la biblioteca de mi Escuela o Facultad	Material de la Biblioteca Central Universitaria de la UNACH	Material de una Biblioteca Digital	Buscadores en línea (ej. Google, Yahoo, Altavista, etc)	Otro. Por favor indica:	Total
Licenciatura	Contaduria	Recuento	4	9	2	19	0	24
		% dentro de licencia	16.7%	37.5%	8.3%	79.2%	.0%	
		% dentro de $Preg1	3.4%	13.4%	15.4%	9.8%	.0%	
		% del total	1.6%	3.5%	.8%	7.5%	.0%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	1	1	0	19	0	20
		% dentro de licencia	5.0%	5.0%	.0%	95.0%	.0%	
		% dentro de $Preg1	.8%	1.5%	.0%	9.8%	.0%	
		% del total	.4%	.4%	.0%	7.5%	.0%	7.9%
	LAE	Recuento	10	10	2	19	0	23
		% dentro de licencia	43.5%	43.5%	8.7%	82.6%	.0%	
		% dentro de $Preg1	8.4%	14.9%	15.4%	9.8%	.0%	
		% del total	3.9%	3.9%	.8%	7.5%	.0%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	5	10	1	28	1	31
		% dentro de licencia	16.1%	32.3%	3.2%	90.3%	3.2%	
		% dentro de $Preg1	4.2%	14.9%	7.7%	14.4%	33.3%	
		% del total	2.0%	3.9%	.4%	11.0%	.4%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	8	2	0	10	0	13
		% dentro de licencia	61.5%	15.4%	.0%	76.9%	.0%	
		% dentro de $Preg1	6.7%	3.0%	.0%	5.2%	.0%	
		% del total	3.1%	.8%	.0%	3.9%	.0%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	4	2	1	4	0	7
		% dentro de licencia	57.1%	28.6%	14.3%	57.1%	.0%	
		% dentro de $Preg1	3.4%	3.0%	7.7%	2.1%	.0%	
		% del total	1.6%	.8%	.4%	1.6%	.0%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	10	3	0	5	0	12
		% dentro de licencia	83.3%	25.0%	.0%	41.7%	.0%	
		% dentro de $Preg1	8.4%	4.5%	.0%	2.6%	.0%	
		% del total	3.9%	1.2%	.0%	2.0%	.0%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	16	11	1	33	1	38
		% dentro de licencia	42.1%	28.9%	2.6%	86.8%	2.6%	
		% dentro de $Preg1	13.4%	16.4%	7.7%	17.0%	33.3%	
		% del total	6.3%	4.3%	.4%	13.0%	.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	3	0	7	0	7
		% dentro de licencia	.0%	42.9%	.0%	100.0%	.0%	
		% dentro de $Preg1	.0%	4.5%	.0%	3.6%	.0%	
		% del total	.0%	1.2%	.0%	2.8%	.0%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	21	6	0	19	0	30
		% dentro de licencia	70.0%	20.0%	.0%	63.3%	.0%	
		% dentro de $Preg1	17.6%	9.0%	.0%	9.8%	.0%	
		% del total	8.3%	2.4%	.0%	7.5%	.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	14	3	0	13	0	20
		% dentro de licencia	70.0%	15.0%	.0%	65.0%	.0%	
		% dentro de $Preg1	11.8%	4.5%	.0%	6.7%	.0%	
		% del total	5.5%	1.2%	.0%	5.1%	.0%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	26	7	6	18	1	29
		% dentro de licencia	89.7%	24.1%	20.7%	62.1%	3.4%	
		% dentro de $Preg1	21.8%	10.4%	46.2%	9.3%	33.3%	
		% del total	10.2%	2.8%	2.4%	7.1%	.4%	11.4%
Total		Recuento	119	67	13	194	3	254
		% del total	46.9%	26.4%	5.1%	76.4%	1.2%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B2: Cuando acudes a una biblioteca, ¿Qué actividad(es) realizas?

			Búsqueda en la base de datos	Consulto libros	Consulto material hemerográfico	Consulto material multimedia (video, gráficos, texto) y/o de audio	Utilizo el equipo de cómputo disponible en biblioteca para hacer tareas o uso personal	Busco información a través de Internet	No visito frecuentemente una biblioteca.	Otro. Por favor indica:	Total
Licenciatura	Contaduria	Recuento	4	18	1	0	3	7	2	0	24
		% dentro de licencia	16.7%	75.0%	4.2%	.0%	12.5%	29.2%	8.3%	.0%	
		% dentro de $Preg2	4.9%	9.7%	25.0%	.0%	12.0%	10.3%	14.3%	.0%	
		% del total	1.6%	7.1%	.4%	.0%	1.2%	2.8%	.8%	.0%	9.5%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	4	9	0	2	0	8	3	0	20
		% dentro de licencia	20.0%	45.0%	.0%	10.0%	.0%	40.0%	15.0%	.0%	
		% dentro de $Preg2	4.9%	4.8%	.0%	22.2%	.0%	11.8%	21.4%	.0%	
		% del total	1.6%	3.6%	.0%	.8%	.0%	3.2%	1.2%	.0%	7.9%
	LAE	Recuento	8	17	0	0	1	8	0	1	23
		% dentro de licencia	34.8%	73.9%	.0%	.0%	4.3%	34.8%	.0%	4.3%	
		% dentro de $Preg2	9.8%	9.1%	.0%	.0%	4.0%	11.8%	.0%	50.0%	
		% del total	3.2%	6.7%	.0%	.0%	.4%	3.2%	.0%	.4%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	6	23	0	0	0	10	3	0	30
		% dentro de licencia	20.0%	76.7%	.0%	.0%	.0%	33.3%	10.0%	.0%	
		% dentro de $Preg2	7.3%	12.4%	.0%	.0%	.0%	14.7%	21.4%	.0%	
		% del total	2.4%	9.1%	.0%	.0%	.0%	4.0%	1.2%	.0%	11.9%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	4	11	0	0	2	2	1	0	13
		% dentro de licencia	30.8%	84.6%	.0%	.0%	15.4%	15.4%	7.7%	.0%	
		% dentro de $Preg2	4.9%	5.9%	.0%	.0%	8.0%	2.9%	7.1%	.0%	
		% del total	1.6%	4.4%	.0%	.0%	.8%	.8%	.4%	.0%	5.2%
	Pedagogía	Recuento	5	5	0	1	0	1	1	0	7
		% dentro de licencia	71.4%	71.4%	.0%	14.3%	.0%	14.3%	14.3%	.0%	
		% dentro de $Preg2	6.1%	2.7%	.0%	11.1%	.0%	1.5%	7.1%	.0%	
		% del total	2.0%	2.0%	.0%	.4%	.0%	.4%	.4%	.0%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	7	11	0	0	0	2	0	0	12
		% dentro de licencia	58.3%	91.7%	.0%	.0%	.0%	16.7%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg2	8.5%	5.9%	.0%	.0%	.0%	2.9%	.0%	.0%	
		% del total	2.8%	4.4%	.0%	.0%	.0%	.8%	.0%	.0%	4.8%
	Bibliotecologia	Recuento	20	24	2	1	4	10	0	0	38
		% dentro de licencia	52.6%	63.2%	5.3%	2.6%	10.5%	26.3%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg2	24.4%	12.9%	50.0%	11.1%	16.0%	14.7%	.0%	.0%	
		% del total	7.9%	9.5%	.8%	.4%	1.6%	4.0%	.0%	.0%	15.1%
	Lenguas	Recuento	3	5	0	0	1	4	0	0	7
		% dentro de licencia	42.9%	71.4%	.0%	.0%	14.3%	57.1%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg2	3.7%	2.7%	.0%	.0%	4.0%	5.9%	.0%	.0%	
		% del total	1.2%	2.0%	.0%	.0%	.4%	1.6%	.0%	.0%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	4	23	0	0	1	5	0	0	29
		% dentro de licencia	13.8%	79.3%	.0%	.0%	3.4%	17.2%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg2	4.9%	12.4%	.0%	.0%	4.0%	7.4%	.0%	.0%	
		% del total	1.6%	9.1%	.0%	.0%	.4%	2.0%	.0%	.0%	11.5%
	Arquitectura	Recuento	8	15	0	3	3	3	2	0	20
		% dentro de licencia	40.0%	75.0%	.0%	15.0%	15.0%	15.0%	10.0%	.0%	
		% dentro de $Preg2	9.8%	8.1%	.0%	33.3%	12.0%	4.4%	14.3%	.0%	
		% del total	3.2%	6.0%	.0%	1.2%	1.2%	1.2%	.8%	.0%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	9	25	1	2	10	8	2	1	29
		% dentro de licencia	31.0%	86.2%	3.4%	6.9%	34.5%	27.6%	6.9%	3.4%	
		% dentro de $Preg2	11.0%	13.4%	25.0%	22.2%	40.0%	11.8%	14.3%	50.0%	
		% del total	3.6%	9.9%	.4%	.8%	4.0%	3.2%	.8%	.4%	11.5%
Total		Recuento	82	186	4	9	25	68	14	2	252
		% del total	32.5%	73.8%	1.6%	3.6%	9.9%	27.0%	5.6%	.8%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B2: ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una Biblioteca Digital?

			Si	No	Total
Licenciatura	Contaduria	Recuento	5	19	24
		% dentro de Licenciatura	20.8%	79.2%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	10.2%	9.3%	9.4%
		% del total	2.0%	7.5%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	2	18	20
		% dentro de Licenciatura	10.0%	90.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	4.1%	8.8%	7.9%
		% del total	.8%	7.1%	7.9%
	LAE	Recuento	3	20	23
		% dentro de Licenciatura	13.0%	87.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	6.1%	9.8%	9.1%
		% del total	1.2%	7.9%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	4	27	31
		% dentro de Licenciatura	12.9%	87.1%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	8.2%	13.2%	12.2%
		% del total	1.6%	10.6%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	1	12	13
		% dentro de Licenciatura	7.7%	92.3%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	2.0%	5.9%	5.1%
		% del total	.4%	4.7%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	3	4	7
		% dentro de Licenciatura	42.9%	57.1%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	6.1%	2.0%	2.8%
		% del total	1.2%	1.6%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	.0%	5.9%	4.7%
		% del total	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	11	27	38
		% dentro de Licenciatura	28.9%	71.1%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	22.4%	13.2%	15.0%
		% del total	4.3%	10.6%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	.0%	3.4%	2.8%
		% del total	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	1	29	30
		% dentro de Licenciatura	3.3%	96.7%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	2.0%	14.1%	11.8%
		% del total	.4%	11.4%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	.0%	9.8%	7.9%
		% del total	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	19	10	29
		% dentro de Licenciatura	65.5%	34.5%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	38.8%	4.9%	11.4%
		% del total	7.5%	3.9%	11.4%
Total		Recuento	49	205	254
		% dentro de Licenciatura	19.3%	80.7%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez has tenido acceso a información de una BD?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	19.3%	80.7%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B4: ¿Conoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH) cuenta con servicios de Biblioteca Digital?

