



GERENCIA DEL SERVICIO EN LAS BIBLIOTECAS: UNA NECESIDAD INMEDIATA Y UNA BUENA INVERSIÓN A LARGO PLAZO.

Luis David Fernández Valderrama

Desamparados a teñidero, edificio Pacto, piso 3, apto 34. La Candelaria luisdavid98@hotmail.com /
luisdavid86@hotmail.es

RESUMEN

Se abordan temas como la gerencia, con la finalidad de aclarar o entender su alcance y las oportunidades que nos brinda una buena gerencia dentro de los servicios de las bibliotecas, los servicios y los servicios bibliotecarios específicamente, se tratará de entender y comprender la importancia que tienen dentro de las organizaciones y principalmente dentro de las bibliotecas, también se aclaran algunas diferencias y semejanzas entre los términos de cliente y usuario que aunque se acostumbra a usar el término usuario exclusivamente para las bibliotecas, el término cliente en muchas ocasiones puede ser más adecuado para lograr entender que esos usuarios o clientes merecen una atención de la mejor calidad que sea posible, porque dentro de la misión de cualquier biblioteca debe estar brindarles servicios de calidad a sus usuarios para cumplir con sus requerimientos de información. Se busca dar a conocer la importancia que tienen los servicios dentro de cualquier organización y aún más dentro de una biblioteca cuya razón de ser es satisfacer las necesidades de información de sus usuarios o clientes, asimismo se explica que es fundamental hacer un cambio de paradigma dentro de las organizaciones prestadoras de servicio, que entiendan que un usuario es un cliente indirecto porque el hecho que no se lleve a cabo una transacción financiera al momento de la solicitud no quiere decir que este servicio sea gratuito ya que la organización se encarga de costear el servicio prestado, y por lo tanto merecen una atención de calidad. Es muy importante comprender que así como se gestionan recursos económicos o mobiliario, es posible gestionar los servicios, hacerlos más eficientes y eficaces a través de estrategias que se apliquen para fortalecer su funcionamiento. Se comenta además la visión negativa que tienen generalmente aquellas personas que se encuentran al frente de las unidades de servicio de las bibliotecas. El servicio es uno de los aspectos de la biblioteca que repercute más en la reputación de la misma por lo tanto es el medio más económico de hacerle publicidad, y es fundamental aprovechar este recurso, brindando un buen servicio se convierte al usuario o al cliente en “propagandas vivientes” que se encargarán de recomendar la unidad de información. Constantemente se destaca la importancia del servicio dentro de la organización, ya que el servicio viene a convertirse en la “cara visible” de la organización. La gestión del servicio dentro de la biblioteca debe ser un proceso en constante revisión y adecuación para permitir que la organización se encuentre siempre lo más actualizada posible en cuanto a los servicios



que presta, logrando mantener cautivos a sus usuarios. Finalmente se explica que en la actualidad es de suma importancia que las bibliotecas hagan el cambio de paradigma necesario para adecuar sus servicios a las nuevas exigencias, cada día el usuario requiere más información y tiene menos tiempo para buscarla, por lo que la biblioteca, y principalmente sus servicios y el personal que los presta, deben transformarse de ser reactivos a convertirse en proactivos, aprovechando las herramientas que las tecnologías de la información y la comunicación nos brindan, permitiendo hacer más eficientes y eficaces nuestros servicios.

ABSTRACT

Examining issues such as management, with the aim of clarifying or understand its scope and the opportunities it provides us with a good management within the library facilities, services and library services specifically, it will be understood and to understand the importance within organizations are mainly in the libraries are also some clear differences and similarities between the terms of customer and user that although the term usually used only for library users, the end customer can often be more appropriate understand that to reach those users or customers deserve the best quality possible, because within the mission of any library must provide quality services to its users to meet their reporting requirements. The aim is to publicize the importance of services within any organization and even more in a library whose mission is to satisfy the information needs of their users or customers, it is also essential to make a paradigm shift within of the organizations providing the service, they understand that a user is an indirect customer of the fact that it is not carried out a financial transaction when the application does not mean that this service is free and that the organization is responsible for the costs service, and therefore deserve quality care. It is very important to understand that resources are managed, as well as economic or furniture, you can manage the services, making them more efficient and effective through strategies that apply to strengthen their functioning. It was also the negative comments are generally those who are at the forefront of the service units of the libraries. The service is one aspect of the library that most affects the reputation of it therefore is the most economical means of publicity, and it is vital to use this resource, providing a good service becomes the user or customer "Living propaganda" that is responsible for recommending the information unit. Constantly stresses the importance of service within the organization, because the service is to become the "face" of the organization. The management of the service within the library should be a process under constant review and adjustment to allow the organization is always up to date as possible regarding the services provided, managing to keep their captive customers. Finally explained that at present it is extremely important that libraries make the paradigm shift required to bring their services to new challenges, every day you need more information and have less time to look, so the library, and mainly services and personnel are provided, they should move from being reactive to becoming proactive, using the tools



