



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

ELABORACIÓN DE UN INSTRUMENTO QUE IDENTIFIQUE INDICADORES
DE SATISFACCIÓN O INSATISFACCIÓN EN EL SERVICIO BIBLIOTECARIO
DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA

T E S I S

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

P R E S E N T A N:

LAURA MERINO SÁNCHEZ

DIANA CECILIA VÁZQUEZ ARELLANO

DIRECTORA: MTRA. MIRIAM CAMACHO VALLADARES

REVISORA: LIC. ISaura E. LÓPEZ SEGURA



CIUDAD UNIVERSITARIA 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimiento Especial

Laura Merino Sánchez

y

Diana Cecilia Vázquez Arellano

A nuestros sinodales:

Mtra. Miriam Camacho Valladares:

¡Gracias! pues supero nuestras expectativas, en cada momento que nos dedico su tiempo, por sus acertadas sugerencias que impulsaron la culminación del presente trabajo. También por la amistad y confianza que se creo en estos meses.

Lic. Isaura E. López Segura:

Agradecemos sus valiosos comentarios, sugerencias y momentos de calidad que nos dedicó para concluir nuestro trabajo recepcional, y el apoyo brindado en el mismo.

Mtro. Lucio Cárdenas Rodríguez:

Un sincero agradecimiento por el interés recibido en la revisión de nuestro trabajo, por los comentarios y el apoyo que tuvo a bien realizar en el mismo.

Lic. Juan Varela Juárez:

Gracias por el tiempo que dedico en la revisión del trabajo y también por las indicaciones expuestas para su finalización.

Lic. Mirna Rocío Ongay Valle:

Agradecemos el apoyo y disposición que recibimos para concluir el presente trabajo.

A mi mamá: Mta. Isabel Sánchez Palacios

Por la fortaleza y entereza que siempre mostraste, por el enorme esfuerzo que realizaste para que mis hermanos y yo saliéramos adelante, por todo el apoyo y cariño que siempre me das, por tus consejos y porque Dios me bendijo con tu presencia. Gracias Te Quiero Mucho

A mi papá: Alfredo A. Merino Pérez

Aunque vives en otra casa, en su momento me demostraste tu cariño y me enseñaste que con esfuerzo y perseverancia se logran los objetivos. Te quiero

A mis hermanos (as):

Javier, Carlos, Pili y Lety: Por la unidad que tenemos, por su apoyo, cariño y confianza que me brindan en cada momento de la vida y porque se que incondicionalmente cuento con ustedes.

A mis cuñadas (e):

Chayo: Por todos los momentos de apoyo y cariño que siempre he recibido, así como la confianza que tenemos, por ser parte de mi familia y ser como otra hermana para mí. *Jean Paolo:* Por haber elegido a mi hermana y por la confianza que me brindas.

Daisy: Por los buenos momentos compartidos

A mis sobrinos (a):

Karina, Javier y Yael. Por todo su amor, su cariño y todas esas sonrisas que siempre me regalan, recuerden los quiero muchísimo y deseo sean siempre mis niños.

A ti amor: Andrés F. Heredia Duarte

Por tantos y tantos momentos compartidos (y los que faltan), por ser el complemento de mi vida, ser el impulso para lograr mis objetivos, por apoyarme, cuidarme y protegerme; por hacerme sentir que el amor único y verdadero existe, recuerda no hay papel que alcance para expresarte que siempre, siempre, siempre deseo estar contigo. TE AMO

!! Gracias !!

A todos ustedes porque han sido el motor para poder culminar mis estudios

y seguir adelante.....

Agradecimientos

Laura Merino Sánchez

A Dios y San Juditas Tadeo:

Gracias por la vida que eligieron para mí, por guiarme, cuidarme y protegerme en cada momento de mi vida y la de mi familia, por escucharme cuando tengo desesperanza, pues se que así es cuando me acerco a ustedes.

A la Universidad Nacional Autónoma de México:

Por permitirme estudiar en esta máxima casa de estudios, por mi formación profesional y por contribuir a ser mejor persona. Porque me siento orgullosa de poder pertenecer a una de las mejores universidades.

A todos los profesores de la Facultad de Psicología:

Pues cada uno de ellos fortaleció mi formación profesional, gracias por su cátedra, sus conocimientos y dedicación y sobre todo por exhortarnos a prepararnos día con día para seguir poniendo en alto a nuestra alma mater.

Al Lic. Alberto Galicia Montoya:

Por su incondicional amistad y ayuda en la culminación de este trabajo, por todos y cada uno de sus comentarios y sobretodo por su calidad de ser humano.

A mis amigas: Cúla, Patsy, Jaz, Pao, Alga.

Por brindarme su amistad y compartir todos esos momentos de alegrías y tristezas, por su apoyo incondicional que siempre me demostraron en distintos momentos de nuestros estudios. Recuerden que las quiero...

A Mary B., Laura M., Araceli C.,

Evelin S., Gaby y Sonia de P. H.

Gracias por el cariño que en cada momento me demuestran y por la confianza que tenemos.

Agradezco a todas las personas que aunque no son mencionadas me han apoyado en distintos momentos de mi vida y me han brindado su amistad y confianza.

Agradecimientos

Diana Cecilia Vázquez Arellano

DEDICADA A MI FAMILIA CON MUCHO CARIÑO

*A mi Mamá **Silvia Arellano Velázquez***

Por todo su cariño, apoyo, confianza, dedicación, amor y sus sabios consejos en todo momento y que sin ella yo no estaría aquí culminando este proyecto. Gracias!!! TE QUIERO MUCHO

*A mi Papá **Juan Vázquez Arellano***

Por darme el ejemplo de que si uno se esfuerza y quiere, las cosas son posibles y eso me enorgullece de ti. Gracias por todo lo que me brindas día a día y por dar lo mejor de ti para mi formación personal.

*A **David y Sergio***

Que están conmigo en cada momento y que han sido un ejemplo de constancia y me han hecho ver que nunca es tarde para prepararse y alcanzar metas, hermanitos los QUIERO MUCHO.

*Agradezco a **Dios** por darme la oportunidad de llegar a esta etapa de mi vida.*

*A la **Universidad Nacional Autónoma de México:***

Por ser parte de mi formación personal y profesional y sobre todo porque aquí fue donde pase los mejores años de mi vida y aprendí a forjar los cimientos para ser mejor día a día; y porque me siento orgullosa de poder pertenecer a una de las mejores universidades.

Laura

GRACIAS por tu paciencia, amistad, apoyo y por la convivencia durante todo este tiempo.

*A todas las personas que directa o indirectamente formaron parte de este proyecto y me dieron su apoyo y ánimo para seguir adelante A: **Fanny, Emma, Omar, Carlos, Fernando** y en especial a quien me impulso para iniciar con la tesis y siempre que pudo estuvo a mi lado siendo mi motor y brindándome su amor, respeto, tolerancia, comprensión, enseñanza y felicidad y ahora que culmina también es parte de esto, GRACIAS **Christopher**.*

*A **Merari***

Mil gracias por todo tu apoyo y amistad además de todos los momentos buenos y malos en que has estado a mi lado y por tener siempre unas palabras de aliento para mí. TQM hermanita.

*A mis amigas: **Paty, Jaz y Citlalli***

Muchas gracias por el tiempo compartido durante toda la carrera y los que faltan; por las enseñanzas de cada una y su cariño incondicional.

*Por último a los amigos que he hecho en este tiempo y que sin quererlo han sido parte importante para ver que este proyecto se terminara: **Gerardo, Ely, Dan, Edgar, Ricardo, Víctor y Antonio**.*

ÍNDICE

Introducción

Resumen

Página

CAPÍTULO I. EL SERVICIO Y LA CALIDAD

1.1. Importancia actual del servicio.	2
1.2. ¿Qué es servicio?	3
1.2.1. Características del servicio.	3
1.2.2. Clasificación de los servicios.	4
1.2.3. Ciclo del servicio.	4
1.3. Causas de los problemas en el servicio.	6
1.4. La Calidad y sus orígenes.	7
1.4.1. ¿Qué es calidad?	8
1.4.2. Principales exponentes de la calidad.	9
1.4.3. Sistemas de gestión de calidad.	11
1.5. Calidad en el servicio.	12
1.5.1. Niveles de calidad en el servicio.	14
1.5.2. Proceso para mejorar la calidad en el servicio.	15
1.6. Satisfacción o insatisfacción del cliente.	15
1.7. Medición de la satisfacción del cliente.	16
1.7.1. Medida de las actitudes.	17
1.8. Expectativas y percepción del cliente.	19

CAPÍTULO II. EL SERVICIO BIBLIOTECARIO

2.1. Concepto de Biblioteca.	23
2.1.1. Usuarios.	24
2.1.2. El personal bibliotecario.	25
2.1.3. Tipología de las bibliotecas.	25
2.2. Funciones y objetivos de las bibliotecas.	26
2.2.1. Organización de la biblioteca.	29
2.2.2. Evaluación de la biblioteca.	29
2.2.2.1. Satisfacción del usuario en la biblioteca.	30
2.3. Biblioteca de la Facultad de Psicología, UNAM.	31
2.4. Servicios que ofrece la Biblioteca.	32
2.4.1. Sala.	32
2.4.2. Servicio a domicilio.	33
2.4.3. Otros servicios.	34
2.5. Reglamento de la biblioteca.	35

CAPÍTULO III. FUNDAMENTOS DE MEDICIÓN PSICOLÓGICA

3.1. La medición en psicología.	38
3.1.1. Concepto de medición.	38
3.1.2. Escalas de medición.	39
3.2. Instrumentos de medición psicológica.	39
3.2.1. ¿Qué es una prueba Psicológica?	40
3.3. Reactivos que conforman una prueba (TEST).	40
3.3.1. Tipo de reactivos.	41

3.4. Clasificación de las pruebas psicológicas.	42
3.5. Características que debe cubrir un instrumento de medición.	44
3.5.1. Confiabilidad.	45
3.5.1.1. Cálculo de la confiabilidad.	46
3.5.2. Validez.	47
3.5.2.1. Tipos de validez.	48
3.5.3. Normalización.	49

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA

4.1. Planteamiento y justificación del problema.	52
4.2. Sujetos.	53
4.3. Muestreo.	53
4.4. Tipo de estudio.	53
4.5. Tipo de diseño.	53
4.6. Instrumento.	53
4.7. Procedimiento.	58

CAPÍTULO V. RESULTADOS

5.1. Descripción de la muestra.	61
5.2. Índice de fiabilidad del instrumento.	62
5.3. Análisis Descriptivo.	63
5.3.1. Análisis de resultados por reactivo.	64

Discusión.	81
-------------------	----

Conclusiones.	84
----------------------	----

Sugerencias y Limitaciones.	87
------------------------------------	----

Referencias

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

Los constantes y acelerados cambios que existen en la actualidad, exigen afrontar nuevos retos en el mundo, *la calidad en el servicio* es uno de ellos, pues hoy es una prioridad en el desarrollo de toda organización privada o pública, enfocándose en atender las necesidades de los clientes, de esta manera el estudio de la satisfacción en los servicios se ha convertido en un tema obligatorio.