			Si	No	Total
Licenciatura	Contaduría	Recuento	5	19	24
		% dentro de Licenciatura	20.8%	79.2%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	13.9%	8.7%	9.4%
		% del total	2.0%	7.5%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	.0%	9.2%	7.9%
		% del total	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	.0%	10.6%	9.1%
		% del total	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	3	28	31
		% dentro de Licenciatura	9.7%	90.3%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	8.3%	12.8%	12.2%
		% del total	1.2%	11.0%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	.0%	6.0%	5.1%
		% del total	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	1	6	7
		% dentro de Licenciatura	14.3%	85.7%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	2.8%	2.8%	2.8%
		% del total	.4%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	.0%	5.5%	4.7%
		% del total	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	7	31	38
		% dentro de Licenciatura	18.4%	81.6%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	19.4%	14.2%	15.0%
		% del total	2.8%	12.2%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	.0%	3.2%	2.8%
		% del total	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	4	26	30
		% dentro de Licenciatura	13.3%	86.7%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	11.1%	11.9%	11.8%
		% del total	1.6%	10.2%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	2	18	20
		% dentro de Licenciatura	10.0%	90.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	5.6%	8.3%	7.9%
		% del total	.8%	7.1%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	14	15	29
		% dentro de Licenciatura	48.3%	51.7%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	38.9%	6.9%	11.4%
		% del total	5.5%	5.9%	11.4%
Total		Recuento	36	218	254
		% dentro de Licenciatura	14.2%	85.8%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces que el Sistema Bibliotecario de la UNACH cuenta con servicios de BD?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	14.2%	85.8%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B3: ¿Qué información consideras necesaria para poder utilizar los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH?

			Sobre el funcionamiento del equipo de cómputo e Internet	La dirección electrónica del portal de los servicios de Biblioteca Digital	Las claves de acceso del portal de Servicios de Biblioteca Digital	El acervo bibliográfico de la Biblioteca Digital	Sobre el funcionamiento de las Bases de Datos y catálogo en línea	No me interesa utilizar una Biblioteca Digital	Otra. Por favor indica:	No contesto	Total
Licenciatura	Contaduría	Recuento	1	6	10	6	10	0	0	6	24
		% dentro de licencia	4.2%	25.0%	41.7%	25.0%	41.7%	.0%	.0%	25.0%	
		% dentro de $Preg5	1.8%	6.1%	14.3%	7.8%	13.9%	.0%	.0%	18.2%	
		% del total	.4%	2.4%	3.9%	2.4%	3.9%	.0%	.0%	2.4%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	11	9	5	8	7	0	0	0	20
		% dentro de licencia	55.0%	45.0%	25.0%	40.0%	35.0%	.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg5	19.3%	9.1%	7.1%	10.4%	9.7%	.0%	.0%	.0%	
		% del total	4.3%	3.5%	2.0%	3.1%	2.8%	.0%	.0%	.0%	7.9%
	LAE	Recuento	2	8	10	5	8	1	2	0	23
		% dentro de licencia	8.7%	34.8%	43.5%	21.7%	34.8%	4.3%	8.7%	.0%	
		% dentro de $Preg5	3.5%	8.1%	14.3%	6.5%	11.1%	6.7%	66.7%	.0%	
		% del total	.8%	3.1%	3.9%	2.0%	3.1%	.4%	.8%	.0%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	6	13	7	10	8	2	0	2	31
		% dentro de licencia	19.4%	41.9%	22.6%	32.3%	25.8%	6.5%	.0%	6.5%	
		% dentro de $Preg5	10.5%	13.1%	10.0%	13.0%	11.1%	13.3%	.0%	6.1%	
		% del total	2.4%	5.1%	2.8%	3.9%	3.1%	.8%	.0%	.8%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	2	4	2	5	5	1	0	0	13
		% dentro de licencia	15.4%	30.8%	15.4%	38.5%	38.5%	7.7%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg5	3.5%	4.0%	2.9%	6.5%	6.9%	6.7%	.0%	.0%	
		% del total	.8%	1.6%	.8%	2.0%	2.0%	.4%	.0%	.0%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	3	0	0	4	5	0	0	1	7
		% dentro de licencia	42.9%	.0%	.0%	57.1%	71.4%	.0%	.0%	14.3%	
		% dentro de $Preg5	5.3%	.0%	.0%	5.2%	6.9%	.0%	.0%	3.0%	
		% del total	1.2%	.0%	.0%	1.6%	2.0%	.0%	.0%	.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	3	6	4	7	3	1	0	0	12
		% dentro de licencia	25.0%	50.0%	33.3%	58.3%	25.0%	8.3%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg5	5.3%	6.1%	5.7%	9.1%	4.2%	6.7%	.0%	.0%	
		% del total	1.2%	2.4%	1.6%	2.8%	1.2%	.4%	.0%	.0%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	5	20	11	14	11	1	0	6	38
		% dentro de licencia	13.2%	52.6%	28.9%	36.8%	28.9%	2.6%	.0%	15.8%	
		% dentro de $Preg5	8.8%	20.2%	15.7%	18.2%	15.3%	6.7%	.0%	18.2%	
		% del total	2.0%	7.9%	4.3%	5.5%	4.3%	.4%	.0%	2.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	3	4	3	1	2	1	0	0	7
		% dentro de licencia	42.9%	57.1%	42.9%	14.3%	28.6%	14.3%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg5	5.3%	4.0%	4.3%	1.3%	2.8%	6.7%	.0%	.0%	
		% del total	1.2%	1.6%	1.2%	.4%	.8%	.4%	.0%	.0%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	10	9	5	9	4	7	1	3	30
		% dentro de licencia	33.3%	30.0%	16.7%	30.0%	13.3%	23.3%	3.3%	10.0%	
		% dentro de $Preg5	17.5%	9.1%	7.1%	11.7%	5.6%	46.7%	33.3%	9.1%	
		% del total	3.9%	3.5%	2.0%	3.5%	1.6%	2.8%	.4%	1.2%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	7	9	4	4	4	1	0	2	20
		% dentro de licencia	35.0%	45.0%	20.0%	20.0%	20.0%	5.0%	.0%	10.0%	
		% dentro de $Preg5	12.3%	9.1%	5.7%	5.2%	5.6%	6.7%	.0%	6.1%	
		% del total	2.8%	3.5%	1.6%	1.6%	1.6%	.4%	.0%	.8%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	4	11	9	4	5	0	0	13	29
		% dentro de licencia	13.8%	37.9%	31.0%	13.8%	17.2%	.0%	.0%	44.8%	
		% dentro de $Preg5	7.0%	11.1%	12.9%	5.2%	6.9%	.0%	.0%	39.4%	
		% del total	1.6%	4.3%	3.5%	1.6%	2.0%	.0%	.0%	5.1%	11.4%
Total		Recuento	57	99	70	77	72	15	3	33	254
		% del total	22.4%	39.0%	27.6%	30.3%	28.3%	5.9%	1.2%	13.0%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B4: ¿Por qué medio te enteraste de que el SIBIUNACH cuenta con servicios de Biblioteca Digital?

			Página Web de la UNACH	Página Web de la Biblioteca Central de la UNACH	Página Web de tu Escuela/Facultad	Visita guiada	Tríptico, posters, carteles, etc. en tu Escuela/Facultad	Tríptico, posters, carteles, etc. en la Biblioteca Central Universitaria	Curso de inducción al programa de estudios	Un profesor me solicitó una búsqueda de información por ese medio	Un profesor me lo sugirió	Un compañero me lo comentó	Otro. Por favor indica:	No contestó	
Licenciatura	Contaduría	Recuento	3	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	19	24
		% dentro de licencia	12.5%	4.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.2%	.0%	.0%	79.2%	
		% dentro de $Preg6	18.8%	20.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	.0%	.0%	8.6%	
		% del total	1.2%	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	.0%	.0%	7.5%	9.4%
	Sistemas Compucionales	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	29	31
		% dentro de licencia	3.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	6.5%	.0%	93.5%	
		% dentro de $Preg6	6.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	28.6%	.0%	13.2%	
		% del total	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.8%	.0%	11.4%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	6	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	.0%	85.7%	
		% dentro de $Preg6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	.0%	2.7%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	2	3	0	0	0	0	0	0	1	0	1	31	38
		% dentro de licencia	5.3%	7.9%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.6%	.0%	2.6%	81.6%	
		% dentro de $Preg6	12.5%	60.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	.0%	100.0%	14.1%	
		% del total	.8%	1.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	.0%	.4%	12.2%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.2%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	26	30
		% dentro de licencia	10.0%	.0%	3.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	86.7%	
		% dentro de $Preg6	18.8%	.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	11.8%	
		% del total	1.2%	.0%	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.2%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	18	20
		% dentro de licencia	.0%	5.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%	.0%	90.0%	
		% dentro de $Preg6	.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	.0%	8.2%	
		% del total	.0%	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	.0%	7.1%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	7	0	4	2	1	1	1	2	5	3	0	16	29
		% dentro de licencia	24.1%	.0%	13.8%	6.9%	3.4%	3.4%	3.4%	6.9%	17.2%	10.3%	.0%	55.2%	
		% dentro de $Preg6	43.8%	.0%	80.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	71.4%	42.9%	.0%	7.3%	
		% del total	2.8%	.0%	1.6%	.8%	.4%	.4%	.4%	.8%	2.0%	1.2%	.0%	6.3%	11.4%
Total		Recuento	16	5	5	2	1	1	1	2	7	7	1	220	254
		% del total	6.3%	2.0%	2.0%	.8%	.4%	.4%	.4%	.8%	2.8%	2.8%	.4%	86.6%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B5: ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital?