that information technology and communication we provide, allowing more efficient and effective services.

PALABRAS CLAVES

Servicios, Servicios Bibliotecarios, Calidad de Servicio, Gerencia de Servicio.



INTRODUCCIÓN

El servicio y específicamente los servicios bibliotecarios son una parte importante dentro del funcionamiento de cualquier institución, y aún más cuando nos referimos a una unidad de información. Hoy en día muchas bibliotecas están haciendo grandes esfuerzos para mejorar y potenciar sus servicios, pero no dejando de lado la calidad, porque es muy conocido que mejor es la calidad que la cantidad.

El término gerencia de la calidad de servicio puede no sonar como un término bibliotecológico, pero debe ser considerado como tal, ya que la principal función de una biblioteca o una unidad de información es prestar un servicio, pero no sólo brindar acceso al servicio, sino que este debe ser un servicio de calidad, a continuación se aclararán algunos conceptos y se desarrollará el tema de la calidad de servicio un poco más a fondo.

CONCEPTOS BÁSICOS

En principio es necesario aclarar un poco el tema a tratar, ya que puede sonar simple, sencillo e incluso innecesario, por lo tanto es fundamental aclarar las razones por las cuales es de suma importancia lograr una buena gerencia en cualquier empresa y aún más en aquellas que presten algún servicio, como es el caso de las bibliotecas.

Es importante antes de entrar en el tema que nos compete en estos momentos conocer un poco y profundizar aún más en los significados que tienen algunos términos que vendremos usando a lo largo del texto, en un primer lugar tenemos que definir gerencia, se puede pensar que queda sobreentendido su significado, pero no es así, en muchos casos la gerencia es mucho más de lo que algunos piensan, en otros es mucho menos, por ello tratare de delimitar un poco el concepto y contextualizarlo para el fin que lo requiero. Mencionare varias definiciones y luego tratare de condensarlas en una definitiva y enfocada al área bibliotecaria. En primer lugar tenemos la definición de Freeman, E (1995) que expresa:

[...] El término (gerencia) es difícil de definir: significa cosas diferentes para personas diferentes. Algunos lo identifican con funciones realizadas por empresarios, gerentes o supervisores, otros lo refieren a un grupo particular de personas. Para los trabajadores; gerencia es sinónimo del ejercicio de autoridad sobre sus vidas de trabajo [...]

Por otro lado Krygier (1988) la define como “un cuerpo de conocimientos aplicables a la dirección efectiva de una organización”



Y finalmente Fermín, Israel la define como:

[...] un proceso que implica la coordinación de todos los recursos disponibles en una organización (humanos, físicos, tecnológicos, financieros), para que a través de los procesos de: planificación, organización, dirección y control se logren objetivos previamente establecidos [...]

En conclusión tenemos que la gerencia, son funciones que llevan a cabo personas destinadas para este cargo, funciones de planificación, organización, dirección y control, con el único fin de sacar el mayor provecho de la manera más eficiente posible, todo esto siguiendo una estructura y un plan de acción para lograr los objetivos, además el gerente debe ser una persona que conozca a fondo el funcionamiento de la organización en todos sus niveles operativos, en el caso de las bibliotecas específicamente, el gerente debe conocer desde como guardar los materiales o como almacenar la información hasta como hacer una reestructuración completa de la misma, pasando por procesos técnicos, administrativos, e incluso la atención al usuario o cliente, que en una biblioteca es fundamental.