La psicología como disciplina nos ayuda a comprender distintos procesos del comportamiento humano; en el área laboral su orientación está encaminada a conocer los que se dan en las organizaciones, de acuerdo con Muchinsky, (2007) dentro del campo de desarrollo organizacional, se lleva a cabo todo un proceso de análisis de la estructura de una organización para maximizar la satisfacción y eficacia de los individuos, grupos de trabajo y clientes.

Para llevar a cabo esto, los psicólogos cuentan con diversas herramientas que son de utilidad para abordar distintos aspectos como: detección del ambiente de trabajo, identificación de conductas productivas, o en este caso de diagnóstico mediante la identificación de indicadores de satisfacción o insatisfacción de los clientes/usuarios respecto a la prestación del *servicio bibliotecario*.

En la actualidad la palabra *servicio* se refiere no sólo a la prestación del bien, sino que hoy tiene un valor, siendo importante la forma en como se presta o brinda ese bien. En ocasiones la manera en como se ofrece el servicio puede no tomarse en cuenta si no hay o existen pocas sugerencias o quejas por parte de los usuarios/clientes, dando por hecho que este es adecuado.

Por tanto, un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad. Por otro lado como lo menciona Tschohl (2001), la calidad en el servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la entera satisfacción de los clientes; incluye a todas las personas que trabajan en la empresa y no sólo a las que tratan con los clientes.

De esta forma, la calidad de un producto o servicio, es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando.

En ese sentido, la evaluación, es un elemento importante para conocer la calidad en el servicio, y ésta puede medirse en términos de satisfacción del usuario, la cual puede ser interpretada como una reacción emocional positiva. Tal como lo menciona Hayes (1995), ciertas acciones, como sonreír cuando hablan del producto o servicio, decir cosas buenas sobre los mismos, recomendar o acudir a un lugar por el trato que reciben, etc., son manifestaciones o indicadores de un factor subyacente, que se puede denominar "satisfacción del cliente" y "percepción de la calidad" estas etiquetas se utilizan para resumir un conjunto de acciones visibles, relacionadas con el producto y/o el servicio.

Así, la medida de la satisfacción es un instrumento cuyo valor va en aumento en todas las organizaciones públicas o privadas, de producción o de servicios, y la idea del éxito de una organización depende de la capacidad de satisfacer las necesidades de sus clientes.

En una biblioteca de cualquier tipo, la parte dinámica la conforman los *servicios bibliotecarios*, los que están orientados a satisfacer las necesidades de la razón de ser de las mismas, los usuarios.

Hoy, en la biblioteca pasa a tener preponderancia la atención que se les debe prestar a los usuarios, y es a ellos al que toda la tarea debe estar dirigida. De aquella biblioteca en que se prestaba más atención a los procesos técnicos de descripción y análisis del material documental, se ha pasado a dar más énfasis a la tarea de atención al usuario y sus necesidades de búsqueda, estudio e investigación, tal como lo afirma Melnik, (2005).

Para que la biblioteca de la Facultad de Psicología logre sus objetivos con eficacia, es necesario evaluar la calidad de los servicios bibliotecarios, así como detectar las necesidades que tienen los usuarios con relación a éstos, para tener una perspectiva general e informar a las áreas pertinentes para la adecuada toma de decisiones.

La presente investigación muestra una perspectiva actual en la identificación de indicadores de satisfacción o insatisfacción en el servicio bibliotecario de la Facultad de Psicología, el cual consta de 5 capítulos: el capítulo primero, aborda y desarrolla el tema primordial de lo que es el servicio, importancia y características del mismo así como un panorama general de la calidad en los servicios.

El segundo capítulo, ofrece una perspectiva general del Servicio Bibliotecario y además se mencionan los antecedentes de la biblioteca de la Facultad de Psicología, así como su reglamento.

Para el tercer capítulo, se aborda todo lo relacionado a la medición en psicología, se define instrumento de medición psicológica, los reactivos, también se muestra la clasificación de las pruebas, e indica los requisitos que debe cubrir todo instrumento de medición psicológica.

Así, en el capítulo cuarto, se presenta la metodología que se llevó a cabo para realizar la investigación, en el que se muestra la justificación del proyecto, objetivos, conformación de la muestra, tipo de estudio; así como revisión de investigaciones realizadas sobre la calidad en el servicio, además del procedimiento utilizado para la construcción del Instrumento denominado: *Índice de Satisfacción en el Servicio Bibliotecario*; Merino & Vázquez, 2007.

En el quinto capítulo, se muestran los resultados obtenidos en la investigación en el que se describe la muestra, se presenta la confiabilidad del instrumento y continúa con el análisis descriptivo de las dimensiones y de cada reactivo.

Finalmente al término de los capítulos se presenta la Discusión que se realizó en la presente investigación y la conclusión. También se muestra un apartado con las referencias consultadas y tres anexos correspondientes a los requisitos para otorgar los servicios de la biblioteca, el reglamento de la biblioteca de la Facultad de psicología y el Instrumento Final (IS – SB, Merino & Vázquez, 2007).

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue identificar indicadores de satisfacción o insatisfacción de los usuarios en el servicio bibliotecario de la Facultad de Psicología campus C.U., de acuerdo con su percepción y expectativas para con ello saber si hay o no calidad en el servicio.

Se diseñó un instrumento tipo likert denominado IS – SB Merino y Vázquez, 2007 y se aplicó a 181 usuarios/clientes de la biblioteca pertenecientes al sistema escolarizado y a partir de segundo semestre, para investigar estos indicadores.

Al realizar el análisis estadístico se obtuvo como resultado que el servicio proporcionado es bueno pero no de calidad, pues se encontró insatisfacción en aspectos de: Elementos tangibles, Capacidad de respuesta y Disponibilidad. Por lo que de tener aprobación de las autoridades correspondientes se propone establecer políticas institucionales (base del actuar de toda organización), adoptar filosofías de acuerdo con los lineamientos de la institución (para generar la motivación necesaria en sus trabajadores de identificarse con la misma y crear nuevas prácticas en la prestación del servicio), así como realizar cambios en las pautas culturales de la propia organización; pues para lograr que el servicio sea de calidad, se requiere de esfuerzo y compromiso a largo plazo y todos en la organización deben estar involucrados.

CAPÍTULO I

EL SERVICIO Y LA CALIDAD



1.1. IMPORTANCIA ACTUAL DEL SERVICIO

Cotidianamente, ha habido problemas entre los que prestan el servicio y los que lo reciben, por lo que se pueden contar algunas historias del mal servicio que se ha recibido, desde mala ventilación en hoteles, cajeros malhumorados, vendedores insistente a esperar demasiado en una ventanilla para ser atendido o incluso instrucciones incorrectas, y así sucesivamente.

Hoy en día vivimos verdaderamente en la *Era del servicio*. Prácticamente todas las organizaciones compiten, de una forma u otra, en el área del servicio, es difícil mencionar un sector en el que el servicio no sea importante. La transición de una economía basada en la manufactura a una en la que se fundamenta en el servicio es una de las tendencias más importantes de la vida norteamericana e indudablemente en el moderno mundo de los negocios.

La Organización Mundial de Comercio, informa que los servicios a nivel mundial son responsables del 65% del PIB y del 70% del empleo mundial, del 25% de las transacciones comerciales, llegándose a estimar que en el 2010 cerca del 75% del total del comercio mundial estará constituido por las negociaciones en servicios. (Prieto, 2005)

Tras muchas inercias intelectuales y resistencias vitales, economistas de todo signo ideológico admiten el rol básico que el sector terciario juega en una economía moderna.

En realidad, la gente que se ocupa de los servicios es la más importante de la organización, sin ellos no hay producto, venta ni ganancia, en realidad ellos son el producto. El servicio es y debe ser una profesión de gran importancia. (Albrecht, 2002)

El *buen servicio es una meta móvil* debido a los cambios continuos en el mercado, mantenerse a la altura de los competidores requiere el mejoramiento continuo del servicio. Como mejorar se logra proyecto por proyecto, es necesario estar de acuerdo en el mejoramiento específico que se necesita y después organizar la puesta en marcha de los proyectos que resulten.

Una *actividad básica en los servicios es el encuentro con el cliente*, es decir, el contacto que se hace con un cliente cuando se cumplen sus necesidades. Ejemplos incluyen al cajero de un banco que procesa depósitos o retiros de dinero, una aeromoza que proporciona los servicios en un avión, el bibliotecario que ayuda, acompaña o asesora al usuario para la búsqueda de bibliografía, etc. En todos los casos, la calidad de la transacción incluye tanto la adecuación técnica del resultado como las habilidades sociales de la persona que está en "atención al público". (Juran, 1995)

1.2. ¿QUÉ ES SERVICIO?

El diccionario de la lengua española indica que "servicio es una prestación humana que satisface alguna necesidad del hombre que no consiste en la producción de bienes materiales".

En ocasiones el servicio tiende a confundirse con servilismo, por lo que es necesario distinguir y diferenciar, dichas palabras, para iniciar el cambio hacia el logro de un servicio satisfactorio y una excelente relación con el cliente, usuario o paciente. Cárdenas (1999), menciona que *servicio* es cuidar intereses o satisfacer necesidades para el público o para entidades ajenas o propias.

Por tanto, es importante señalar las definiciones que varios autores dan a este concepto:

Muller (1999) define el servicio y lo divide en dos; por una parte, un servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente. Por otra parte, el servicio genera una experiencia psicológica en el cliente según la manera como el proveedor del servicio proporciona éste.

Para Posada Moreno (citado en Prieto, 2005), "El servicio es un intangible que sólo se conoce en su real valor cuando se utiliza. Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir, por lo que paga y en relación con el precio, la imagen y la representación de la firma que lo presta"

Otro definición la menciona Puentes Villamil (citado en Prieto, 2005), el servicio a veces no lo vemos pero lo sentimos, sobre todo cuando es malo.

El servicio es como la luz, se da y al mismo tiempo se recibe y el servidor percibe el efecto –más pronto que en la venta de un bien-, el servicio que da mi empresa no puede atesorarlo mi cliente ni poseerlo físicamente; lo recibe en el trato, el gusto, la atención que le doy en mi institución, Ghostack, G. (citado en Cárdenas, 1999)

1.2.1. Características del servicio

Aunque un servicio obviamente es diferente a un producto físico, sigue siendo un producto. Un producto de servicio –cualquier incidente de *hacer* para otros por una gratificación– Castillo (1999), afirma que se puede distinguir de una mercancía por una o más de las siguientes características del servicio:

- ❖ Son intangibles
- ❖ Tienen consecuencia no forma
- ❖ Se produce con la participación del cliente
- ❖ No se puede producir, almacenar, apilar o inspeccionar se presta el servicio donde este el cliente.