			Excelente	Buena	Regular	Mala	No existe promoción y difusión de estos servicios	Otro:	
Licenciatura	Contaduría	Recuento	1	3	1	0	0	19	24
		% dentro de Licenciatura	4.2%	12.5%	4.2%	.0%	.0%	79.2%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	100.0%	37.5%	10.0%	.0%	.0%	8.4%	9.4%
		% del total	.4%	1.2%	.4%	.0%	.0%	7.5%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.8%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.2%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	2	0	0	29	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	6.5%	.0%	.0%	93.5%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	20.0%	.0%	.0%	12.8%	12.2%
		% del total	.0%	.0%	.8%	.0%	.0%	11.4%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.8%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	1	0	0	6	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	14.3%	.0%	.0%	85.7%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	2.7%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	.4%	.0%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.3%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	0	2	0	0	1	35	38
		% dentro de Licenciatura	.0%	5.3%	.0%	.0%	2.6%	92.1%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	25.0%	.0%	.0%	33.3%	15.5%	15.0%
		% del total	.0%	.8%	.0%	.0%	.4%	13.8%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.1%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	0	1	1	0	0	28	30
		% dentro de Licenciatura	.0%	3.3%	3.3%	.0%	.0%	93.3%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	12.5%	10.0%	.0%	.0%	12.4%	11.8%
		% del total	.0%	.4%	.4%	.0%	.0%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	1	1	18	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	5.0%	5.0%	90.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	.0%	.0%	16.7%	33.3%	8.0%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.4%	.4%	7.1%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	0	2	5	5	1	16	29
		% dentro de Licenciatura	.0%	6.9%	17.2%	17.2%	3.4%	55.2%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	.0%	25.0%	50.0%	83.3%	33.3%	7.1%	11.4%
		% del total	.0%	.8%	2.0%	2.0%	.4%	6.3%	11.4%
Total		Recuento	1	8	10	6	3	226	254
		% dentro de Licenciatura	.4%	3.1%	3.9%	2.4%	1.2%	89.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opinas de la promoción y difusión de los servicios de BD?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	.4%	3.1%	3.9%	2.4%	1.2%	89.0%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B6: ¿Conoces la dirección electrónica del portal de la Biblioteca Digital?

			si	no	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	2	3	19	24
		% dentro de Licenciatura	8.3%	12.5%	79.2%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	18.2%	20.0%	8.3%	9.4%
		% del total	.8%	1.2%	7.5%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	.0%	8.8%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	.0%	10.1%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	2	29	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	6.5%	93.5%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	13.3%	12.7%	12.2%
		% del total	.0%	.8%	11.4%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	.0%	5.7%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	1	0	6	7
		% dentro de Licenciatura	14.3%	.0%	85.7%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	9.1%	.0%	2.6%	2.8%
		% del total	.4%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	.0%	5.3%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	0	6	32	38
		% dentro de Licenciatura	.0%	15.8%	84.2%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	40.0%	14.0%	15.0%
		% del total	.0%	2.4%	12.6%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	.0%	3.1%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	2	2	26	30
		% dentro de Licenciatura	6.7%	6.7%	86.7%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	18.2%	13.3%	11.4%	11.8%
		% del total	.8%	.8%	10.2%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	2	18	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	10.0%	90.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	.0%	13.3%	7.9%	7.9%
		% del total	.0%	.8%	7.1%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	6	0	23	29
		% dentro de Licenciatura	20.7%	.0%	79.3%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	54.5%	.0%	10.1%	11.4%
		% del total	2.4%	.0%	9.1%	11.4%
Total		Recuento	11	15	228	254
		% dentro de Licenciatura	4.3%	5.9%	89.8%	100.0%
		% dentro de ¿Cónoces la dirección electrónica del portal de la BD?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	4.3%	5.9%	89.8%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B7: ¿Has accedido a la información de las bases de datos?

			si	no	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	2	3	19	24
		% dentro de Licenciatura	8.3%	12.5%	79.2%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	16.7%	13.6%	8.6%	9.4%
		% del total	.8%	1.2%	7.5%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	.0%	9.1%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	.0%	10.5%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	2	29	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	6.5%	93.5%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	9.1%	13.2%	12.2%
		% del total	.0%	.8%	11.4%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	.0%	5.9%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	1	0	6	7
		% dentro de Licenciatura	14.3%	.0%	85.7%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	8.3%	.0%	2.7%	2.8%
		% del total	.4%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	.0%	5.5%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	4	2	32	38
		% dentro de Licenciatura	10.5%	5.3%	84.2%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	33.3%	9.1%	14.5%	15.0%
		% del total	1.6%	.8%	12.6%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	.0%	3.2%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	0	4	26	30
		% dentro de Licenciatura	.0%	13.3%	86.7%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	18.2%	11.8%	11.8%
		% del total	.0%	1.6%	10.2%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	2	18	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	10.0%	90.0%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	.0%	9.1%	8.2%	7.9%
		% del total	.0%	.8%	7.1%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	5	9	15	29
		% dentro de Licenciatura	17.2%	31.0%	51.7%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	41.7%	40.9%	6.8%	11.4%
		% del total	2.0%	3.5%	5.9%	11.4%
Total		Recuento	12	22	220	254
		% dentro de Licenciatura	4.7%	8.7%	86.6%	100.0%
		% dentro de ¿Has accedido a la información de las bases de datos?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	4.7%	8.7%	86.6%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B8. Indica los motivos por los que no has utilizado los Servicios de la Biblioteca Digital (puedes señalar más de una opción)

			no me interesa	No tengo habilidades computacionales	Nunca he utilizado una Biblioteca Digital	La información disponible en la biblioteca fisica ha sido suficiente	Otro. Por favor indica:	No contesto	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	0	0	2	0	0	22	24
		% dentro de licencia	.0%	.0%	8.3%	.0%	.0%	91.7%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	20.0%	.0%	.0%	9.4%	
		% del total	.0%	.0%	.8%	.0%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.8%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	1	2	0	0	29	31
		% dentro de licencia	.0%	3.2%	6.5%	.0%	.0%	93.5%	
		% dentro de $Preg10	.0%	50.0%	20.0%	.0%	.0%	12.3%	
		% del total	.0%	.4%	.8%	.0%	.0%	11.4%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	0	1	0	0	1	36	38
		% dentro de licencia	.0%	2.6%	.0%	.0%	2.6%	94.7%	
		% dentro de $Preg10	.0%	50.0%	.0%	.0%	25.0%	15.3%	
		% del total	.0%	.4%	.0%	.0%	.4%	14.2%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	1	0	1	1	0	27	30
		% dentro de licencia	3.3%	.0%	3.3%	3.3%	.0%	90.0%	
		% dentro de $Preg10	100.0%	.0%	10.0%	25.0%	.0%	11.5%	
		% del total	.4%	.0%	.4%	.4%	.0%	10.6%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	1	1	0	18	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	5.0%	5.0%	.0%	90.0%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	10.0%	25.0%	.0%	7.7%	
		% del total	.0%	.0%	.4%	.4%	.0%	7.1%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	0	0	4	2	3	21	29
		% dentro de licencia	.0%	.0%	13.8%	6.9%	10.3%	72.4%	
		% dentro de $Preg10	.0%	.0%	40.0%	50.0%	75.0%	8.9%	
		% del total	.0%	.0%	1.6%	.8%	1.2%	8.3%	11.4%
Total		Recuento	1	2	10	4	4	235	254
		% del total	.4%	.8%	3.9%	1.6%	1.6%	92.5%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B9. Tu acceso a la biblioteca digital ha sido a través de:

			red UNACH	remoto casa	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	2	0	22	24
		% dentro de Licenciatura	8.3%	.0%	91.7%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	16.7%	.0%	9.2%	9.4%
		% del total	.8%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	.0%	.0%	9.6%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	31	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	.0%	.0%	12.9%	12.2%
		% del total	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	.0%	.0%	5.4%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogia	Recuento	1	0	6	7
		% dentro de Licenciatura	14.3%	.0%	85.7%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	8.3%	.0%	2.5%	2.8%
		% del total	.4%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	.0%	.0%	5.0%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecologia	Recuento	4	0	34	38
		% dentro de Licenciatura	10.5%	.0%	89.5%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	33.3%	.0%	14.2%	15.0%
		% del total	1.6%	.0%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	.0%	.0%	2.9%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	2	0	28	30
		% dentro de Licenciatura	6.7%	.0%	93.3%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	16.7%	.0%	11.7%	11.8%
		% del total	.8%	.0%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	3	2	24	29
		% dentro de Licenciatura	10.3%	6.9%	82.8%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	25.0%	100.0%	10.0%	11.4%
		% del total	1.2%	.8%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	12	2	240	254
		% dentro de Licenciatura	4.7%	.8%	94.5%	100.0%
		% dentro de Tu acceso a la BD ha sido a través de:	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	4.7%	.8%	94.5%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B10. ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?

			si	no	No contestó	
Licenciatura	Contaduría	Recuento	1	1	22	24
		% dentro de Licenciatura	4.2%	4.2%	91.7%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	8.3%	50.0%	9.2%	9.4%
		% del total	.4%	.4%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	.0%	.0%	9.6%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	31	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	.0%	.0%	12.9%	12.2%
		% del total	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	.0%	.0%	5.4%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	1	0	6	7
		% dentro de Licenciatura	14.3%	.0%	85.7%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	8.3%	.0%	2.5%	2.8%
		% del total	.4%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	.0%	.0%	5.0%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	4	0	34	38
		% dentro de Licenciatura	10.5%	.0%	89.5%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	33.3%	.0%	14.2%	15.0%
		% del total	1.6%	.0%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	.0%	.0%	2.9%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	1	1	28	30
		% dentro de Licenciatura	3.3%	3.3%	93.3%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	8.3%	50.0%	11.7%	11.8%
		% del total	.4%	.4%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	5	0	24	29
		% dentro de Licenciatura	17.2%	.0%	82.8%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	41.7%	.0%	10.0%	11.4%
		% del total	2.0%	.0%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	12	2	240	254
		% dentro de Licenciatura	4.7%	.8%	94.5%	100.0%
		% dentro de ¿Sabes utilizar las bases de datos que se encuentran disponibles en el portal de la UNACH?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	4.7%	.8%	94.5%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B11. El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar					
			De acuerdo	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	2	22	24
		% dentro de Licenciatura	8.3%	91.7%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	15.4%	9.1%	9.4%
		% del total	.8%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	.0%	9.5%	9.1%
		% del total	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	31	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	.0%	12.9%	12.2%
		% del total	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	.0%	5.4%	5.1%
		% del total	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	1	6	7
		% dentro de Licenciatura	14.3%	85.7%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	7.7%	2.5%	2.8%
		% del total	.4%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	.0%	5.0%	4.7%
		% del total	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	4	34	38
		% dentro de Licenciatura	10.5%	89.5%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	30.8%	14.1%	15.0%
		% del total	1.6%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	.0%	2.9%	2.8%
		% del total	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	1	29	30
		% dentro de Licenciatura	3.3%	96.7%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	7.7%	12.0%	11.8%
		% del total	.4%	11.4%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	5	24	29
		% dentro de Licenciatura	17.2%	82.8%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	38.5%	10.0%	11.4%
		% del total	2.0%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	13	241	254
		% dentro de Licenciatura	5.1%	94.9%	100.0%
		% dentro de El portal de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH es fácil de usar	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	5.1%	94.9%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B12. Cuando utilizas los servicios de Biblioteca Digital ¿Qué problemas encuentras con mayor frecuencia?