Por otro lado es necesario mencionar la palabra, servicio y servicios bibliotecarios, en principio podemos decir que un servicio es todo aquello que busca satisfacer una necesidad, según la norma ISO 9000 un servicio es “el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible”

Asimismo podemos definir entonces a los servicios bibliotecarios, como aquel conjunto de actividades diseñadas y aplicadas por la biblioteca con la finalidad de solventar o satisfacer las necesidades de información de sus usuarios. En este sentido Penna (1970) comenta que “la finalidad de los servicios bibliotecarios es dar a la comunidad y al individuo la posibilidad de acceso a informaciones e ideas almacenadas”, por tanto que busca satisfacer esa demanda de información por parte del usuario.

En la actualidad muchas empresas de servicios, públicas o privadas, no valoran su principal capital, es decir, el cliente porque ¿quien más que él hace uso de los servicios que son proporcionados por la empresa?, por tanto es en función de ellos que la empresa debe orientar sus esfuerzos por mejorar dichos servicios, aunque no siempre sea así.

Hoy en día algunas organizaciones están sufriendo cambios de paradigmas, cambios no sólo estructurales sino de su forma de pensar y ver las cosas, esto trae consigo una serie de transformaciones que si son aprovechadas correctamente resolverán muchos problemas en las organizaciones actuales, estos cambios se producen en organizaciones públicas o privadas, por el momento nos enfocaremos en las organizaciones que prestan un servicio, y más específicamente en unidades de información, dentro de éstas se debe entender que entre usuarios y clientes no deben existir diferencias, ya que se cree que



los usuarios no pagan directamente por el servicio, lo cual puede ser cierto, pero alguien paga por ellos, bien sea una institución o un organismo del Estado y por ello deben ser tomados en cuenta al igual que se harían con los clientes, prestándoles el servicio lo mejor que sea posible, porque realmente son parte del capital de la unidad ya que sin usuarios una unidad de información no tendría sentido, por ello necesitan de sus usuarios y deben tratar en lo posible de mantenerlos satisfechos para así lograr multiplicar ese capital de usuarios entendiéndolos como clientes y tratándolos por ende como tal.

Igualmente es necesario conocer en sí que significan los términos clientes y usuarios, para tener en claro los distintos usos que podemos darles a estos términos, a pesar que en muchos casos pueden y deben ser intercambiables sin que esto genere un descenso en la calidad del servicio.

En inicio tenemos que un usuario de servicios públicos según un documento publicado en la web de la Universidad de Sevilla puede ser entendido como “la persona que utiliza dichos servicios”, en este concepto a pesar de ser muy corto queda de manifiesto la idea esencial de lo que significa ser un usuario, tal cual lo dice es la persona que utiliza los servicios, tan simple como eso.

De igual manera en la página web “mekate” se encuentra un concepto bastante similar, para ellos un usuario es la: “Persona que utiliza realmente el producto comprado o el servicio prestado” en este concepto también se puede observar la idea esencial de la relación usuario-servicio, simplemente utiliza el producto comprado o el servicios prestado, sin embargo se incluye la palabra comprado, con la cual se desliga a muchos otros que relacionan la palabra usuario únicamente a las personas que reciben un servicio de manera gratuita y sin que haya un intercambio económico

Sin embargo cuando se busca la definición de cliente nos encontramos con la siguiente: Cliente: Usuario que debe pagar directamente por los servicios/productos de la entidad de información, o sea, cuando media una relación monetario-mercantil directa entre ambas partes. Universidad de la habana. Es decir, un cliente es aquel que se ve envuelto en un intercambio mercantil directo, que dará como resultado la satisfacción de su necesidad, y además genera una ganancia inmediata para el prestador del servicio.

Entre estos dos conceptos, usuario y cliente, son muy pocas las diferencias que se pueden hallar, la más notoria es en el ámbito mercantil, ya que un usuario no necesariamente paga al momento que recibe el servicio, pero puede que alguien (institución, organismo, el gobierno, o el mismo usuario de manera indirecta) este pagando para que se preste dicho servicio. A diferencia del cliente quien se ve en muchos casos obligado a pagar directamente al proveedor del servicio para poder disfrutar del mismo.



Existe un término que concentra las principales características de aquellos usuarios de unidades de información, por lo tanto el usuario de la información, según la universidad de la Habana es aquella

Persona, grupo o entidad, que utiliza la información o los servicios de información. Al estar involucrados los "usuarios" y trabajadores de la información en un proceso continuo de comunicación, el término se refiere a todos los que utilizan la información, sean o no trabajadores de la información.