- ❖ No se puede repetir
- ❖ Se requiere interacción humana
- ❖ La creación de valor a lo largo del proceso de producción tiene lugar a través de instrumentos no fácilmente inventariables o controlables (incorporación de seguridad, confort, flexibilidad, etc); las percepciones subjetivas juegan un papel básico al respecto.

1.2.2. Clasificación de los servicios

La heterogeneidad de las actividades económicas englobadas bajo el concepto del sector terciario, hacen que la clasificación de los servicios sea muy variada, la mayoría de estos contempla la siguiente lista:

- | | | |
|---------------------|-----------------|-----------------------------|
| • Bancos | • Reparación | • Salud |
| • Comercio | • Inmobiliarias | • Servicios gubernamentales |
| • Construcción | • Personales | • Seguridad |
| • Cuidados de salud | • Profesionales | • Transporte |
| • Educación | • Públicos | • Privados |
| • Finanzas | • Religiosos | • Producción |
| • Hoteles | • Recreativos | |
| • Infraestructura | • Restaurantes | |

La clasificación de los servicios no esta unificada a nivel mundial por la falta de detalles sectoriales y porque existen diversos criterios para su agrupación, sin embargo, se identifican dos clases de servicios los que son *objeto o propósito básico* de una transacción y los que *apoyan o facilitan* la venta de un bien u otro servicio.

Prieto (2005), muestra una clasificación:

<i>Empresas lucrativas</i>	<i>Empresas no lucrativas</i>
➤ Vivienda	➤ Educativos
➤ Mantenimiento domestico	➤ Culturales
➤ Recreación y entretenimiento	➤ Religiosas
➤ Cuidado personal	➤ Caritativas y filantrópicas
➤ Atención médica y salud	➤ Causas sociales
➤ Educación privada	➤ Profesional y de negocios
➤ Servicios empresariales y otros profesionales	➤ Sociales
➤ Transporte y comunicación	➤ Atención médica y
	➤ Políticas

1.2.3. Ciclo del servicio

Un ciclo del servicio como lo define Albrecht (2002), es la cadena continua de acontecimientos que debe atravesar un cliente cuando experimenta el servicio.

Por su parte Plancarte (1997), menciona que los ciclos del servicio constituyen los contactos que los clientes realizan en algún proceso dentro de algún negocio o institución. Estos ciclos se organizan en forma lógica y de acuerdo al esquema de acercamiento de un cliente con la organización.

De acuerdo con las definiciones, el ciclo empieza en el primer punto de contacto entre el cliente y la organización. Puede ser por ejemplo el instante en que el cliente ve su anuncio, recibe una llamada de vendedor o inicia una encuesta telefónica; o puede ser cualquier otro acontecimiento que empiece el proceso del negocio, termina sólo temporalmente, cuando el *cliente* considera que el servicio está completo y se reinicia cuando éste decide regresar por más.

El ciclo del servicio será único para cada negocio, puede variar de un cliente a otro, de una versión de servicio a otra, y de una situación a otra. (Albrecht, 1999)

El concepto del ciclo del servicio ayuda a la gente a colaborar con el cliente. Por ejemplo consideremos un ciclo de servicio, como el préstamo a domicilio de un ejemplar bibliográfico, en una biblioteca universitaria:

1. Acudir a la biblioteca.
2. Entrar y ubicar las computadoras para realizar la búsqueda de la bibliografía requerida.
3. Abrir el catálogo bibliográfico para escribir la búsqueda.
4. Indicar forma de búsqueda (autor, título, año, etc.) en la base de datos.
5. Dirigirse a la estantería.
6. Orientarse respecto al orden de las clasificaciones en la estantería.
7. Identificar la clasificación del libro que se requiere.
8. Verificar que el libro sea susceptible de préstamo a domicilio.
9. Tomar el libro.
10. Anotar los datos requeridos en la papeleta del libro.
11. Dirigirse al mostrador.
12. Presentar al encargado el libro y la credencial.
13. Esperar a que el código del libro y la credencial sean escaneado para el préstamo.
14. Observar que se ponga el sello de la fecha de devolución.
15. Recibir por el encargado el libro y la credencial.
16. Tomar el libro y dirigirse a la salida.
17. Entregarlo en está, para que el encargado verifique la fecha de devolución y lo deslice por el mostrador.
18. Recoger el libro al final del mostrador.
19. Salir de la biblioteca.

Cada una de las cosas descritas es un *momento de verdad* para uno como cliente, cada una es un episodio en el cual uno se pone en contacto con algún aspecto de la organización y obtiene una impresión de la calidad de su servicio. Un momento crítico de verdad tienen impacto decisivo y crítico en la percepción de los clientes, es un acontecimiento psicológico importante que pudiera llegar a la pérdida de lealtad o del cliente completo.



Los diferentes momentos de verdad forman una cadena de acontecimientos continua para uno, el cliente, no importa si se trata con 10 ó 15 departamentos distintos, para uno es un solo proceso completo. (Prieto, 2005)

Sin embargo, los proveedores del servicio generalmente no piensan en el proceso como un flujo único de experiencias conexas, piensan en él como en sus tareas y responsabilidades propias e individuales.

1.3. CAUSAS DE LOS PROBLEMAS EN EL SERVICIO

Con la revolución del servicio tan avanzada y con tantos servicios que actualmente existen, uno pensaría que casi todos los negocios debían estar prestando mucha atención a la calidad de su servicio, pero eso no es así, en una gran mayoría de negocios de servicios la mediocridad es la norma; muchos de ellos logran alcanzar alguna atención pero no verdadera atención a las experiencias con los clientes, la cuestión de la calidad queda en gran parte a merced del azar y, en consecuencia, logran una calidad mediocre.

Albrecht (2002), ha identificado siete factores sobre el descontento de clientes y los ha denominado los siete pecados del servicio:

1. **Apatía.** Simplemente manifestar una actitud de no importarle nada a la persona que hace el contacto con el cliente. Muchas personas que prestan servicio en el mostrador se comportan así cuando se sienten aburridas con su trabajo y nadie les recuerda que su trabajo consiste en atender y no en permanecer detrás del mostrador.
2. **Desaire.** Tratar de deshacerse del cliente no prestando atención a su necesidad o problema; tratar de "taparle la boca" con algún procedimiento reglamentario que no resuelve el problema pero que saca del apuro a la persona encargada del servicio para hacer algo especial.
3. **Frialdad.** Una especie de fría hostilidad, antipatía, precipitación o impaciencia con el cliente que dice "Usted está muy pesado, por favor retírese".
4. **Aire de superioridad.** Tratar al cliente con un aire de protección, como lo hace mucha gente en los servicios de salud.
5. **Robotismo.** El trabajador totalmente mecanizado hace que el cliente cumpla el mismo programa con los mismos movimientos y consignas, sin ninguna muestra de afabilidad o individualidad con el mismo.
6. **Reglamento.** Colocar las reglas organizacionales por encima de la satisfacción del cliente, sin ninguna discreción por parte del que presta el servicio para hacer excepciones o usar el sentido común.

- 7. Evasivas.** El prestador del servicio utiliza la imprecisión como recurso para no comprometerse a dar una solución inmediata al cliente.

Por otra parte Plancarte (1997), se hace dos preguntas acerca de *¿dónde está el verdadero problema del servicio?; ¿En los sistemas que posee la empresa? ó ¿En el tipo de gente que se tiene?* Se dice por ahí que uno puede tener al mejor tipo de personal y que éste puede estar altamente entrenado y motivado, pero si los pones a ellos dentro de un sistema que está constantemente en caos, el sistema acabará por ganar. Algunos recomiendan que lo principal es *arreglar el sistema* y no *la gente*, y que de esta manera los cambios se verán más rápidamente, por otro lado, otros analistas del servicio observan que cambiando a la gente es una forma de hacer cambios rápidos en el servicio.

Sugiere Plancarte (1997), que debe existir una mezcla de ambos, esto es, hay que tener una buena dosis de calidad de gente y una organización que opere con sus sistemas al menos de una manera eficiente.

Sí las reglas, políticas y procedimientos están muy alejados de lo que es proveer un buen servicio, su personal por mas buena voluntad y preparación que tenga acabará por desistir de su intento por servir y someterse a los esquemas y restricciones que el sistema indique, la gente sólo puede ser tan buena con sus clientes como el sistema de la organización le permita que sea.

Por esto, es importante realizar procesos de transformación hacia la calidad en el servicio en cualquier organización, ya sea esta pública o privada; con un espíritu real por servir al cliente.

1.4. LA CALIDAD Y SUS ORÍGENES

De acuerdo con la literatura, algunos autores señalan que la calidad es un hecho relativamente nuevo, iniciado en el siglo XX, otros más, indican que se trata de un fenómeno que ha estado presente por siglos, sin embargo, hay quien sugiere que la calidad tiene miles y millones de años y que ha llevado una evolución paralela a la historia de la humanidad.

La calidad no ha aparecido en un momento histórico preciso, se trata de un elemento fundamental del comportamiento del hombre, más o menos desarrollado según las circunstancias y necesidades. La calidad es por tanto el resultado de la evolución natural del ser humano en su afán por conseguir mejores condiciones de vida.

De esta manera Montaudon (2004), señala:

- ✓ La calidad nace cuando el hombre busca satisfacer sus necesidades: las materiales, las de sobrevivir, de relacionarse, sus emociones, su necesidad de trascender. Esa búsqueda es la búsqueda de la calidad del ser humano, lo demás deriva de ésta.



- ✓ El concepto de calidad en sus orígenes no fue tan amplio, ha ido incrementando su campo de aplicación y su definición. Las implicaciones y aplicaciones de la calidad han ido en aumento con el paso de los años.
- ✓ *Hoy en día la calidad no es ya la mera búsqueda de trascendencia por medio del trabajo propio, la durabilidad o resistencia. Tampoco es una cuestión tecnológica basada en el trabajo de las máquinas ni cálculos estadísticos; no es únicamente una herramienta de la administración o la ingeniería; involucra los más diversos aspectos y disciplinas; la calidad está estrechamente vinculada con las artes, con fundamento de la ética y la filosofía; se relaciona de manera directa con la arquitectura y el diseño; incluye aspectos del derecho; emplea prácticas del comercio; contempla a las relaciones humanas y al desarrollo organizacional; incluye consideraciones ecológicas y de sustentabilidad. La calidad es, por lo tanto, multidisciplinaria y multiáreas, pero comienza por el hombre mismo; es una cuestión humana.*
- ✓ Actualmente se habla de calidad de vida, calidad del entorno laboral, *calidad de productos y servicios*, empresas de calidad, calidad del medio ambiente, servicios médicos de calidad, calidad en la educación, en fin, de hombres de calidad, o mejor, de nuestra calidad de hombres.