			buscar informacion	Acceder a las bases de datos	Problemas de Red	Problemas del equipo de cómputo	Idioma de la base de dato	Idioma del documento	Otro. Indica:	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	0	0	1	1	0	0	0	22	24
		% dentro de licencia	.0%	.0%	4.2%	4.2%	.0%	.0%	.0%	91.7%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	16.7%	50.0%	.0%	.0%	.0%	9.2%	
		% del total	.0%	.0%	.4%	.4%	.0%	.0%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.6%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	31	31
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.4%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	1	0	0	0	0	6	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	14.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	85.7%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.5%	
		% del total	.0%	.0%	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	1	0	3	0	0	0	0	34	38
		% dentro de licencia	2.6%	.0%	7.9%	.0%	.0%	.0%	.0%	89.5%	
		% dentro de $Preg.14	33.3%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.2%	
		% del total	.4%	.0%	1.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	0	0	0	1	0	0	1	28	30
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	3.3%	.0%	.0%	3.3%	93.3%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%	11.7%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.4%	.0%	.0%	.4%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	2	1	1	0	1	1	0	24	29
		% dentro de licencia	6.9%	3.4%	3.4%	.0%	3.4%	3.4%	.0%	82.8%	
		% dentro de $Preg.14	66.7%	100.0%	16.7%	.0%	100.0%	100.0%	.0%	10.0%	
		% del total	.8%	.4%	.4%	.0%	.4%	.4%	.0%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	3	1	6	2	1	1	1	240	254
		% del total	1.2%	.4%	2.4%	.8%	.4%	.4%	.4%	94.5%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B13. ¿Cómo aprendiste a consultar las bases de datos de la Biblioteca Digital?

			curso de inducción	Me enseñaron en un curso que ofertó la Dirección de Desarrollo Bibliotecario	Me enseñó personal de la Biblioteca Departamental de mi Escuela/Facultad	Aprendí por mi cuenta	Otro. Por favor indique:	No contestó	
Licenciatura	Contaduría	Recuento	1	0	0	1	0	22	24
		% dentro de licencia	4.2%	.0%	.0%	4.2%	.0%	91.7%	
		% dentro de $Preg.15	50.0%	.0%	.0%	14.3%	.0%	9.1%	
		% del total	.4%	.0%	.0%	.4%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	0	0	31	31
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.8%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.4%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	0	0	1	6	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	85.7%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	2.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	0	0	0	4	0	34	38
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	10.5%	.0%	89.5%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	57.1%	.0%	14.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	1.6%	.0%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	0	0	0	2	0	28	30
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	6.7%	.0%	93.3%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	28.6%	.0%	11.6%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.8%	.0%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.15	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	1	1	1	0	0	26	29
		% dentro de licencia	3.4%	3.4%	3.4%	.0%	.0%	89.7%	
		% dentro de $Preg.15	50.0%	100.0%	100.0%	.0%	.0%	10.7%	
		% del total	.4%	.4%	.4%	.0%	.0%	10.2%	11.4%
Total		Recuento	2	1	1	7	1	242	254
		% del total	.8%	.4%	.4%	2.8%	.4%	95.3%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B14. ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH?

			Sólo la he utilizado una vez	Una vez a la semana	De 1 a 4 veces al semestre	Más de 10 veces al semestre	Nunca la he utilizado	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	1	0	0	0	23	0	24
		% dentro de Licenciatura	4.2%	.0%	.0%	.0%	95.8%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	20.0%	.0%	.0%	.0%	9.6%	.0%	9.4%
		% del total	.4%	.0%	.0%	.0%	9.1%	.0%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	0	20	0	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	.0%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	.0%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	23	0	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	.0%	9.6%	.0%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	.0%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	0	31	0	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	.0%	12.9%	.0%	12.2%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	12.2%	.0%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	13	0	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	.0%	5.4%	.0%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	.0%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	1	0	0	0	6	0	7
		% dentro de Licenciatura	14.3%	.0%	.0%	.0%	85.7%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	20.0%	.0%	.0%	.0%	2.5%	.0%	2.8%
		% del total	.4%	.0%	.0%	.0%	2.4%	.0%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	11	1	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	91.7%	8.3%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	.0%	4.6%	100.0%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	4.3%	.4%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	0	3	1	0	34	0	38
		% dentro de Licenciatura	.0%	7.9%	2.6%	.0%	89.5%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	75.0%	33.3%	.0%	14.2%	.0%	15.0%
		% del total	.0%	1.2%	.4%	.0%	13.4%	.0%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	7	0	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	.0%	2.9%	.0%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	.0%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	1	0	1	0	28	0	30
		% dentro de Licenciatura	3.3%	.0%	3.3%	.0%	93.3%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	20.0%	.0%	33.3%	.0%	11.7%	.0%	11.8%
		% del total	.4%	.0%	.4%	.0%	11.0%	.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	0	20	0	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	.0%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	.0%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	2	1	1	1	24	0	29
		% dentro de Licenciatura	6.9%	3.4%	3.4%	3.4%	82.8%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	40.0%	25.0%	33.3%	100.0%	10.0%	.0%	11.4%
		% del total	.8%	.4%	.4%	.4%	9.4%	.0%	11.4%
Total		Recuento	5	4	3	1	240	1	254
		% dentro de Licenciatura	2.0%	1.6%	1.2%	.4%	94.5%	.4%	100.0%
		% dentro de ¿Aproximadamente, con qué frecuencia utilizas los servicios de la BD del SIBIUNACH?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	2.0%	1.6%	1.2%	.4%	94.5%	.4%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B15. ¿Para qué fines utilizas los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH? (puedes señalar más de una opción)

			Búsqueda de información para la clase	Búsqueda de información complementaria a la clase	Documentación sobre temas de interés personal	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	2	2	0	22	24
		% dentro de licencia	8.3%	8.3%	.0%	91.7%	
		% dentro de $Preg.17	16.7%	50.0%	.0%	9.2%	
		% del total	.8%	.8%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.17	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.17	.0%	.0%	.0%	9.6%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	31	31
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.17	.0%	.0%	.0%	12.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.17	.0%	.0%	.0%	5.4%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogia	Recuento	1	0	1	6	7
		% dentro de licencia	14.3%	.0%	14.3%	85.7%	
		% dentro de $Preg.17	8.3%	.0%	33.3%	2.5%	
		% del total	.4%	.0%	.4%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.17	.0%	.0%	.0%	5.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	3	0	1	34	38
		% dentro de licencia	7.9%	.0%	2.6%	89.5%	
		% dentro de $Preg.17	25.0%	.0%	33.3%	14.2%	
		% del total	1.2%	.0%	.4%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.17	.0%	.0%	.0%	2.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	1	1	1	28	30
		% dentro de licencia	3.3%	3.3%	3.3%	93.3%	
		% dentro de $Preg.17	8.3%	25.0%	33.3%	11.7%	
		% del total	.4%	.4%	.4%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.17	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	5	1	0	24	29
		% dentro de licencia	17.2%	3.4%	.0%	82.8%	
		% dentro de $Preg.17	41.7%	25.0%	.0%	10.0%	
		% del total	2.0%	.4%	.0%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	12	4	3	240	254
		% del total	4.7%	1.6%	1.2%	94.5%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B16. ¿Los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?

			siempre	La mayoría de las veces	Pocas veces	No contestó	
Licenciatura	Contaduría	Recuento	1	1	0	22	24
		% dentro de Licenciatura	4.2%	4.2%	.0%	91.7%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	25.0%	16.7%	.0%	9.1%	9.4%
		% del total	.4%	.4%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	.0%	9.5%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	31	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	.0%	12.9%	12.2%
		% del total	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	.0%	5.4%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	1	6	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	14.3%	85.7%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	33.3%	2.5%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	.4%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	.0%	5.0%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	1	2	1	34	38
		% dentro de Licenciatura	2.6%	5.3%	2.6%	89.5%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	25.0%	33.3%	33.3%	14.1%	15.0%
		% del total	.4%	.8%	.4%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	.0%	2.9%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	0	1	0	29	30
		% dentro de Licenciatura	.0%	3.3%	.0%	96.7%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	16.7%	.0%	12.0%	11.8%
		% del total	.0%	.4%	.0%	11.4%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	.0%	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	2	2	1	24	29
		% dentro de Licenciatura	6.9%	6.9%	3.4%	82.8%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	50.0%	33.3%	33.3%	10.0%	11.4%
		% del total	.8%	.8%	.4%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	4	6	3	241	254
		% dentro de Licenciatura	1.6%	2.4%	1.2%	94.9%	100.0%
		% dentro de ¿Los servicios de BD del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	1.6%	2.4%	1.2%	94.9%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B17. ¿Los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH ha satisfecho tus necesidades?

			Buena	Regular	Mala	Nunca he solicitado ayuda	No contestó	
Licenciatura	Contaduría	Recuento	1	1	0	0	22	24
		% dentro de Licenciatura	4.2%	4.2%	.0%	.0%	91.7%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	16.7%	25.0%	.0%	.0%	9.2%	9.4%
		% del total	.4%	.4%	.0%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	23	23
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	.0%	9.6%	9.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	0	31	31
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	.0%	12.9%	12.2%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	13	13
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	.0%	5.4%	5.1%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	0	1	6	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	14.3%	85.7%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	33.3%	2.5%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.4%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	12	12
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%	4.7%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	1	2	1	0	34	38
		% dentro de Licenciatura	2.6%	5.3%	2.6%	.0%	89.5%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	16.7%	50.0%	100.0%	.0%	14.2%	15.0%
		% del total	.4%	.8%	.4%	.0%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	7	7
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	.0%	2.9%	2.8%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	1	0	0	1	28	30
		% dentro de Licenciatura	3.3%	.0%	.0%	3.3%	93.3%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	16.7%	.0%	.0%	33.3%	11.7%	11.8%
		% del total	.4%	.0%	.0%	.4%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	0	20	20
		% dentro de Licenciatura	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	7.9%
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	3	1	0	1	24	29
		% dentro de Licenciatura	10.3%	3.4%	.0%	3.4%	82.8%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	50.0%	25.0%	.0%	33.3%	10.0%	11.4%
		% del total	1.2%	.4%	.0%	.4%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	6	4	1	3	240	254
		% dentro de Licenciatura	2.4%	1.6%	.4%	1.2%	94.5%	100.0%
		% dentro de Si has solicitado ayuda del personal que administra los servicios de la BD del SIBIUNACH, ¿Cómo calificas la atención que se te ha brindado?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	2.4%	1.6%	.4%	1.2%	94.5%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B18. ¿Qué beneficio(s) has obtenido de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?