A continuación se desarrollan los diferentes puntos que permitirán de una u otra manera contextualizar el tema que se desea desarrollar en este trabajo.

IMPORTANCIA DEL SERVICIO

Las empresas de servicios tanto públicas como privadas históricamente han visto a las personas que emplean sus servicios como usuarios, y esta visión no es siempre la más adecuada, ya que partiendo de este principio pareciera que en vez de “vender” un servicio se le esta haciendo un favor a los “usuarios”, es por ello que para efectos de este artículo se usará con predilección la palabra clientes por encima de usuarios, porque al observar el circulo de servicio realmente se realiza una transacción monetaria sólo que en diferido, de esto se comentará más adelante.

En muchos casos, especialmente en las empresas públicas, los clientes son vistos únicamente como usuarios, porque al no hacer un pago al momento en que se lleva a cabo la transacción, las personas tienden a pensar que en lugar de vender un servicio le están haciendo un favor al cliente, y es por esta razón y muchas otras, que la calidad de servicio de las empresas públicas es muy inferior a la de las empresas privadas, sin embargo como toda regla, esta afirmación tiene sus excepciones.

Es por ello que en muchos casos es mejor tener en mente al usuario como un cliente, logrando de esta manera entender que, directa o indirectamente esta persona hace un pago por el servicio que necesita y espera que dicho servicio sea de calidad y siempre será más beneficioso para la organización, en este caso para la unidad de información, que el cliente se vaya no sólo con la información, sino con una buena percepción del servicio en general.

Los servicios en cualquier empresa, siempre son la cara visible de la misma, y es ese aspecto el que los compradores observan con más frecuencia, y el que tiende a ser más criticado positiva y negativamente, a pesar que existen muchos factores además del servicio que conforman la organización, y hay que entender que todos deben existir funcionar como un sistema, ya que si una de sus partes falla todo el sistema sufre las consecuencias.



La importancia del servicio o atención al cliente se hace notar aun más en las bibliotecas, donde por su deber ser, su principal capital y principal aliado son los clientes (usuarios), porque ellos de cierta manera son quienes complementan y ayudan a fortalecer la estructura y los servicios que ésta presta, siempre que la biblioteca tome en cuenta a sus usuarios y les den la importancia que realmente merecen y siempre que los usuarios se conviertan en clientes, es decir, que exijan y demanden (siempre de la mejor manera posible), productos y servicios informativos de calidad y que satisfagan realmente sus necesidades de información.

En cualquier organización que valore realmente la importancia que tienen sus clientes para su existencia, sean organizaciones públicas o privadas, debe existir una gerencia del servicio, debe comprenderse el servicio como parte del gran sistema, porque realmente lo es, y tan es así que en muchos casos se convierte en una de las partes más importantes dentro de una organización, porque en términos concretos el servicio o atención al cliente se convierte en la cara de una organización, y la idea es lograr que esta cara sea lo más atractiva y agradable posible para el comprador, logrando con esto al menos en un primer momento que éste se acerque a la organización, luego dependerá del funcionamiento estructural de la misma que el comprador se convierta en un miembro más de la organización, incluso sin notarlo, sino a través de sus sugerencias, sus exigencias y comentarios.

CALIDAD DE SERVICIO

Hay que estar muy claros, en cuanto a que la calidad de servicio no es algo que se decreta, es algo que se debe construir en todos y cada uno de los contactos entre el usuario-cliente y la empresa, no es sólo al momento de realizar la solicitud y dar respuesta a la misma, es desde que el usuario llega a la empresa, o incluso antes, a través de las recomendaciones o comentarios el usuario-cliente tiende a perjudicarse, por lo tanto es sumamente importante tener en cuenta todos los factores que inciden en un usuario satisfecho, desde el primer contacto que tenga con la empresa, hasta el momento de la salida, o incluso después. Es fundamental lograr una satisfacción integral en el usuario, no que salga conforme, o medianamente satisfecho, sino que de ser posible se superen las expectativas que tenía el usuario con respecto a la institución, esto no es fácil de lograr, es sumamente complicado, es por ello que se hace vital, que la calidad de servicio sea una política de la empresa, que toda la estructura que la conforma este comprometida con el servicio, de esta manera el servicio que se preste llegará a ser de muy alta calidad, y podrá ser duradero en el tiempo.