La preocupación por la calidad ha desbordado el círculo de los ingenieros y ha ido ganando sucesivamente la atención de los profesionistas del marketing, la estrategia, los recursos humanos y las finanzas, en la medida en que la calidad como conjunto de propiedades físico-técnicas se ha convertido en una suma de atributos percibidos e incluso sugeridos por los clientes, ha pasado a ser una categoría básica para el marketing.

La función actual del *control de calidad* se orienta totalmente a satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores/clientes con base a una adecuación al uso de los productos o servicios.

1.4.1. ¿Qué es calidad?

La palabra "*Calidad*" deriva del Latín *qualitatem*, que significa atributo o propiedad que distingue a las personas, bienes o servicios, implica la excelencia, sin olvidar que algo excelente no es algo caro y lujosos sino adecuado para su uso, *algo que satisface las necesidades y expectativas del cliente.*

Una definición que tiene mucha aceptación aunque breve es "la calidad es la satisfacción del cliente" (Arellano, 2002). Por otra parte, Müller(1999), refiere que calidad "consiste en cumplir expectativas del cliente".

Evans, J. (2005), da una definición de calidad con relación al criterio de los usuarios, la cual se basa en el supuesto de que la calidad se determina por lo que desea el cliente, y la define como la *adecuabilidad para el uso pretendido*, es decir, lo bien que el producto se comporta al llevar a cabo su función pretendida.

1.4.2. Principales exponentes de la Calidad

Son múltiples los teóricos que han participado en el ámbito de la calidad; sin embargo se consideran los pilares e iniciadores del movimiento de calidad en el mundo, principalmente en Japón y E.U.A. a: Edwards Deming; Joseph M. Juran y Phillip B. Crosby.

En el siguiente cuadro se pueden apreciar las aportaciones, diferencias y similitudes que realizaron dichos autores respecto al movimiento de calidad.

AUTOR	Edwards Deming Sus principios parten de la importancia del ser humano. (Montaudon, 2004)	Joseph M. Juran Contempla el concepto de cliente interno. (Montaudon, 2004)	Phillip B. Crosby Su filosofía sustenta "El mejoramiento de la calidad requiere un cambio de cultura" (Crosby, 1990)
DEFINICIÓN DE CALIDAD	Alto grado de conformidad y confiabilidad en el producto o servicio, a bajo costo y de acuerdo a las exigencias del mercado.	Es un producto o servicio adecuado al uso y conformidad a las especificaciones.	Cumplir con los requerimientos por medio de la prevención, bajo un estándar de realización de cero defectos.
ARGUMENTOS/ PRINCIPIOS	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad debe ser definida en términos de satisfacción del cliente. • La calidad es multidimensional, es imposible definirla en términos de una sola característica o agente. • Hay diferentes grados de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar al cliente. • Determinar sus necesidades. • Entender esas necesidades. • Desarrollar productos que respondan de acuerdo a las necesidades. • Desarrollar un proceso adecuado capaz de elaborar esos productos. • Transferir proceso a operarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad es el cumplimiento con los requisitos no como algo bueno. • La calidad se logra por medio de la prevención no de la evaluación. • El estándar de desempeño en la calidad es cero defectos. • La calidad se mide por el precio del incumplimiento, no por índices.

AUTOR	Edwars Deming	Joseph M. Juran	Phillip B. Crosby
APORTACIONES/ METODOLOGÍA	<p style="text-align: center;">Desarrollo 14 puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear constancia en los productos. 2. Adoptar la nueva filosofía. 3. Terminar con la dependencia de la inspección. 4. Terminar con la práctica de decidir negocios con base en los precios. 5. Mejorar el sistema de producción y servicios en forma permanente y constante. 6. Instituir métodos de entrenamiento en el trabajo. 7. Adoptar e instituir el liderazgo. 8. Expulsar el miedo. 9. Romper las barreras entre los departamentos 10. Eliminar los eslóganes. 11. Eliminar barreras que impidan alcanzar el sentimiento de orgullo del trabajador. 12. Eliminar estándares de trabajo. 13. Instituir un programa activo de educación y autodesarrollo para los empleados. 14. Implicar a todo el personal en la transformación. 	<p style="text-align: center;">Metodología de diez pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear conciencia de las necesidades y oportunidades para el mejoramiento. 2. Establecer metas para el mejoramiento. 3. Organizar el logro de los objetivos. 4. Proporcionar entrenamiento. 5. Realizar proyectos para solucionar problemas. 6. Informar sobre el progreso. 7. Dar reconocimiento. 8. Comunicar los resultados. 9. Mantener registro de resultados. 10. Mantener el impulso de hacer mejoras anuales como parte de la estrategia de la organización. 	<p style="text-align: center;">Programa de apoyo de 14 puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Compromiso con la dirección. La alta dirección elabora la política de calidad. 2. Equipo para el mejoramiento de la calidad. Grupo de personas de nivel supervisión para guiar el proceso. 3. Medición. 4. Costo de la calidad. 5. Crear conciencia sobre la calidad. 6. Acción correctiva. 7. Planeación del día cero defectos. 8. Educación de los empleados, base para la comprensión e implantación de la calidad. 9. El día cero defectos, aquel en que todos celebran su compromiso con la calidad. 10. Fijación de metas, logros concretos que cada individuo debe alcanzar. 11. Eliminar causas de error, sistema que elimina obstáculos para lograr cero defectos. 12. El reconocimiento es la aceptación de un logro. Agradecer a quien lo merezca. 13. Consejos de calidad, son reunión de responsables del bienestar de la organización. 14. Volver a empezar

1.4.3. Sistemas de Gestión de Calidad

Un Sistema de Gestión de la Calidad es una forma de trabajar, mediante la cual una organización asegura la satisfacción de las necesidades de sus clientes, para lograrlo planifica, mantiene y mejora continuamente el desempeño de sus procesos, bajo un esquema de eficiencia y eficacia que le permite lograr ventajas competitivas.

Hay diversos enfoques o modelos de gestión a los que ha dado lugar las diversas definiciones de entender la calidad. El desarrollo de la gestión de calidad se ha producido en 4 fases (Arceo, 2008):

- Inspección (Productos)
- Control de calidad (Procesos)
- Aseguramiento de la calidad (Sistemas)
- Gestión de la calidad total (Personas). Esta última se refiere a los retos que tienen que enfrentarse las empresas en los mercados actuales.

Sin duda, se debe decir que la calidad no se obtiene por casualidad, sino utilizando los recursos, las personas y los procedimientos adecuados, es decir, a través de una gestión. La parte de la gestión general que se relaciona con la obtención de la calidad es lo que se llama gestión de la calidad.

La gestión de la calidad ha evolucionado hacia una visión cada vez más global, más orientada hacia los aspectos humanos y hacia la mejora de los procesos de dirección de las organizaciones. Este enfoque, es consecuencia de los retos a los que tienen que enfrentarse las empresas en los mercados actuales y Moreno-Luzón (2001) los sintetiza en los siguientes puntos:

- *Globalización de los mercados*, que ha supuesto un aumento de la competencia al añadir a ésta la dimensión internacional, con una amplitud no conocida anteriormente.
- *Clientes exigentes*, con expectativas y necesidades cambiantes y cada vez más elevadas.
- *Aceleración del cambio tecnológico*, que implica ciclos de vida del producto cada vez más cortos.
- *Éxito de las formas pioneras*, más globales y participativas de gestión de la calidad.

Padilla (2005), confirma que la implementación de sistemas de gestión de la calidad representa una valiosa herramienta que permite a las organizaciones entrar de lleno al terreno de la competitividad ya que el impacto de la globalización se deja sentir en todo tipo de organizaciones en el ámbito mundial; con el afán de penetrar en los mercados internacionales, las organizaciones exportadoras o líderes

de los países en vías de desarrollo, disponen de éste instrumento, para poner a punto su capacidad competitiva y lograr la satisfacción de los consumidores.

Con los cambios de conceptos básicos y orientaciones que sufre la calidad se generan las Normas ISO 9000 creadas por la International Organization for Standardization u Organización Internacional de Normalización, federación mundial compuesta por cuerpos de certificación nacionales con sede en Suiza, donde el objetivo es normalizar o estandarizar los Sistemas de Calidad de distintas organizaciones, generando un molde aplicable a todas las organizaciones independientemente de su ramo de actividad.

En la familia de Normas ISO 9000:2000 se asientan los nuevos Sistemas de Gestión de la Calidad, el cual incluye la calidad desde el momento de la concepción de la organización o en el nacimiento del producto, debido a que se toma en cuenta la satisfacción del cliente como punto de origen, así el proceso y sus procedimientos quedan inmersos en la calidad y su diseño, y no pueden ser separados, la calidad y el producto, o realizados individualmente el uno sin que se dañe el otro, de esta manera forman una unión insoluble que sólo permite su modificación por medio de la mejora continua y por supuesto, ésta mejora está condicionada a encontrar una mayor ventaja competitiva, es decir, a realizarle cambios a los productos teniendo en cuenta las futuras necesidades del cliente y desde este punto a incluir la calidad y seguir el ciclo. (Arceo, 2008)

Actualmente existen varias normas ISO 9000: (Padilla, 2005)

- ISO 9000-2000 Sistemas de gestión de la calidad –Fundamentos y vocabulario.
- ISO 9001-2000 Sistemas de gestión de la calidad –Requisitos.
- ISO 9004-2000 Sistemas de gestión de la calidad –Recomendaciones para la mejora del desempeño.
- ISO 19011-2002 Directrices para la auditoria de los sistemas de gestión de la calidad y/o ambiental.

Esta familia de normas se elaboró para asistir a las organizaciones de todo tipo y tamaño, para la implementación y operación de sistemas de gestión de la calidad eficaces que facilitan la comprensión en el comercio nacional e internacional.

1.5. CALIDAD EN EL SERVICIO

Como ya se mencionó la calidad es considerada como alcanzar el máximo en cualquier aspecto y/o satisfacer todas las expectativas de los clientes. Ahora bien; la calidad en el servicio se asemeja a este concepto pues autores como Müller(1999), afirma que la calidad de servicio consiste en que el servicio recibido es igual al servicio esperado, y que mejorar la calidad de servicio generalmente no cuesta más y lo percibe el cliente, además la cultura de calidad de servicio crea lealtad del cliente hacia la empresa y hacia su personal.

De acuerdo a Horovitz (2000), la calidad de servicio es la percepción que tiene un usuario acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas de la experiencia de servicio. La calidad de servicio constituye la diferencia o discrepancia que existe entre los deseos de los usuarios y la percepción del conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal.