			1. Apoyo en actividades curriculares	Apoyo en actividades extra-curriculares	Aprendizaje en el uso de la tecnología	Ahorro en la obtención y reproducción de materiales	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	2	0	0	0	22	24
		% dentro de licencia	8.3%	.0%	.0%	.0%	91.7%	
		% dentro de $Preg.20	22.2%	.0%	.0%	.0%	9.1%	
		% del total	.8%	.0%	.0%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	.0%	.0%	9.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	0	31	31
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	.0%	.0%	12.8%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	.0%	.0%	5.4%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	1	0	6	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	14.3%	.0%	85.7%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	50.0%	.0%	2.5%	
		% del total	.0%	.0%	.4%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	2	0	1	1	34	38
		% dentro de licencia	5.3%	.0%	2.6%	2.6%	89.5%	
		% dentro de $Preg.20	22.2%	.0%	50.0%	25.0%	14.0%	
		% del total	.8%	.0%	.4%	.4%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	.0%	.0%	2.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	1	0	0	1	28	30
		% dentro de licencia	3.3%	.0%	.0%	3.3%	93.3%	
		% dentro de $Preg.20	11.1%	.0%	.0%	25.0%	11.6%	
		% del total	.4%	.0%	.0%	.4%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.20	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	4	1	0	2	26	29
		% dentro de licencia	13.8%	3.4%	.0%	6.9%	89.7%	
		% dentro de $Preg.20	44.4%	100.0%	.0%	50.0%	10.7%	
		% del total	1.6%	.4%	.0%	.8%	10.2%	11.4%
Total		Recuento	9	1	2	4	242	254
		% del total	3.5%	.4%	.8%	1.6%	95.3%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B19. En comparación con otras alternativas de búsqueda de documentos electrónicos (Google académico, otras bibliotecas digitales, etc.), los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH son:

			Altamente superior	Mejor	Igual	No contestó	
Licenciatura	Contaduria	Recuento	0	2	0	22	24
		% dentro de licencia	.0%	8.3%	.0%	91.7%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	28.6%	.0%	9.2%	
		% del total	.0%	.8%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	.0%	.0%	9.6%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	31	31
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	.0%	.0%	12.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	.0%	.0%	5.4%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	1	0	0	6	7
		% dentro de licencia	14.3%	.0%	.0%	85.7%	
		% dentro de $Preg.21	50.0%	.0%	.0%	2.5%	
		% del total	.4%	.0%	.0%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	.0%	.0%	5.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	1	2	1	34	38
		% dentro de licencia	2.6%	5.3%	2.6%	89.5%	
		% dentro de $Preg.21	50.0%	28.6%	20.0%	14.2%	
		% del total	.4%	.8%	.4%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	.0%	.0%	2.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingenieria Civil	Recuento	0	1	1	28	30
		% dentro de licencia	.0%	3.3%	3.3%	93.3%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	14.3%	20.0%	11.7%	
		% del total	.0%	.4%	.4%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	.0%	.0%	8.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	0	2	3	24	29
		% dentro de licencia	.0%	6.9%	10.3%	82.8%	
		% dentro de $Preg.21	.0%	28.6%	60.0%	10.0%	
		% del total	.0%	.8%	1.2%	9.4%	11.4%
Total		Recuento	2	7	5	240	254
		% del total	.8%	2.8%	2.0%	94.5%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B20. En caso de que seas usuario de los servicios de otra biblioteca digital o virtual, por favor indica cuál:

			Biblioteca Pública Virtual del Estado de Chiapas	Biblioteca Digital del IESCH	Otra	No contestó	
Licenciatura	Contaduría	Recuento	1	1	0	22	24
		% dentro de licencia	4.2%	4.2%	.0%	91.7%	
		% dentro de $Preg.22	11.1%	100.0%	.0%	9.1%	
		% del total	.4%	.4%	.0%	8.7%	9.4%
	Sistemas Compuacionales	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	.0%	8.2%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	LAE	Recuento	0	0	0	23	23
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	.0%	9.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	9.1%	9.1%
	Admon. en Gestión Turística	Recuento	0	0	0	31	31
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	.0%	12.8%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	12.2%	12.2%
	Ciencias de la Comunicación	Recuento	0	0	0	13	13
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	.0%	5.3%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	5.1%	5.1%
	Pedagogía	Recuento	0	0	1	6	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	14.3%	85.7%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	100.0%	2.5%	
		% del total	.0%	.0%	.4%	2.4%	2.8%
	Lengua y Literatura Hispanoamericana	Recuento	0	0	0	12	12
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	.0%	4.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	4.7%	4.7%
	Bibliotecología	Recuento	4	0	0	34	38
		% dentro de licencia	10.5%	.0%	.0%	89.5%	
		% dentro de $Preg.22	44.4%	.0%	.0%	14.0%	
		% del total	1.6%	.0%	.0%	13.4%	15.0%
	Lenguas	Recuento	0	0	0	7	7
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	.0%	2.9%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	2.8%	2.8%
	Ingeniería Civil	Recuento	2	0	0	28	30
		% dentro de licencia	6.7%	.0%	.0%	93.3%	
		% dentro de $Preg.22	22.2%	.0%	.0%	11.5%	
		% del total	.8%	.0%	.0%	11.0%	11.8%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	20	20
		% dentro de licencia	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.22	.0%	.0%	.0%	8.2%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.9%	7.9%
	Medicina Humana	Recuento	2	0	0	27	29
		% dentro de licencia	6.9%	.0%	.0%	93.1%	
		% dentro de $Preg.22	22.2%	.0%	.0%	11.1%	
		% del total	.8%	.0%	.0%	10.6%	11.4%
Total		Recuento	9	1	1	243	254
		% del total	3.5%	.4%	.4%	95.7%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los alumnos de la UNACH, 2010.

Apéndice B21: Conoce que el Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH) cuenta con el servicio de Biblioteca Digital

			Si	No	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	5	4	0	9
		% dentro de Adscripción	55.6%	44.4%	.0%	100.0%
		% dentro de conoce sistema bibliotecario SIBIUNACH	15.6%	6.0%	.0%	9.0%
		% del total	5.0%	4.0%	.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	2	13	0	15
		% dentro de Adscripción	13.3%	86.7%	.0%	100.0%
		% dentro de conoce sistema bibliotecario SIBIUNACH	6.3%	19.4%	.0%	15.0%
		% del total	2.0%	13.0%	.0%	15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	1	14	0	15
		% dentro de Adscripción	6.7%	93.3%	.0%	100.0%
		% dentro de conoce sistema bibliotecario SIBIUNACH	3.1%	20.9%	.0%	15.0%
		% del total	1.0%	14.0%	.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	10	15	1	26
		% dentro de Adscripción	38.5%	57.7%	3.8%	100.0%
		% dentro de conoce sistema bibliotecario SIBIUNACH	31.3%	22.4%	100.0%	26.0%
		% del total	10.0%	15.0%	1.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	3	19	0	22
		% dentro de Adscripción	13.6%	86.4%	.0%	100.0%
		% dentro de conoce sistema bibliotecario SIBIUNACH	9.4%	28.4%	.0%	22.0%
		% del total	3.0%	19.0%	.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	11	2	0	13
		% dentro de Adscripción	84.6%	15.4%	.0%	100.0%
		% dentro de conoce sistema bibliotecario SIBIUNACH	34.4%	3.0%	.0%	13.0%
		% del total	11.0%	2.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	32	67	1	100
		% dentro de Adscripción	32.0%	67.0%	1.0%	100.0%
		% dentro de conoce sistema bibliotecario SIBIUNACH	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	32.0%	67.0%	1.0%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B22: ¿Por qué medio se enteró de que el SIBIUNACH cuenta con este servicio?

			Página web de la UNACH	Página Web de la Biblioteca de la UNACH	Página Web de su Escuela/Facultad	Visita guiada	Tripticos, posters, carteles, etc. en tu Escuela/Facultad	Tripticos, posters, carteles, etc. en la Biblioteca Central Universitaria	A través de un compañero de trabajo	No sabia que existe una biblioteca digital	Otro. Por favor indica:	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	4	0	0	1	0	0	0	4	0	1	9
		% dentro de adscripc	44.4%	.0%	.0%	11.1%	.0%	.0%	.0%	44.4%	.0%	11.1%	
		% dentro de $Preg.2	18.2%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	6.3%	.0%	50.0%	
		% del total	4.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%	.0%	1.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	1	0	0	0	0	1	0	13	0	0	15
		% dentro de adscripc	6.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	6.7%	.0%	86.7%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	4.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	20.3%	.0%	.0%	
		% del total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	13.0%	.0%	.0%	15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	14	1	0	15
		% dentro de adscripc	.0%	6.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	93.3%	6.7%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	.0%	14.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	21.9%	50.0%	.0%	
		% del total	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.0%	1.0%	.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	7	2	2	0	1	0	3	12	1	1	26
		% dentro de adscripc	26.9%	7.7%	7.7%	.0%	3.8%	.0%	11.5%	46.2%	3.8%	3.8%	
		% dentro de $Preg.2	31.8%	28.6%	33.3%	.0%	33.3%	.0%	60.0%	18.8%	50.0%	50.0%	
		% del total	7.0%	2.0%	2.0%	.0%	1.0%	.0%	3.0%	12.0%	1.0%	1.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	2	2	0	0	0	0	0	19	0	0	22
		% dentro de adscripc	9.1%	9.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	86.4%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	9.1%	28.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	29.7%	.0%	.0%	
		% del total	2.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	19.0%	.0%	.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	8	2	4	1	2	1	2	2	0	0	13
		% dentro de adscripc	61.5%	15.4%	30.8%	7.7%	15.4%	7.7%	15.4%	15.4%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	36.4%	28.6%	66.7%	50.0%	66.7%	50.0%	40.0%	3.1%	.0%	.0%	
		% del total	8.0%	2.0%	4.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	2.0%	.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	22	7	6	2	3	2	5	64	2	2	100
		% del total	22.0%	7.0%	6.0%	2.0%	3.0%	2.0%	5.0%	64.0%	2.0%	2.0%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B23: Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?

			Frecuentemente consulto BD	Ocasionalmente consulto bibliotecas digitales	Raramente consulto biblioteca digitales	Nunca he utilizado alguna	No sé que es una biblioteca digital	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	0	2	5	2	0	0	9
		% dentro de Adscripción	.0%	22.2%	55.6%	22.2%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?	.0%	8.3%	16.1%	12.5%	.0%	.0%	9.0%
		% del total	.0%	2.0%	5.0%	2.0%	.0%	.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	0	3	7	4	1	0	15
		% dentro de Adscripción	.0%	20.0%	46.7%	26.7%	6.7%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?	.0%	12.5%	22.6%	25.0%	14.3%	.0%	15.0%
		% del total	.0%	3.0%	7.0%	4.0%	1.0%	.0%	15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	1	3	5	3	2	1	15
		% dentro de Adscripción	6.7%	20.0%	33.3%	20.0%	13.3%	6.7%	100.0%
		% dentro de ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?	5.6%	12.5%	16.1%	18.8%	28.6%	25.0%	15.0%
		% del total	1.0%	3.0%	5.0%	3.0%	2.0%	1.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	6	7	8	2	1	2	26
		% dentro de Adscripción	23.1%	26.9%	30.8%	7.7%	3.8%	7.7%	100.0%
		% dentro de ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?	33.3%	29.2%	25.8%	12.5%	14.3%	50.0%	26.0%
		% del total	6.0%	7.0%	8.0%	2.0%	1.0%	2.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	5	4	5	4	3	1	22
		% dentro de Adscripción	22.7%	18.2%	22.7%	18.2%	13.6%	4.5%	100.0%
		% dentro de ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?	27.8%	16.7%	16.1%	25.0%	42.9%	25.0%	22.0%
		% del total	5.0%	4.0%	5.0%	4.0%	3.0%	1.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	6	5	1	1	0	0	13
		% dentro de Adscripción	46.2%	38.5%	7.7%	7.7%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?	33.3%	20.8%	3.2%	6.3%	.0%	.0%	13.0%
		% del total	6.0%	5.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	18	24	31	16	7	4	100
		% dentro de Adscripción	18.0%	24.0%	31.0%	16.0%	7.0%	4.0%	100.0%
		% dentro de ¿Cuál es su grado de experiencia con servicios de Bibliotecas Digitales?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	18.0%	24.0%	31.0%	16.0%	7.0%	4.0%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B24: ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?