En este sentido la Universidad de Antioquia en el portal del curso Gerencia de servicios y mercadeo de información comenta lo siguiente

La Gerencia del Servicio está identificada como una estrategia efectiva de Mercadeo en el proceso de estimular la demanda y mantener la fidelidad de los

Clientes, y requiere de técnicas, estrategias, responsables, metas, sistemas de operación y evaluación, identificación de momentos de verdad, culturización (capacitación), comunicaciones, entre otros (2007).

Es innegable la importancia que tiene en un organismo público o privado la gerencia del servicio, como el mecanismo para asegurar la calidad del mismo, ya que el servicio es un punto vital dentro de la imagen de la institución, en pocas palabras es su carta de presentación. En el libro clientes para siempre sus autores Sewell, Carl y Brown, Paul señalan los diez mandamientos del servicio al cliente:

- 1.- Hagan que vuelvan por su gusto.
- 2.- Sistemas, no sonrisas.
- 3.- Prometa menos, dé más.
- 4.- Cuando un cliente pregunta, la respuesta siempre es sí.
- 5.- Deshágase de sus inspectores y de su departamento de relaciones con los clientes: El empleado que tenga trato con el cliente debe tener autoridad para atender y solventar sus quejas.
- 6.- ¿Nadie se queja? Algo anda mal: Aliente a sus clientes a que le digan lo que no les gusta.
- 7.- Mida todo.
- 8.- Los salarios son injustos: Remunere a sus empleados como socios.
- 9.- Mamá tenía razón: Muestre respeto a las personas.
- 10.- Sea como los japoneses: Investigue quienes son los mejores y cómo hacen las cosas; aprópiase de sus sistemas. Después, mejórelos.

Aplicando estos diez mandamientos de la manera correcta observará como se incrementan sus clientes/usuarios, sea una empresa de telecomunicaciones, un local de alimentos o una unidad de información como una biblioteca.

Con esto queda de manifiesto que la gerencia del servicio debe ir compenetrada con el resto de la estructura de la organización, para lograr la calidad de servicio que se desea. Es imposible siquiera pensar en calidad de servicio, cuando la gerencia de servicio esta desligada completamente de la organización, aunque sean procesos diferentes su fin único es el mismo, el bienestar y crecimiento de la organización, el cual se logra con una excelente calidad de servicio. Es por ello que según Peralta “el principal objetivo de la Gerencia del Servicio es el de establecer un mejoramiento constante del servicio, la creación de valor para el cliente, y con ello, derivar ventajas competitivas sustanciales y sostenibles” (2006)

En conclusión tenemos que el servicio es el principal valor con el que cuenta una institución, y aún más una unidad de información, y por lo tanto es de vital importancia que comprenda y transmita el significado de la calidad de servicio entre todas sus



unidades para lograr que de manera conjunta y unificada se potencie el servicio logrando así un mejoramiento continuo de la imagen de la institución.

BIBLIOGRAFÍA

- * ARBELAEZ, M y QUIROZ, N. (2007). *Gerencia de servicios y mercadeo de información*. [Documento en línea]. Disponible en: luisdavid98@hotmail.com
- * FERMÍN, Israel. (2004) *Gerencia y gerente*. [Documento en línea]. Disponible en: luisdavid98@hotmail.com.
- * FREEMAN, E. (1995) *Administración*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- * ISO 9000:2000, *Sistemas de gestión de la calidad. Conceptos y vocabulario*.
- * KRYGIER, A. (1988). *Consultores de Gerencia: ¿Terapeutas de las organizaciones?* En: *Gerente*. Mayo.
- * Mekate. (2001-2008). [Página web en línea]. Disponible en: www.mekate.com/glosario-u.html
- * PENNA, C. (1970). *Planeamiento de servicios bibliotecarios y de documentación*. (2da ed.). Paris: UNESCO.
- * PERALTA, C. (2006). *Gerencia del Servicio Factor Clave para la Competitividad de las PYMES*. [Documento en línea]. Disponible en: carlepes_05@yahoo.com
- * SEWELL, C. y BROWN, P. (1994) *Clientes por siempre*. México: McGraw Hill.
- * Universidad de la Habana. (2008). [Página web en línea] Disponible en: www.uh.cu/facultades/fcom/portal/interes_glosa_terminos.htm