Para Tschohl (2001) la calidad de servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes; incluye a todas las personas que trabajan en la empresa y no sólo a las que tratan con los clientes.

Prieto (2005), menciona que *la calidad en el servicio* es el proceso de cambio que compromete a toda la organización alrededor de valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes.

De acuerdo con las acepciones anteriores y con relación a este trabajo se define *Calidad en el servicio* como: *El conjunto de acciones que debe realizar la organización para otorgar bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes/usuarios.*

Autores como Tschohl (2001), refieren que la calidad en el servicio se puede expresar en las siguientes actitudes, las cuales pueden percibir los clientes:

- ❖ Preocupación y consideración por los demás
- ❖ Cortesía
- ❖ Integridad
- ❖ Fiabilidad
- ❖ Disposición
- ❖ Eficiencia
- ❖ Disponibilidad
- ❖ Amistad
- ❖ Conocimientos
- ❖ Profesionalidad

Karl Albrech (citado en Plancarte 1997), menciona que el viaje hacia la calidad total en el servicio conlleva tanto, un aspecto personal como organizacional, y que si la gente no desea ir en esa dirección, la organización tampoco lo hará, ultimadamente ellos son la organización.

Para lograr calidad en el servicio la empresa u Organización tiene el deber de captar las expectativas y conocer las necesidades del cliente para así dar respuesta efectiva a sus requerimientos. Esta información se puede obtener a través de una investigación de Mercados, por medio de estos estudios, se captarán las necesidades reales del cliente y no se dudará en conocer cuales son; una vez con el conocimiento de éstas, el siguiente paso es elaborar los procedimientos a adecuados para lograr un servicio eficiente.

Así mismo, la calidad en el servicio involucra sobretodo aspectos humanos y de comportamiento, en donde lo importante no es lo que se otorgue u obtenga durante la transacción, sino la relación interpersonal que se establece entre el usuario y el prestador, quien como parte de la organización, en este momento deja al descubierto la totalidad de las partes que intervienen, así como las carencias y debilidades de quienes la integran.

En muchos casos el cliente o la organización no puede determinar la calidad de la actuación de servicio hasta después de que se realiza. Sin embargo para reducir la incertidumbre, se buscan signos o evidencias de la calidad del servicio tomando como referencia el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el precio, que se ven en el establecimiento. Ferrer. (Citado en Rojas, 2007)

Arellano(2002), menciona que se deben realizar ciertas practicas para mejorar el servicio al cliente, para lograrlo se debe orientar al personal a seguir estos pasos:

1. Transmitir una actitud positiva hacia los demás.
2. Identificar las necesidades del cliente.
3. Ocuparse de dichas necesidades, aportar soluciones y resolver problemas.
4. Asegurarse de que un alto porcentaje de los clientes regrese.

También manifiesta que el éxito en las relaciones con el cliente es importante, lo que se pretende lograr es que los clientes regresen porque se les ha tratado bien.

1.5.1. Niveles de calidad del servicio.

Müller(1999) define 5 niveles de calidad de servicio:

- ✓ Hacia la quiebra. Compañías totalmente ajenas a sus clientes, tanto que van a la quiebra sin saberlo.
- ✓ Búsqueda de la mediocridad. Compañías estables pero que no piensan en servicio de calidad.
- ✓ En el mínimo indispensable. Compañías que saben que están en el negocio de servicios y tienden a hacer lo mínimo indispensable.
- ✓ Haciendo un gran esfuerzo. Compañías que hacen del servicio de calidad, su ventaja competitiva. Se requiere mucha creatividad, innovación, toma de riesgos, replanteamiento de la figura del cliente y del enfoque de la organización, se cumplen las expectativas de los clientes.
- ✓ El servicio como un servicio de excelencia. Compañías líderes en su mercado por su compromiso obsesivo a todos los niveles con el máximo impacto hacia el cliente. La misión de la dirección es presentar y refinar la imagen de servicio sobresaliente, lograr una cultura de servicio que perdure.



1.5.2. Proceso para mejorar la calidad en el servicio

Para mejorar la calidad en el servicio, se requiere de un compromiso a largo plazo y de un esfuerzo. Para que estos esfuerzos tengan éxito, todos en la organización deben estar involucrados.

El primer paso para mejorar la calidad en el servicio es el compromiso de la Dirección de una organización con un proceso continuo para el mejoramiento de la calidad. Cuando cada uno de los empleados invierte tiempo y se esfuerza por aprender a mejorar la calidad de su trabajo se da el primer paso para cumplir con el proceso. Esto permite comenzar junto con los demás a mejorar la calidad. Al igual que el compromiso de la organización el individual requiere de una participación completa en los esfuerzos de mejoramiento y una continua búsqueda de nuevas formas de mejorar.

Cuando se hace este compromiso con el mejoramiento de la calidad en los servicios se da principio a un proceso continuo para cumplir con las necesidades de los clientes siempre.

Todo trabajo es un proceso, es decir, una serie de acciones que producen un resultado. Estos resultados son los productos o servicios que satisfacen las necesidades y los deseos de los clientes. Para cumplir las expectativas de los clientes necesitamos primero identificar sus requisitos. Estos requisitos describen el producto o servicio. A menudo las expectativas de los clientes se expresan en términos de conveniencia, comodidad, facilidad de uso o estética. Entender los requisitos del trabajo nos ayuda a cumplir con las necesidades de los clientes y a prevenir problemas. Esta es la base del mejoramiento de la calidad en el trabajo. (Arellano, 2002)

1.6. SATISFACCIÓN O INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La palabra satisfacción proviene de las expresiones en latín *satis* y *facere*, que se traducen como “hacer lo suficiente”. Esto sugiere que el verdadero significado de satisfacción es el cumplimiento de necesidades, expectativas y deseos. (Keiningham, 2003)

Evans, (2005), afirma que la retroalimentación del cliente es vital para un negocio, pues a través de ella una empresa sabrá lo satisfechos que están sus clientes con sus productos y servicio, y a veces también sobre productos y servicios de los competidores.

La satisfacción del cliente, tanto externo como interno, es vital en el éxito de los negocios hoy en día para cualquier tamaño de empresas y giros en los que se desenvuelvan. Es importante destacar que la satisfacción del cliente o lo que es en sí el dejar un cliente satisfecho representa el producto de un proceso cuidadosamente ejecutado.

Según Plancarte (1997), este involucra cuatro factores interactivos:

1. Está el factor básico de las EXPECTATIVAS DEL CLIENTE, que involucra la experiencia que el cliente anticipa y prevé que va a suceder al tratar con la organización, sus productos y sus servicios.
2. Se encuentra la calidad de los PRODUCTOS Y SERVICIOS en sí mismos.
3. EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL en contacto con los clientes y el personal de apoyo para dar ese servicio.
4. Los SISTEMAS, PROCEDIMIENTOS Y OPERACIONES que gobiernan las interacciones que el personal de la organización tiene con el cliente.

Wellington(1997) menciona algunas de las respuestas a la pregunta: ¿qué produce la insatisfacción del cliente? las cuales incluyen:

- Falta de comunicación
- Falta de motivación del personal y/o autonomía por parte de éste.
- Falta de investigación
- Falta de comunicación con los proveedores
- Falta de compromiso con las relaciones a largo plazo con los clientes.
- Falta de visión administrativa y/o compromiso de la gerencia.

De acuerdo con lo anterior, se concluye que para lograr la satisfacción de los clientes/usuarios, las organizaciones deben invertir para conocer sus preferencias y necesidades; y tomar en cuenta que aunque siempre haya quejas, al escucharlas se mejora la confianza y lealtad de los mismos.

Otro aspecto importante a considerar es, que la formación y la motivación son esenciales para ayudar a los empleados a comprender su papel en el desarrollo de la satisfacción de los clientes. Es preciso que los empleados tengan estos antecedentes para prepararse para su trabajo. El éxito a largo plazo sólo puede garantizarse de esta forma.

1.7. MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La medición de las actitudes de los clientes se está convirtiendo en un elemento importante en el movimiento en favor de la calidad, de las organizaciones.

El conocimiento de las percepciones y actitudes de los clientes con respecto a una organización comercial aumentará en gran medida sus oportunidades de tomar decisiones mejores. Para poder utilizar las percepciones y actitudes de los clientes en la evaluación de la calidad de los productos y servicios, dichas percepciones y actitudes deben ser medidas de una forma fiable. (Hayes, 1999)

Aspectos de la calidad son susceptibles de ser medidos. Este tipo de mediciones proporciona a las empresas una indicación fiable de la “buena salud” de sus procesos comerciales y determina la calidad de los productos y servicios que proceden de tales procesos.

En este sentido, Prieto (2005), confirma que la evaluación del servicio es un sistema mediante el cual una organización escucha a sus clientes en forma periódica y permanente para detectar fallas en la prestación del servicio; sirve para obtener información del cliente sobre la calidad del servicio que recibe y el nivel de satisfacción a sus necesidades y expectativas.

Hayes (1999), afirma que las mediciones permiten a un negocio:

1. Saber lo bien que está funcionando el proceso comercial;
2. Saber donde hay que hacer cambios para conseguir mejoras, si es que se necesita efectuar cambios, y
3. Determinar si los cambios conducen o han conducido a mejoras.

Por su parte Prieto (2005), coincide en que el servicio se evalúa para aumentar el crecimiento de la calidad del mismo, para saber donde se puede mejorar, para identificar fortalezas y debilidades, así como para incrementar el conocimiento de los usuarios.

Un sistema efectivo de medición de la satisfacción del cliente da como resultado información confiable sobre las calificaciones que hace el consumidor sobre características específicas de productos y servicios, sin embargo, como lo menciona Evans J. (2005) es importante comprender que la satisfacción del consumidor es una actitud psicológica que no resulta fácil medir y sólo se puede observar de manera indirecta.