			Excelente	Buena	Regular	Mala	No existe promoción y difusión de estos servicios	Otro. Por favor indique:	Nó contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	0	0	2	1	5	1	0	9
		% dentro de Adscripción	.0%	.0%	22.2%	11.1%	55.6%	11.1%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	.0%	11.1%	4.8%	11.1%	33.3%	.0%	9.0%
		% del total	.0%	.0%	2.0%	1.0%	5.0%	1.0%	.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	0	0	1	4	9	1	0	15
		% dentro de Adscripción	.0%	.0%	6.7%	26.7%	60.0%	6.7%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	.0%	5.6%	19.0%	20.0%	33.3%	.0%	15.0%
		% del total	.0%	.0%	1.0%	4.0%	9.0%	1.0%	.0%	15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	0	1	0	7	7	0	0	15
		% dentro de Adscripción	.0%	6.7%	.0%	46.7%	46.7%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	16.7%	.0%	33.3%	15.6%	.0%	.0%	15.0%
		% del total	.0%	1.0%	.0%	7.0%	7.0%	.0%	.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	1	4	6	3	7	1	4	26
		% dentro de Adscripción	3.8%	15.4%	23.1%	11.5%	26.9%	3.8%	15.4%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	100.0%	66.7%	33.3%	14.3%	15.6%	33.3%	66.7%	26.0%
		% del total	1.0%	4.0%	6.0%	3.0%	7.0%	1.0%	4.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	0	0	3	4	13	0	2	22
		% dentro de Adscripción	.0%	.0%	13.6%	18.2%	59.1%	.0%	9.1%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	.0%	16.7%	19.0%	28.9%	.0%	33.3%	22.0%
		% del total	.0%	.0%	3.0%	4.0%	13.0%	.0%	2.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	0	1	6	2	4	0	0	13
		% dentro de Adscripción	.0%	7.7%	46.2%	15.4%	30.8%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	16.7%	33.3%	9.5%	8.9%	.0%	.0%	13.0%
		% del total	.0%	1.0%	6.0%	2.0%	4.0%	.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	1	6	18	21	45	3	6	100
		% dentro de Adscripción	1.0%	6.0%	18.0%	21.0%	45.0%	3.0%	6.0%	100.0%
		% dentro de ¿Qué opina de la promoción y difusión de los servicios de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	1.0%	6.0%	18.0%	21.0%	45.0%	3.0%	6.0%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B25: ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?

			Más de 1 vez por semana	Una vez cada 15 dias	Una vez al mes	Una vez al semestre	Nunca la he utilizado	No sabía de su existencia	Otro:	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	0	0	0	1	7	0	1	0	9
		% dentro de Adscripción	.0%	.0%	.0%	11.1%	77.8%	.0%	11.1%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	10.0%	17.9%	.0%	25.0%	.0%	9.0%
		% del total	.0%	.0%	.0%	1.0%	7.0%	.0%	1.0%	.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	0	1	0	1	10	3	0	0	15
		% dentro de Adscripción	.0%	6.7%	.0%	6.7%	66.7%	20.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	20.0%	.0%	10.0%	25.6%	12.0%	.0%	.0%	15.0%
		% del total	.0%	1.0%	.0%	1.0%	10.0%	3.0%	.0%	.0%	15.0%
	facultad de ingeniería	Recuento	0	1	0	0	7	6	0	1	15
		% dentro de Adscripción	.0%	6.7%	.0%	.0%	46.7%	40.0%	.0%	6.7%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	20.0%	.0%	.0%	17.9%	24.0%	.0%	20.0%	15.0%
		% del total	.0%	1.0%	.0%	.0%	7.0%	6.0%	.0%	1.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	4	1	2	3	6	3	3	4	26
		% dentro de Adscripción	15.4%	3.8%	7.7%	11.5%	23.1%	11.5%	11.5%	15.4%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	57.1%	20.0%	40.0%	30.0%	15.4%	12.0%	75.0%	80.0%	26.0%
		% del total	4.0%	1.0%	2.0%	3.0%	6.0%	3.0%	3.0%	4.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	0	0	0	3	8	11	0	0	22
		% dentro de Adscripción	.0%	.0%	.0%	13.6%	36.4%	50.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	.0%	.0%	.0%	30.0%	20.5%	44.0%	.0%	.0%	22.0%
		% del total	.0%	.0%	.0%	3.0%	8.0%	11.0%	.0%	.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	3	2	3	2	1	2	0	0	13
		% dentro de Adscripción	23.1%	15.4%	23.1%	15.4%	7.7%	15.4%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	42.9%	40.0%	60.0%	20.0%	2.6%	8.0%	.0%	.0%	13.0%
		% del total	3.0%	2.0%	3.0%	2.0%	1.0%	2.0%	.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	7	5	5	10	39	25	4	5	100
		% dentro de Adscripción	7.0%	5.0%	5.0%	10.0%	39.0%	25.0%	4.0%	5.0%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia consulta los recursos de la Biblioteca Digital del SIBIUNACH?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	7.0%	5.0%	5.0%	10.0%	39.0%	25.0%	4.0%	5.0%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B26: Cuando tiene acceso a los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH ¿Desde qué ubicación lo hace?

			Acceso directo en la red UNACH	Acceso remoto desde la casa u oficina	Nunca he ingresado a la BD	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	2	1	5	1	9
		% dentro de adscripc	22.2%	11.1%	55.6%	11.1%	
		% dentro de $Preg.6	8.7%	8.3%	7.9%	16.7%	
		% del total	2.0%	1.0%	5.0%	1.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	2	1	12	0	15
		% dentro de adscripc	13.3%	6.7%	80.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.6	8.7%	8.3%	19.0%	.0%	
		% del total	2.0%	1.0%	12.0%	.0%	15.0%
	facultad de ingeniería	Recuento	1	0	14	0	15
		% dentro de adscripc	6.7%	.0%	93.3%	.0%	
		% dentro de $Preg.6	4.3%	.0%	22.2%	.0%	
		% del total	1.0%	.0%	14.0%	.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	10	3	10	5	26
		% dentro de adscripc	38.5%	11.5%	38.5%	19.2%	
		% dentro de $Preg.6	43.5%	25.0%	15.9%	83.3%	
		% del total	10.0%	3.0%	10.0%	5.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	2	1	19	0	22
		% dentro de adscripc	9.1%	4.5%	86.4%	.0%	
		% dentro de $Preg.6	8.7%	8.3%	30.2%	.0%	
		% del total	2.0%	1.0%	19.0%	.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	6	6	3	0	13
		% dentro de adscripc	46.2%	46.2%	23.1%	.0%	
		% dentro de $Preg.6	26.1%	50.0%	4.8%	.0%	
		% del total	6.0%	6.0%	3.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	23	12	63	6	100
		% del total	23.0%	12.0%	63.0%	6.0%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B27: Marque el(los) uso(s) que usted hace de los servicios de Biblioteca Digital del SIBIUNACH:									
			Búsqueda de información en trabajos de investigación	Búsqueda de información para material de clases	Búsqueda de información para temas de interés personal	Solicito a los estudiantes que realicen búsquedas por este medio	No utilizo la Biblioteca Digital	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	1	2	0	0	7	0	9
		% dentro de adscripc	11.1%	22.2%	.0%	.0%	77.8%	.0%	
		% dentro de $Preg.7	7.1%	9.5%	.0%	.0%	10.3%	.0%	
		% del total	1.0%	2.0%	.0%	.0%	7.0%	.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	0	0	0	1	14	0	15
		% dentro de adscripc	.0%	.0%	.0%	6.7%	93.3%	.0%	
		% dentro de $Preg.7	.0%	.0%	.0%	10.0%	20.6%	.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	1.0%	14.0%	.0%	15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	1	0	0	1	14	0	15
		% dentro de adscripc	6.7%	.0%	.0%	6.7%	93.3%	.0%	
		% dentro de $Preg.7	7.1%	.0%	.0%	10.0%	20.6%	.0%	
		% del total	1.0%	.0%	.0%	1.0%	14.0%	.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	6	7	4	2	10	4	26
		% dentro de adscripc	23.1%	26.9%	15.4%	7.7%	38.5%	15.4%	
		% dentro de $Preg.7	42.9%	33.3%	50.0%	20.0%	14.7%	100.0%	
		% del total	6.0%	7.0%	4.0%	2.0%	10.0%	4.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	0	2	0	1	20	0	22
		% dentro de adscripc	.0%	9.1%	.0%	4.5%	90.9%	.0%	
		% dentro de $Preg.7	.0%	9.5%	.0%	10.0%	29.4%	.0%	
		% del total	.0%	2.0%	.0%	1.0%	20.0%	.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	6	10	4	5	3	0	13
		% dentro de adscripc	46.2%	76.9%	30.8%	38.5%	23.1%	.0%	
		% dentro de $Preg.7	42.9%	47.6%	50.0%	50.0%	4.4%	.0%	
		% del total	6.0%	10.0%	4.0%	5.0%	3.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	14	21	8	10	68	4	100
		% del total	14.0%	21.0%	8.0%	10.0%	68.0%	4.0%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B28: La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada

			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No aplica	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	0	1	1	0	2	5	9
		% dentro de Adscripción	.0%	11.1%	11.1%	.0%	22.2%	55.6%	100.0%
		% dentro de La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada	.0%	6.3%	14.3%	.0%	9.1%	9.8%	9.0%
		% del total	.0%	1.0%	1.0%	.0%	2.0%	5.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	0	1	0	0	6	8	15
		% dentro de Adscripción	.0%	6.7%	.0%	.0%	40.0%	53.3%	100.0%
		% dentro de La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada	.0%	6.3%	.0%	.0%	27.3%	15.7%	15.0%
		% del total	.0%	1.0%	.0%	.0%	6.0%	8.0%	15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	0	1	2	0	0	12	15
		% dentro de Adscripción	.0%	6.7%	13.3%	.0%	.0%	80.0%	100.0%
		% dentro de La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada	.0%	6.3%	28.6%	.0%	.0%	23.5%	15.0%
		% del total	.0%	1.0%	2.0%	.0%	.0%	12.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	2	7	1	1	3	12	26
		% dentro de Adscripción	7.7%	26.9%	3.8%	3.8%	11.5%	46.2%	100.0%
		% dentro de La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada	66.7%	43.8%	14.3%	100.0%	13.6%	23.5%	26.0%
		% del total	2.0%	7.0%	1.0%	1.0%	3.0%	12.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	0	2	0	0	10	10	22
		% dentro de Adscripción	.0%	9.1%	.0%	.0%	45.5%	45.5%	100.0%
		% dentro de La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada	.0%	12.5%	.0%	.0%	45.5%	19.6%	22.0%
		% del total	.0%	2.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	1	4	3	0	1	4	13
		% dentro de Adscripción	7.7%	30.8%	23.1%	.0%	7.7%	30.8%	100.0%
		% dentro de La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada	33.3%	25.0%	42.9%	.0%	4.5%	7.8%	13.0%
		% del total	1.0%	4.0%	3.0%	.0%	1.0%	4.0%	13.0%
Total		Recuento	3	16	7	1	22	51	100
		% dentro de Adscripción	3.0%	16.0%	7.0%	1.0%	22.0%	51.0%	100.0%
		% dentro de La información contenida en las bases de datos para el servicio de Biblioteca Digital del SIBIUNACH con relación a las necesidades académicas de su disciplina está completa y actualizada	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	3.0%	16.0%	7.0%	1.0%	22.0%	51.0%	.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B29: Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma

			Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma				
			Sii	No	No contestó		Total
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	3	6	0		9
		% dentro de Adscripción	33.3%	66.7%	.0%		100.0%
		% dentro de Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma	20.0%	10.2%	.0%		9.0%
		% del total	3.0%	6.0%	.0%		9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	1	11	3		15
		% dentro de Adscripción	6.7%	73.3%	20.0%		100.0%
		% dentro de Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma	6.7%	18.6%	11.5%		15.0%
		% del total	1.0%	11.0%	3.0%		15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	0	8	7		15
		% dentro de Adscripción	.0%	53.3%	46.7%		100.0%
		% dentro de Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma	.0%	13.6%	26.9%		15.0%
		% del total	.0%	8.0%	7.0%		15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	5	13	8		26
		% dentro de Adscripción	19.2%	50.0%	30.8%		100.0%
		% dentro de Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma	33.3%	22.0%	30.8%		26.0%
		% del total	5.0%	13.0%	8.0%		26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	2	12	8		22
		% dentro de Adscripción	9.1%	54.5%	36.4%		100.0%
		% dentro de Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma	13.3%	20.3%	30.8%		22.0%
		% del total	2.0%	12.0%	8.0%		22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	4	9	0		13
		% dentro de Adscripción	30.8%	69.2%	.0%		100.0%
		% dentro de Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma	26.7%	15.3%	.0%		13.0%
		% del total	4.0%	9.0%	.0%		13.0%
Total		Recuento	15	59	26		100
		% dentro de Adscripción	15.0%	59.0%	26.0%		100.0%
		% dentro de Conoce que bases de datos están en idioma inglés o en otro idioma	100.0%	100.0%	100.0%		100.0%
		% del total	15.0%	59.0%	26.0%		100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B30: ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?

			Si	No	No contestó	
Adscripción	escuela de lenguas (tuxtla gutierrez)	Recuento	6	3	0	9
		% dentro de Adscripción	66.7%	33.3%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?	11.5%	15.8%	.0%	9.0%
		% del total	6.0%	3.0%	.0%	9.0%
	facultad de arquitectura	Recuento	10	0	5	15
		% dentro de Adscripción	66.7%	.0%	33.3%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?	19.2%	.0%	17.2%	15.0%
		% del total	10.0%	.0%	5.0%	15.0%
	facultad de ingenieria	Recuento	6	2	7	15
		% dentro de Adscripción	40.0%	13.3%	46.7%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?	11.5%	10.5%	24.1%	15.0%
		% del total	6.0%	2.0%	7.0%	15.0%
	facultad de contaduria y adminstracion	Recuento	13	5	8	26
		% dentro de Adscripción	50.0%	19.2%	30.8%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?	25.0%	26.3%	27.6%	26.0%
		% del total	13.0%	5.0%	8.0%	26.0%
	facultad de medicina humana	Recuento	10	3	9	22
		% dentro de Adscripción	45.5%	13.6%	40.9%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?	19.2%	15.8%	31.0%	22.0%
		% del total	10.0%	3.0%	9.0%	22.0%
	facultad de humanidades	Recuento	7	6	0	13
		% dentro de Adscripción	53.8%	46.2%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?	13.5%	31.6%	.0%	13.0%
		% del total	7.0%	6.0%	.0%	13.0%
Total		Recuento	52	19	29	100
		% dentro de Adscripción	52.0%	19.0%	29.0%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el idioma es un impedimento para que alumnos o docentes consulten las bases de datos de los servicios de Biblioteca Digital?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	52.0%	19.0%	29.0%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los docentes de la UNACH, 2010.

Apéndice B31: ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?

			si	No	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	16.7%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	8.3%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	8.3%	100.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	16.7%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	8.3%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	8.3%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	8.3%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	8.3%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	16.7%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
Total		Recuento	12	1	13
		% dentro de Escuela/Facultad	92.3%	7.7%	100.0%
		% dentro de ¿La Escuela/Facultad en la que usted labora dispone de una página Web?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	92.3%	7.7%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B32: Señale la información que sí esté contenida en la página Web de su Escuela/Facultad:							
			Link a la BD de la UNACH	Link a bibliotecas digitales de otras instituciones	Información sobre los servicios de la Biblioteca física de la Escuela/Facultad	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	0	2	2	0	2
		% dentro de EscFac	.0%	100.0%	100.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	.0%	66.7%	33.3%	.0%	
		% del total	.0%	15.4%	15.4%	.0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	1	0	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	20.0%	.0%	.0%	.0%	
		% del total	7.7%	.0%	.0%	.0%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	0	0	0	2	2
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.2	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	15.4%	15.4%
	Medicina	Recuento	0	0	2	0	2
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	100.0%	0%	
		% dentro de $Preg.2	.0%	.0%	33.3%	0%	
		% del total	.0%	.0%	15.4%	0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	1	0	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	20.0%	.0%	.0%	.0%	
		% del total	7.7%	.0%	.0%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	1	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	100.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	20.0%	33.3%	.0%	.0%	
		% del total	7.7%	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	0	0	1	0	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	100.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	.0%	.0%	16.7%	.0%	
		% del total	.0%	.0%	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	0	0	1	0	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	100.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	.0%	.0%	16.7%	.0%	
		% del total	.0%	.0%	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	2	0	0	0	2
		% dentro de EscFac	100.0%	.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.2	40.0%	.0%	.0%	.0%	
		% del total	15.4%	.0%	.0%	.0%	15.4%
Total		Recuento	5	3	6	2	13
		% del total	38.5%	23.1%	46.2%	15.4%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B33: En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?

			Si	No	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	2	0	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	25.0%	.0%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	.0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	.0%	.0%	100.0%	7.7%
		% del total	.0%	.0%	7.7%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	1	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	12.5%	25.0%	.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	.0%	15.4%
	Medicina	Recuento	0	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	.0%	50.0%	.0%	15.4%
		% del total	.0%	15.4%	.0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	.0%	25.0%	.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	0	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	12.5%	.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	1	0	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	12.5%	.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	12.5%	.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	2	0	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	25.0%	.0%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	.0%	15.4%
Total		Recuento	8	4	1	13
		% dentro de Escuela/Facultad	61.5%	30.8%	7.7%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la Biblioteca Central Universitaria?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	61.5%	30.8%	7.7%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B34: ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?

			Si	No	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	20.0%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	10.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	10.0%	33.3%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	20.0%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	10.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	.0%	33.3%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	10.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	10.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	10.0%	33.3%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
Total		Recuento	10	3	13
		% dentro de Escuela/Facultad	76.9%	23.1%	100.0%
		% dentro de ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	76.9%	23.1%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B35: ¿Se han desarrollado actividades de difusión del acervo bibliográfico de la biblioteca local de la Escuela/ Facultad?

			Si	No	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	0	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	.0%	28.6%	.0%	15.4%
		% del total	.0%	15.4%	.0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	.0%	14.3%	.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	.0%	7.7%
	Ingenieria	Recuento	1	1	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	20.0%	14.3%	.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	.0%	15.4%
	Medicina	Recuento	2	0	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	40.0%	.0%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	.0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	.0%	14.3%	.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indigenas	Recuento	0	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	.0%	.0%	100.0%	7.7%
		% del total	.0%	.0%	7.7%	7.7%
	Centro de Estudios en Fisica y Metemáticas Aplicadas	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	.0%	14.3%	.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	20.0%	.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	1	1	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	20.0%	14.3%	.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	.0%	15.4%
Total		Recuento	5	7	1	13
		% dentro de Escuela/Facultad	38.5%	53.8%	7.7%	100.0%
		% dentro de En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	38.5%	53.8%	7.7%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B36: En su Escuela/Facultad, ¿se han desarrollado actividades de difusión de las bases de datos de la Biblioteca Digital (BD) del Sistema Bibliotecario de la UNACH (SIBIUNACH)?

			Pláticas informativas para docentes	Pláticas informativas para administrativos	Pláticas informativas para alumnos	Periódico mural	Correo electrónico informativo	Carteles	Tripticos	Boletin de nuevas publicaciones	Otros. Por favor, indique:	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $preg.6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	15.4%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $preg.6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	2
		% dentro de EscFac	50.0%	.0%	50.0%	.0%	50.0%	50.0%	50.0%	.0%	50.0%	50.0%	
		% dentro de $preg.6	20.0%	.0%	25.0%	.0%	100.0%	50.0%	50.0%	.0%	100.0%	12.5%	
		% del total	7.7%	.0%	7.7%	.0%	7.7%	7.7%	7.7%	.0%	7.7%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2
		% dentro de EscFac	100.0%	100.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $preg.6	40.0%	100.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	
		% del total	15.4%	15.4%	15.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $preg.6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%
	Instituto de Estudios Indigenas	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $preg.6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%
	Centro de Estudios en Fisica y Matematicas Aplicadas	Recuento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% dentro de $preg.6	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	.0%	100.0%	100.0%	.0%	100.0%	100.0%	100.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $preg.6	20.0%	.0%	25.0%	50.0%	.0%	50.0%	50.0%	100.0%	.0%	.0%	
		% del total	7.7%	.0%	7.7%	7.7%	.0%	7.7%	7.7%	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
		% dentro de EscFac	50.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	
		% dentro de $preg.6	20.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	
		% del total	7.7%	.0%	.0%	7.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	15.4%
Total		Recuento	5	2	4	2	1	2	2	1	1	8	13
		% del total	38.5%	15.4%	30.8%	15.4%	7.7%	15.4%	15.4%	7.7%	7.7%	61.5%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B37: Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH

			Desconocen el uso de la BD	Conocen los servicios de la BD	Alguna vez han utilizado los servicios de la BD	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	0	1	1	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	.0%	20.0%	50.0%	.0%	15.4%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%	.0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	1	0	0	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	33.3%	.0%	.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	.0%	.0%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	0	1	0	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	50.0%	.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	.0%	20.0%	.0%	33.3%	15.4%
		% del total	.0%	7.7%	.0%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	0	1	0	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	50.0%	.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	.0%	20.0%	.0%	33.3%	15.4%
		% del total	.0%	7.7%	.0%	7.7%	15.4%
	Humanidades	Recuento	0	0	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	.0%	.0%	50.0%	.0%	7.7%
		% del total	.0%	.0%	7.7%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	0	0	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	.0%	.0%	.0%	33.3%	7.7%
		% del total	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	0	1	0	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	.0%	20.0%	.0%	.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	0	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	33.3%	.0%	.0%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	.0%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	1	1	0	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	33.3%	20.0%	.0%	.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	.0%	.0%	15.4%
Total		Recuento	3	5	2	3	13
		% dentro de Escuela/Facultad	23.1%	38.5%	15.4%	23.1%	100.0%
		% dentro de Seleccione la oración que, desde su percepción, mejor describa el comportamiento de los alumnos y docentes de su Escuela/Facultad con respecto a la BD del SIBIUNACH	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	23.1%	38.5%	15.4%	23.1%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B38: ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?