Las medidas de calidad se enfocan, con frecuencia, a índices objetivos o “duros”. Recientemente, se ha originado un deseo de utilizar *medidas más subjetivas* o “blandas”, como indicadores de la calidad. Estas medidas son blandas porque se enfocan hacia las percepciones y actitudes, en lugar de hacia criterios más concretos y objetivos. Además las empresas están interesadas, sencillamente en obtener una comprensión más generalizada de las percepciones de sus clientes. Estas medidas “blandas” incluyen cuestionarios de satisfacción del cliente para determinar las percepciones y actitudes que el cliente tiene de la calidad del servicio o producto que recibe. (Hayes, 1999)

1.7.1. Medida de las actitudes

Como es bien sabido, resulta imposible medir las actitudes directamente, ya que no son objetos físicos que están ahí, sino constructos hipotéticos que inferimos para explicar otras cosas. Tampoco pueden ser observadas directamente, sino que debemos inferirlas a partir de la conducta observable. De ahí que se acuda a medir indicadores de las mismas, como pueden ser *las opiniones o creencias de las*

personas (medidas directas) o incluso aspectos fisiológicos, como la tasa cardíaca o la respuesta galvánica de la piel (medidas indirectas). (Ovejero, 1998)

Se debe mencionar que el concepto de opinión en relación con el concepto de actitud ha sido entendido de maneras distintas. Se entienden las opiniones como actitudes verbalizadas o expresadas; así suelen interpretarse las opiniones en el contexto de la medición de actitudes. (Morales, 2006)

De acuerdo con Trejo (2001), una actitud es considerada como una asociación entre un objeto y una evaluación dada. Por evaluación se entiende el efecto que despierta, las emociones que genera, la evocación de experiencias y la ubicación de las mismas en favorables o desfavorables e incluso nos puede mover hacia o en contra de un objeto determinado, opera como un marco organizativo que procesa y ordena conocimientos y respuestas acerca del objeto.

Las actitudes se pueden entender desde perspectivas diferentes. Para fines de este trabajo partimos del concepto de actitud como "una tendencia psicológica que se expresa en la evaluación de un objeto o de una actividad particular con algún grado a favor o en contra". En este sentido, Guitart (2002), expresa que las actitudes al ser tendencias psicológicas, pertenecen al estado interno de la persona por lo que se deben deducir a partir de las respuestas de las personas, las cuales pueden contener componentes cognitivos, afectivos o comportamentales.

- 1. Componente cognitivo.-** Es la percepción de la persona sobre el objeto de la actitud y la relación con la información que posee del mismo.
- 2. Componente afectivo.-** Es la percepción de los sentimientos que dicho objeto despierta en el sujeto.
- 3. Componente conductual.-** Incluye las tendencias, disposiciones e intenciones hacia el objeto, así como las acciones dirigidas hacia él.

Por lo anterior, si se quieren deducir dichas respuestas con relación al servicio, la utilización de cuestionarios de satisfacción del cliente, son apropiados para aquellas organizaciones del sector terciario o de otros campos no fabricantes, pues los instrumentos de medición pueden ayudarnos a comprender mejor nuestro mundo, y a hacer predicciones sobre el mismo.

En este sentido, para conocer el nivel actual de satisfacción de nuestro cliente y poder apreciar si se producen cambios en su opinión, se necesita una medida que evalúe, de forma fiable, las actitudes del cliente. Por lo que al desarrollar cuestionarios, es importante asegurarse de que los datos obtenidos de los mismos, reflejan una información válida y fiable. (Hayes, 1999)

1.8. EXPECTATIVAS Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE

Son muchas las definiciones de percepción y diferentes enfoques de estudio que han surgido a través de la propia historia de la psicología. Añaños (2001), expresa que una de las definiciones actuales de la percepción se desprende del paradigma del procesamiento de la información y es la desarrollada por la psicología cognitiva, según la cual la percepción es un proceso activo a través del cual se elabora y se interpreta la información que proviene de los estímulos para organizarla y darle un sentido. Munar, E. (1999), afirma que la percepción puede ser considerada como el origen y la base de todo nuestro conocimiento del mundo (incluido el de uno mismo), del que se alimentan las demás funciones cognitivas y del que llegan a depender, en buena parte, las emociones, sentimientos y afectos que promueven la conducta. Para el autor, el término percepción nos remite al de percibir que, como tal, requiere un objeto directo; en el uso ordinario dichos términos tienen variadas acepciones que van desde la de recibir, tomar o hacerse cargo de algo material (se percibe dinero, el suelo, un regalo, etc.) hasta la de captar, aprehender o tener conciencia de algo en un *sentido íntimo y subjetivo* (se percibe un paisaje, la gravedad de una situación, una sensación de angustia, etc.)

Para finalidad de este trabajo nos inclinamos a la definición que hace Swanson (2002), el cual manifiesta que *una percepción, es un sentimiento, impresión, creencia o comprensión personal acerca de un objeto, suceso, o cualidad que puede basarse o no en la realidad*. En este sentido lo que percibimos en una situación determinada está en función de nuestro estado perceptivo; Allport, 1955 (citado en Añaños, 2001) definió el estado perceptivo como un sesgo, predisposición o disponibilidad de la percepción a percibir características particulares de un estímulo: en función del estado perceptivo, hay más predisposición a percibir unos estímulos y no otros.

Algunos de los factores que determinan nuestro estado perceptivo son los siguientes:

- **La motivación, las necesidades y el estado orgánico.** Los estímulos que permiten satisfacer las necesidades y deseos del sujeto adquieren una disposición mayor de ser percibidos
- **La experiencia previa.** En principio, la experiencia previa con relación a una determinada situación de estímulos aumenta el nivel de precisión de la percepción.
- **El nivel de expectativas.** El individuo percibe su entorno con una expectativa previa o hipótesis de aquello que espera percibir; el nivel de expectativas puede facilitar o condicionar una determinada percepción.
- **Las diferencias individuales.** Existen una serie de características cognitivas propias del sujeto que le llevan a percibir de una forma determinada.

De acuerdo con Dember (1990), los *perceptos* son inferencias, por lo que dentro del estudio de la percepción es importante que se comprenda que se está tratando con experiencias privadas de las personas, pues los *preceptos* no son hechos visibles sino encubiertos, por tanto no son susceptibles de ser observados directamente; el truco para investigar la percepción o cualquier otro proceso no manifiesto consiste en desarrollar técnicas que permitan acceder de modo indirecto a dicho proceso hipotético, por medio de inferencias realizadas a partir de datos objetivos.

Para fines de esta investigación se señala que la percepción que tienen los usuarios (clientes), sobre el servicio que reciben se traduce en la experiencia psicológica que se genera al entrar en contacto con una o varias de sus partes (el personal, la institución, etc.), la cual puede ser positiva o negativa y esta dependerá de sus expectativas y necesidades.

Por otra parte, las expectativas como lo afirma Castillo (1999), representan lo que los clientes esperan recibir con la prestación, constituyen el parámetro con lo que los clientes miden la calidad de un servicio. Como ya se mencionó, la mejor forma de conocer las expectativas reales de los clientes es preguntándoles que piensan o que desean. De la misma manera Ruiz de Maya, (2006) asegura que *la percepción de un objeto* (producto, servicio, marca, precio), *persona* (sea vendedor, persona de contacto) o *situación* (siendo establecimiento, lugar de prestación de servicio) resulta de la interacción de las características de lo percibido, las características de la persona que percibe y del contexto donde se percibe.

En este sentido y por lo anteriormente expuesto, Hayes, (1999) indica que las percepciones que el cliente tiene sobre la calidad de un servicio y su satisfacción general, poseen algunos indicadores visibles, los clientes pueden sonreír cuando hablan del producto o servicio, y también pueden decir cosas buenas sobre los mismos; ambas acciones son manifestaciones o indicadores de un factor subyacente, que se puede denominar "satisfacción del cliente" y "percepción de la calidad" estas etiquetas se utilizan para resumir un conjunto de acciones visibles, relacionadas con el producto y/o el servicio.

Por ejemplo, podemos sacar deducciones sobre la felicidad de la gente, gracias a la obtención de diversos tipos de indicadores visibles, pertenecientes al conjunto subyacente de felicidad, los indicadores visibles pueden incluir la sonrisa, la risa y el decir cosas positivas. Si una persona está riendo, sonriendo y diciendo cosas positivas, sacamos la conclusión de que esa persona es feliz.

Asimismo; Hayes (1999), plantea que de una manera similar se pueden obtener conclusiones sobre las percepciones y actitudes de los clientes, con respecto a los productos o servicios, examinando sus manifestaciones visibles, relacionadas con estos. Estas manifestaciones visibles son las respuestas que el cliente da a un cuestionario de satisfacción del cliente, si la gente indica cosas buenas con respecto al producto en el cuestionario de satisfacción del cliente, y da otras indicaciones de una conducta positiva, podemos sacar la conclusión de que están satisfechos con el producto.



Dado que las motivaciones, la experiencia, el conocimiento, la personalidad y las actitudes difieren de unos clientes a otros, lo esperable es que cada consumidor tenga una percepción "personal" de los servicios.

Este primer capítulo, definió y puntualizo la importancia que hoy tiene el servicio en el ámbito organizacional, pues tiene como base la relación que se da entre 2 o más personas, y aunque el servicio es un intangible, este puede ser percibido por el usuario/cliente y más aún puede sentirse satisfecho al momento de crearse o proporcionarse. Por este motivo las organizaciones se han interesado en conocer como es el servicio que están otorgando y para ello quieren captar las expectativas y percepciones de los usuarios (clientes) para satisfacer sus necesidades.

La calidad es una cualidad que esta estrechamente relacionada con el servicio y para lograrla es necesario conocer las percepciones y expectativas que los clientes tienen acerca del servicio que se les proporciona.

Para conocer dicha información se emplean técnicas como la entrevista, estudios de mercado, encuestas, etc.

CAPÍTULO II

EL SERVICIO BIBLIOTECARIO

2.1. CONCEPTO DE BIBLIOTECA

El termino biblioteca proviene del griego *theke* –caja- y *biblio* –libro-; será pues la *biblioteca el lugar donde se guardan o custodian los libros.*

Una biblioteca es una colección organizada, con arreglo a unas normas técnicas precisas de libros y otros materiales bibliotecarios, para hacer posible su consulta y utilización, garantizándose a los usuarios potenciales. Si no esta organizada una colección no puede denominarse técnicamente “biblioteca” por rica o importante que sea. El término biblioteca designa a aquellas instituciones que albergan este tipo de colecciones y contribuyen a formarlas y ponerlas al servicio de un público determinado (Caravia, 1995).

El concepto de biblioteca ha evolucionado mucho desde sus orígenes hasta nuestros días; ha ido adaptándose a los cambios exigidos por la sociedad, pero sin perder su esencia.

Actualmente se entiende a la biblioteca como un *sistema organizacional*, un todo organizado y complejo. O sea que es un conjunto de partes que, interrelacionadas entre sí conforman un todo, siendo “algo más” que la mera suma de las partes que lo componen. Según la norma UNE 50-113-92 (citado en Melnik, 2005), sobre conceptos básicos de información y documentación, el término biblioteca puede definirse en dos sentidos:

- ❖ “Cualquier colección organizada de libros y publicaciones en serie impresos u otros tipos de documentos gráficos, audiovisuales, disponibles para el préstamo o consulta”
- ❖ “Organismo o parte de el, cuya principal función consiste en constituir bibliotecas, mantenerlas, actualizarlas y facilitar el uso de los documentos que precisen los usuarios para satisfacer sus necesidades de información, de investigación educativa o de esparcimiento, contando para ello con un personal especializado”

La biblioteca ha sido concebida de diversas maneras precisando de alguna u otra forma que adquiere, conserva, difunde y transmite el conocimiento a todo tipo de personas que sepa leer; es un gran apoyo en el ámbito personal, público, privado, escolar, universitario, etc.

La biblioteca es el centro de las actividades de más importancia en la vida académica de la universidad en la que se realizan los más diversos tipos de estudio e investigación mediante sus recursos y servicios. La calidad de éstos afecta el nivel académico de la actividad universitaria, por lo tanto, el mayor o menor valor que se le otorgue revela la importancia de la institución de la que forma parte.

Hoy, en la biblioteca pasa a tener preponderancia *la atención que se les debe prestar a los usuarios.* En la actualidad se debe atender al usuario, y es a él al que toda nuestra tarea deberá estar dirigida. De aquella biblioteca en que se prestaba

más atención a los procesos técnicos de descripción y análisis del material documental, se ha pasado a dar más énfasis a la tarea de atención al usuario y sus necesidades de búsqueda, estudio e investigación. (Melnik, 2005)

Cada tipo de biblioteca cumple en una forma distinta, con el propósito de conservar, difundir y transmitir el conocimiento. La biblioteca universitaria esta avocada a hacerlo mediante el apoyo que debe prestar a las funciones de docencia, investigación y difusión de la institución a la que pertenece. (Garza, 1984)

2.1.1. Usuarios

El término apropiado para referirse a una persona que utiliza los bienes y servicios de una biblioteca es usuario. Domingo Buonocore (Citado en Carbajal, 2005) define al usuario de una biblioteca como: persona que hace un aprovechamiento intensivo, activo y asiduo, no sólo del servicio de lectura sino también de otros que suelen proporcionar las bibliotecas, como el de fotocopias, bibliografías especializadas, traducciones, etc. Es claro que esta definición es aplicable a un usuario de cualquier biblioteca, la categoría que tendrá el usuario generalmente estará determinada por el tipo de biblioteca al que pertenece.

El usuario es la razón de ser de toda biblioteca, sea pública, escolar o universitaria, sin usuarios la creación de la biblioteca no se justifica. La biblioteca será la que se encargue de apoyar la preparación de futuros políticos, médicos, arquitectos, psicólogos, etc.

Una de las partes que le dan vida a la biblioteca y que hace que la biblioteca exista, es el usuario, ya que por el se planean los servicios bibliotecarios.

En una biblioteca universitaria se encuentran tres tipos de usuarios:

- ❖ Usuarios potenciales: son aquellos universitarios que pertenecen a la comunidad de una dependencia determinada susceptibles de hacer uso de la biblioteca de su dependencia, escuela, facultad, etc. Se incluyen tanto alumnos como profesores, investigadores y empleados administrativos.
- ❖ Usuarios reales: son aquellas personas que de los usuarios potenciales universitarios y externos, hacen efectivamente uso de la biblioteca; y pueden ser contabilizados por la asistencia promedio diaria.
- ❖ Usuarios externos: son aquellas personas pertenecientes a una dependencia foránea.

Carbajal (2005), asevera que el usuario real es aquella persona que acude a la biblioteca frecuentemente para satisfacer sus necesidades de información. Por su parte Garza Mercado (1984), expresa que la persona que asiste a la biblioteca lo hace porque tiene una necesidad, la cual puede caer en alguna de las siguientes categorías:

- ✓ La necesidad de obtener uno o más materiales bibliográficos.
- ✓ La necesidad de obtener uno o más materiales que traten de un tema determinado.
- ✓ La necesidad de obtener respuesta a un problema real o específico.
- ✓ La necesidad de encontrar un libro simplemente para entretenimiento.

2.1.2. El Personal Bibliotecario

Como se menciona los usuarios son la razón de ser de las bibliotecas, sin embargo, también hay que considerar que la parte dinámica de una biblioteca la genera su personal, quien impulsa los servicios que ofrece la biblioteca.

El personal de la biblioteca no está formado generalmente por grupos tan numerosos de empleados como en los negocios, industrias o el gobierno, ni como en las grandes bibliotecas públicas. Generalmente, la plantilla de personal en una biblioteca universitaria, la forma un grupo de personas con diferentes funciones y preparación.

En la mayoría de las bibliotecas universitarias se presenta una pirámide que tiene en la cúspide al Director de la biblioteca, seguida de subdirector o jefe o jefes del departamento o sección, supervisores, personal académico, administrativo o bibliotecario, ayudantes técnicos, secretarías, vigilantes y hasta personal de intendencia.

En este sentido, las personas especialistas en determinados aspectos de la bibliotecología son recursos humanos de primera necesidad en una biblioteca ya sea universitaria o no, debido a su preparación. (Carbajal, 2005)

2.1.3. Tipología de las bibliotecas

Las bibliotecas pueden clasificarse en grupos distintos, aunque dentro de cada grupo las diferencias pueden ser muy acusadas. En cuanto a la función que desempeñan o deberían desempeñar las bibliotecas, también existen dentro de ellas grupos diferenciados, por lo que se debe adoptar la siguiente clasificación, que es también la de la (FIAB) *Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios* (citado en Caravia, 1995):

- **Bibliotecas generales de investigación:** dentro de este grupo los subgrupos fundamentales son las bibliotecas nacionales, las bibliotecas universitarias y las bibliotecas parlamentarias.
- **Bibliotecas especiales:** también han recibido la denominación de especializadas. Son aquellas que no son universales en cuanto al contenido de sus fondos, sino que adquieren preferentemente materiales de una disciplina determinada o de un grupo de materias afines. Generalmente, dependen de una institución de investigación, o de otro tipo de entidad que necesita de una biblioteca para desarrollar su actividad (asociaciones profesionales, empresas, etc.)

- **Bibliotecas al servicio del público en general:** Se integran aquí las bibliotecas públicas, las escolares, las infantiles, las de hospitales, etc.

La biblioteca tiene una doble finalidad: conservar los libros y facilitar su uso a los lectores. Según Buonocore (citado en Melnik, 2005), es la “institución que satisface intereses educativos, culturales, de investigación y de recreación del usuario al que sirve, por medio de su material bibliográfico y especial, cuyo uso se permite a través de los servicios que presta”

Una clasificación tradicional, y aceptada en las estadísticas internacionales de bibliotecas, toda vez que fue propuesta por la *UNESCO* es:

1. Biblioteca Nacional.
2. Bibliotecas de instituciones de enseñanza superior.
3. Universitarias.
4. De institutos y departamentos universitarios.
5. De centros de enseñanza superior que no forman parte de la universidad.
6. Otras bibliotecas importantes no especializadas, por ejemplo: las bibliotecas regionales.
7. Bibliotecas escolares.
8. Bibliotecas especializadas por sus fondos y por sus usuarios.
9. Bibliotecas públicas populares.
10. Bibliotecas de empresas, de asociaciones, de institutos de investigación, de laboratorios, etc.

También tienen otra clasificación dependiendo de las materias que abarcan así como los tipos de documentos que contienen y sus soportes documentales. (Melnik, 2005)

2.2. FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LAS BIBLIOTECAS

Las *funciones* de todas las bibliotecas son esencialmente las mismas: adquirir los materiales bibliográficos relacionados con los intereses de una población de usuarios determinada, real o potencial; organizar y exhibir estos materiales en diversas formas, y hacerlos accesibles a los usuarios.

Es responsabilidad de la biblioteca asegurar que el usuario tenga acceso a las publicaciones que le interesen y sean comprensibles para él. Así mismo, la biblioteca solo puede evaluarse en términos de si es o no capaz de proporcionar los materiales deseados por los usuarios en el momento en que los necesitan. (Lancaster, 1983)

En el concepto de biblioteca, se han definido como constitutivas, las *funciones* de organizar, mantener y difundir colecciones. Pero además de estas funciones tendientes a organizarse hacia adentro en sus procesos y servicios, hay otras funciones, que son las que la conectan con la comunidad que la origina y le da vida.

Las principales funciones que realizan las bibliotecas son de formación, de información, de cultura y recreación.

- **Las funciones de formación:** ayudan a obtener los conocimientos necesarios para ser activo y creativo en nuestra sociedad. La biblioteca continúa la educación, es un instrumento de educación permanente.
- **Las funciones de información:** proporcionan desde los datos más simples a los conocimientos científicos más especializados, en función de lo necesario para tomar las propias decisiones.
- **Las funciones de cultura y de recreación:** son entendidas como participación en la cultura, el recreo; etc. No constituyen la única vía para el tiempo libre, pero resultan un medio poderoso para el ocio creativo.

La biblioteca debe estar abierta a la información, pues las nuevas tecnologías permiten relacionarnos con todos los recursos bibliográficos disponibles. (Melnik, 2005)

De acuerdo al manifiesto de la UNESCO la función de la biblioteca escolar es:

Proporcionar información e ideas, que son fundamentales para desenvolverse con éxito en esta sociedad contemporánea, basada en la información y el conocimiento. La biblioteca proporciona a los alumnos competencias para el aprendizaje a lo largo de toda su vida y contribuye a desarrollar su imaginación, permitiéndoles que se conduzcan en la vida como ciudadanos responsables. (unesco.org)

Por otra parte, *el objetivo* de la biblioteca universitaria es satisfacer las necesidades de información de la comunidad universitaria. Los servicios de la biblioteca son, juntamente con sus recursos y su personal, los instrumentos que permiten conseguir el objetivo mencionado.

El nivel de los servicios bibliotecarios depende de su organización; de toda la dotación de recursos y de la preparación del personal. Cualquier biblioteca debe ofrecer los siguientes servicios:

- Horarios amplios a lo largo de todo el año.
- Préstamo de documentos.
- Información y referencia.
- Facilidades para el estudio

Los servicios bibliotecarios deben adaptarse a las características de cada universidad y a las necesidades específicas que puedan tener ciertos grupos de usuarios derivadas de condiciones locales, tipos de estudios o campos de investigación. (REBIUN, 1999)

Desde hace algunos años, diversos grupos e individuos han publicado informes de "objetivos" para varios tipos de bibliotecas. Estos *objetivos* varían en su propósito.

Algunos son específicos y prácticos, mientras otros, son vagos y triviales. Solo si se definen los objetivos pueden asignarse recursos para alcanzarlos, estableciendo prioridades y plazos así como designar a alguien como responsable de los resultados.

Todas las bibliotecas tienen un objetivo dominante que es práctico, hasta cierto punto medible y que puede ser utilizado como base para la evaluación. La biblioteca es una especie de intermediaria entre el universo de recursos bibliográficos (usando "bibliográficos" en el mas amplio sentido) y una determinada población de usuarios. El objetivo primordial de la biblioteca es hacer este universo máximamente accesible a los usuarios.