			Si	No	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	0	2	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	.0%	50.0%	15.4%
		% del total	.0%	15.4%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	.0%	25.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	22.2%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
	Medicina	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	22.2%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	25.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
Total		Recuento	9	4	13
		% dentro de Escuela/Facultad	69.2%	30.8%	100.0%
		% dentro de ¿Usted conoce adecuadamente el funcionamiento de la BD del SIBIUNACH?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	69.2%	30.8%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B39: ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH

			Si	No	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	33.3%	10.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	33.3%	10.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	0	2	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	20.0%	15.4%
		% del total	.0%	15.4%	15.4%
	Humanidades	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	33.3%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	0	2	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	20.0%	15.4%
		% del total	.0%	15.4%	15.4%
Total		Recuento	3	10	13
		% dentro de Escuela/Facultad	23.1%	76.9%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez ha recibido capacitación para desarrollar sus propias habilidades y apoyar al usuario en el acceso a los recursos de la BD del SIBIUNACH?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	23.1%	76.9%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B40 Considera que la capacitación recibida lo habilita para: (puede marcar más de una opción)										
			Informar de manera general a los usuarios sobre la dirección electrónica y forma de ingreso a la BD	Ayudar a los usuarios en el ingreso a la BD	Ayudar a los usuarios para el acceso a recursos específicos de la BD	Descripción general del contenido de las bases de datos de la BD	Encontrar materiales específicos en las bases de datos de la BD	Nada de lo anterior	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	1	1	0	0	0	1	1	2
		% dentro de EscFac	50.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	50.0%	
		% dentro de $Preg.10	33.3%	20.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	
		% del total	7.7%	7.7%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	0	0	0	0	1	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	2	1	1	1	1	1	2
		% dentro de EscFac	50.0%	100.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	
		% dentro de $Preg.10	33.3%	40.0%	50.0%	50.0%	50.0%	10.0%	10.0%	
		% del total	7.7%	15.4%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	0	0	0	0	0	2	2	2
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	20.0%	20.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	15.4%	15.4%	15.4%
	Humanidades	Recuento	0	0	0	0	0	1	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	2	1	1	1	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	200.0%	100.0%	100.0%	100.0%	.0%	.0%	
		% dentro de $Preg.10	33.3%	40.0%	50.0%	50.0%	50.0%	.0%	.0%	
		% del total	7.7%	15.4%	7.7%	7.7%	7.7%	.0%	.0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	0	0	0	0	0	1	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	0	0	0	0	0	1	1	1
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.7%	7.7%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	0	0	0	0	0	2	2	2
		% dentro de EscFac	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.10	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	20.0%	20.0%	
		% del total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	15.4%	15.4%	15.4%
Total		Recuento	3	5	2	2	2	10	10	13
		% del total	23.1%	38.5%	15.4%	15.4%	15.4%	76.9%	76.9%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B41: La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.

			De acuerdo	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	33.3%	10.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	33.3%	10.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	0	2	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	.0%	20.0%	15.4%
		% del total	.0%	15.4%	15.4%
	Humanidades	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	33.3%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	.0%	10.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	0	2	2
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	.0%	20.0%	15.4%
		% del total	.0%	15.4%	15.4%
Total		Recuento	3	10	13
		% dentro de Escuela/Facultad	23.1%	76.9%	100.0%
		% dentro de La cobertura de información de las bases de datos de la BD del SIBIUNACH son pertinentes a la(s) disciplina(s) de su Escuela/Facultad.	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	23.1%	76.9%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B42: En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?

			Si	No	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	25.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	1	2
		% dentro de Escuela/Facultad	50.0%	50.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	25.0%	15.4%
		% del total	7.7%	7.7%	15.4%
	Medicina	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	22.2%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	25.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	0	1	1
		% dentro de Escuela/Facultad	.0%	100.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	.0%	25.0%	7.7%
		% del total	.0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	1	0	1
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	11.1%	.0%	7.7%
		% del total	7.7%	.0%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	2	0	2
		% dentro de Escuela/Facultad	100.0%	.0%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	22.2%	.0%	15.4%
		% del total	15.4%	.0%	15.4%
Total		Recuento	9	4	13
		% dentro de Escuela/Facultad	69.2%	30.8%	100.0%
		% dentro de En la biblioteca de su Escuela/Facultad, ¿los usuarios cuentan con un área de cómputo para la consulta de bases de datos de la BD del SIBIUNACH?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	69.2%	30.8%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B43: Desde su experiencia, ¿Cuáles considera que son los principales problemas que presenta el acceso a la BD en su Escuela/Facultad? (puede marcar más de una opción)

			Buscar la información	Acceder a las bases de datos de la BD	Problema de la red	Problemas del equipo de cómputo	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	0	1	1	0	0	2
		% dentro de EscFac	0%	50.0%	50.0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	0%	50.0%	11.1%	0%	0%	
		% del total	0%	7.7%	7.7%	0%	0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	1	0	0	0	1
		% dentro de EscFac	0%	100.0%	0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	0%	50.0%	0%	0%	0%	
		% del total	0%	7.7%	0%	0%	0%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	0	1	2	0	2
		% dentro de EscFac	50.0%	0%	50.0%	100.0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	50.0%	0%	11.1%	40.0%	0%	
		% del total	7.7%	0%	7.7%	15.4%	0%	15.4%
	Medicina	Recuento	0	0	2	0	0	2
		% dentro de EscFac	0%	0%	100.0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	0%	0%	22.2%	0%	0%	
		% del total	0%	0%	15.4%	0%	0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	1	0	1	1	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	0%	100.0%	100.0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	50.0%	0%	11.1%	20.0%	0%	
		% del total	7.7%	0%	7.7%	7.7%	0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	0	0	1	1	0	1
		% dentro de EscFac	0%	0%	100.0%	100.0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	0%	0%	11.1%	20.0%	0%	
		% del total	0%	0%	7.7%	7.7%	0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	0	0	1	1	0	1
		% dentro de EscFac	0%	0%	100.0%	100.0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	0%	0%	11.1%	20.0%	0%	
		% del total	0%	0%	7.7%	7.7%	0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	0	0	0	0	1	1
		% dentro de EscFac	0%	0%	0%	0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.13	0%	0%	0%	0%	100.0%	
		% del total	0%	0%	0%	0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	0	0	2	0	0	2
		% dentro de EscFac	0%	0%	100.0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.13	0%	0%	22.2%	0%	0%	
		% del total	0%	0%	15.4%	0%	0%	15.4%
Total		Recuento	2	2	9	5	1	13
		% del total	15.4%	15.4%	69.2%	38.5%	7.7%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.

Apéndice B46. Cuáles considera que son las principales ventajas que presenta el acceso a la BD en su Escuela/Facultad? (puede marcar más de una opción)

			Cuenta con información actualizada sobre la disciplina	Cuenta con información útil para actividades recreativas	Complementa la información disponible en la biblioteca física de la Escuela/Facultad	Economiza recursos de los usuarios	No contestó	
Escuela/Facultad	Lenguas	Recuento	2	0	0	1	0	2
		% dentro de EscFac	100.0%	0%	0%	50.0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	20.0%	0%	0%	20.0%	0%	
		% del total	15.4%	0%	0%	7.7%	0%	15.4%
	Arquitectura	Recuento	0	0	1	0	0	1
		% dentro de EscFac	0%	0%	100.0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	0%	0%	16.7%	0%	0%	
		% del total	0%	0%	7.7%	0%	0%	7.7%
	Ingeniería	Recuento	1	0	1	2	0	2
		% dentro de EscFac	50.0%	0%	50.0%	100.0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	10.0%	0%	16.7%	40.0%	0%	
		% del total	7.7%	0%	7.7%	15.4%	0%	15.4%
	Medicina	Recuento	2	0	2	2	0	2
		% dentro de EscFac	100.0%	0%	100.0%	100.0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	20.0%	0%	33.3%	40.0%	0%	
		% del total	15.4%	0%	15.4%	15.4%	0%	15.4%
	Humanidades	Recuento	1	0	0	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	0%	0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	10.0%	0%	0%	0%	0%	
		% del total	7.7%	0%	0%	0%	0%	7.7%
	Instituto de Estudios Indígenas	Recuento	1	1	0	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	100.0%	0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	10.0%	50.0%	0%	0%	0%	
		% del total	7.7%	7.7%	0%	0%	0%	7.7%
	Centro de Estudios en Física y Matemáticas Aplicadas	Recuento	1	0	1	0	0	1
		% dentro de EscFac	100.0%	0%	100.0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	10.0%	0%	16.7%	0%	0%	
		% del total	7.7%	0%	7.7%	0%	0%	7.7%
	Ciencias Sociales	Recuento	0	0	0	0	1	1
		% dentro de EscFac	0%	0%	0%	0%	100.0%	
		% dentro de $Preg.14	0%	0%	0%	0%	100.0%	
		% del total	0%	0%	0%	0%	7.7%	7.7%
	Ciencias Agronómicas	Recuento	2	1	1	0	0	2
		% dentro de EscFac	100.0%	50.0%	50.0%	0%	0%	
		% dentro de $Preg.14	20.0%	50.0%	16.7%	0%	0%	
		% del total	15.4%	7.7%	7.7%	0%	0%	15.4%
Total		Recuento	10	2	6	5	1	13
		% del total	76.9%	15.4%	46.2%	38.5%	7.7%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los bibliotecarios de las DES de la UNACH, 2010.