Generalmente las bibliotecas publicas y académicas son relativamente pasivas (es decir, proporcionan servicio solo sobre demanda), mientras que muchas bibliotecas comerciales y otros centros de información especializada son más dinámicos (proporcionan servicios destinados a mantener al día a los usuarios sobre la literatura publicada en sus áreas de especialización). El criterio esencial para evaluar la *efectividad* de la biblioteca es el grado en que esta maximiza ya sea la accesibilidad, la exposición o ambas. (Lancaster, 1983).

De acuerdo con el manifiesto de la UNESCO, la biblioteca escolar es parte integral del proceso educativo, por tanto los siguientes objetivos son fundamentales para desarrollar los conocimientos básicos, los rudimentos en materia de información, la enseñanza, el aprendizaje y la cultura, y representan los servicios esenciales de toda biblioteca escolar:

- ❖ Respaldar y realizar los objetivos del proyecto educativo del centro escolar y del plan de estudios;
- ❖ Prestar apoyo a todos los alumnos para la adquisición y aplicación de capacidades que permitan evaluar y utilizar la información, independientemente de su soporte, formato o medio de difusión, teniendo en cuenta la sensibilidad a las formas de comunicación que existan en la comunidad;
- ❖ Facilitar el acceso a los recursos y posibilidades locales, regionales, nacionales y mundiales para que los alumnos tengan contacto con ideas, experiencias y opiniones varias;
- ❖ Organizar actividades que estimulen la concienciación y la sensibilización en el plano cultural y social;
- ❖ Fomentar la lectura y promover los recursos y servicios de la biblioteca escolar dentro y fuera del conjunto de la comunidad escolar.

Para cumplir estas funciones, la biblioteca escolar debe formular políticas y crear servicios, seleccionar y adquirir materiales, facilitar el acceso material e intelectual a

las fuentes de información adecuadas, proporcionar recursos didácticos y emplear a personal capacitado.(unesco.org)

La biblioteca se presenta como la intermediaria entre una población de usuarios determinada y el universo de los recursos bibliográficos. En este sentido, el objetivo de la biblioteca es *maximizar la accesibilidad de estos recursos al usuario o maximizar la exposición de los recursos a los usuarios.*

Además la biblioteca debe estar organizada para minimizar el esfuerzo requerido para lograr el acceso a los materiales bibliográficos requeridos y suministrar dichos materiales lo mas pronto posible como surja la necesidad de ellos. La efectividad de cualquier biblioteca puede ser evaluada en términos de en qué medida satisface esos objetivos. (Lancaster, 1983)

2.2.1. Organización de la biblioteca

Para satisfacer todos sus objetivos, la biblioteca generalmente está organizada en servicios técnicos y servicios al público.

Los servicios técnicos tratan directamente con el universo de los recursos bibliográficos y sirven de puente entre esos recursos y el usuario, mientras que los servicios al público, tratan directamente con la comunidad de los usuarios y sirven de puente entre el usuario y los recursos. El personal de la biblioteca esta involucrado en ambos tipos de actividad; la administración dirige y coordina a ambos.

Las bibliotecas están implicadas en tres actividades principales,

- a) Adquisición y almacenamiento de materiales,
- b) Identificación y localización de los mismos y
- c) Presentación de dichos materiales a los usuarios de la biblioteca en una variedad de formas.

El personal de la biblioteca esta también implicado en esas tres actividades y los costos de la biblioteca se distribuye entre las tres. Las actividades se manifiestan al usuario de la biblioteca en forma de acervo y los servicios proporcionados al usuario. Las tres facetas están estrechamente interrelacionadas y todas deben considerarse en cualquier evaluación global de la biblioteca. En tanto que los servicios técnicos están relacionados en su mayoría con las entradas a la biblioteca, los servicios al público lo están mayormente con las salidas.

2.2.2. Evaluación de la biblioteca

La evaluación es un proceso sistemático que facilita determinar el grado de eficacia, economía y eficiencia de ciertas actividades, además nos requiere emitir un juicio de valor sobre aquello que se evalúa. Permite articular de forma cualitativa y cuantitativa el grado de cumplimiento de los objetivos marcados por la biblioteca,

especialmente definidos en términos de necesidades de los usuarios, e indica su adecuación a las acciones y programas que fueron planificados por la biblioteca.

Como lo indica Duarte (citado en Arriola, 2006) la evaluación se debe orientar a la medición de las distintas variables (indicadores) en términos de economía, eficacia y eficiencia:

- **Economía:** se refiere a las condiciones en que la biblioteca adquiere sus recursos financieros, humanos y materiales (personal, colecciones, recursos de información electrónica...). El análisis de la evaluación del rendimiento desde el punto de vista de la economía, implica que la adquisición de un recurso debe hacerse en un tiempo adecuado, al costo más bajo posible y con el nivel de calidad preestablecido.
- **Eficiencia.** Es la cualidad de la actuación de cualquier organización que mide la transformación, en el mejor ratio posible, de los recursos aportados en productos y servicios. El grado de eficiencia se mide por la relación que se establece entre los bienes y servicios consumidos y los productos y servicios producidos. Se producen funcionamientos ineficientes cuando un aumento de recursos no va acompañado de mejoras o cuando manteniendo el nivel de recursos disminuye la calidad de los servicios.
- **Eficacia.** Se mide por el grado de consecución de los objetivos propuestos por la biblioteca en sus programas de actuación o tácitamente definidos en su misión. Una manera de medir la eficacia es indicar niveles de satisfacción de los usuarios con partes o la totalidad del servicio. Esto se puede medir directamente (ejemplo calculando la tasa de disponibilidad de materiales de la biblioteca) o indirectamente (a través de entrevistas o encuestas a los usuarios).

El análisis de la eficacia permite obtener información objetiva sobre la posibilidad de mantener, modificar o cancelar un servicio o un producto. En este sentido la presente investigación se dirige a conocer el grado de satisfacción de los usuarios del servicio bibliotecario mediante su percepción y expectativas.

2.2.2.1. Satisfacción del usuario en la biblioteca

La satisfacción del usuario es un indicador de la calidad del servicio que ofrece la biblioteca tal como es percibido por los estudiantes, profesores e investigadores, considerados estos como clientes.

Para Duarte (1999), la aportación de los usuarios al proceso de evaluación de los servicios puede distinguirse en dos categorías:

- a) Opinión de los diferentes grupos de usuarios sobre cómo las colecciones, los servicios y las instalaciones de la biblioteca satisfacen sus necesidades y expectativas.

- b) Relatos de los usuarios acerca de sus experiencias y nivel de satisfacción al utilizar unos servicios y equipamientos determinados. Ello incluiría, por ejemplo, el éxito en la búsqueda de un libro determinado, el éxito en la búsqueda de asesoría a la hora de encontrar información para un trabajo de clase o para un determinado campo de investigación, o lo adecuado de las instalaciones.

2.3. BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA, UNAM

Es preciso hablar de la Universidad pública más grande en el país: la UNAM, ya que es una institución líder en el continente americano, heredera de una rica tradición que se remonta a 1551. En función de su historia y logros, esta institución ha refrendado su compromiso de ser la vanguardia del desarrollo científico, humanístico, cultural y artístico.

Reconocida como la mejor universidad de Iberoamérica y una de las 100 mejores del mundo. La Misión de la UNAM es impartir educación superior para formar profesionales, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad, organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y los problemas nacionales, y entender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura.

La Universidad Nacional participa activamente con la sociedad por medio de numerosos centros de servicio a la comunidad, ofrece también instalaciones deportivas de la más alta calidad. La Universidad posee cerca del 60% del acervo bibliográfico nacional, distribuido en 139 bibliotecas que cuentan con casi un millón de títulos y más de cinco millones de volúmenes, lo que representa un excelente soporte para la docencia y la investigación. Tiene bajo su custodia la Biblioteca y la Hemeroteca Nacionales y cuenta con bancos de información y con los sistemas más avanzados de consulta de acervos automatizados, tanto Nacionales como Internacionales, en prácticamente todos los campos del conocimiento.

En lo que respecta a la Facultad de Psicología, es importante mencionar que El Colegio de Psicología se formó como parte de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, donde se elaboró el primer plan de estudios que se impartía desde el año de 1938. Posteriormente, el 27 de febrero de 1973, tras el esfuerzo de un grupo de psicólogos mexicanos que lucharon inicialmente por incluir a la psicología dentro de los estudios de bachillerato y más adelante por incorporar su enseñanza en los estudios superiores, el Colegio de Psicología se transformó en la actual *Facultad de Psicología*.

Ahora bien, la *Biblioteca de la Facultad de Psicología* fue fundada en 1973 y es una de las más completas de América latina, hoy en día cuenta con un acervo de 76,000 ejemplares aproximadamente, además tiene:

- ❖ Una colección de 702 materiales antiguos, cuya fecha de publicación no pasa de 1950.

- ❖ Una colección de pruebas psicológicas de aproximadamente 700 ejemplares, así como un área especial para que el usuario pueda trabajar con su sujeto.

Otros acervos con los que cuenta la Biblioteca de Estudios Profesionales son:

- Acervo de tesis de licenciatura.
- Acervo de bibliografía básica del SUA.
- Acervo de videos.
- Archivo vertical (donde se encuentra material elaborado por la facultad).

Entre las principales funciones de la biblioteca se encuentran:

- a) Constituir acervos equilibrados representativos, acordes con los planes y programas de estudio e investigación, así como la difusión y extensión de la cultura psicológica.
- b) Salvaguardar, conservar, organizar y actualizar las colecciones de material bibliográfico y audiovisual que responda a las necesidades de información de la comunidad psicológica.
- c) Brindar a la comunidad los servicios bibliotecarios necesarios, de una manera oportuna y eficaz, para apoyar el desarrollo de los planes de estudio e investigación.
- d) Orientar e instruir al usuario en el uso óptimo de los servicios bibliotecarios.

Para la localización de material bibliográfico se tiene a disposición el Catálogo Automatizado en donde está registrado el acervo de libros de la biblioteca y de tesis elaboradas en la UNAM. Así mismo, ofrece servicios de información a través de consulta a bancos de datos en línea.

2.4. SERVICIOS QUE OFRECE LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA

2.4.1. SALA. Del cual se desprende:

- **Sala de consulta**

Aquí se localiza la colección de consulta, la cual está constituida por diccionarios, enciclopedias, manuales, anuarios, etc. El material solo debe consultarse en esta sala y se encuentra a disposición en la modalidad de estantería abierta.

Este material se puede distinguir por una C en la parte superior de la etiqueta del lomo.

- **Videoteca**

La Biblioteca cuenta con un acervo aproximado de 2000 videos con temas de psicología y más de 200 películas comerciales. Esta colección está disponible para todo público; para proyección en sala, previa reservación de la misma, llenando su solicitud y presentando una identificación vigente. El número mínimo de usuarios para dar este servicio es de 2 y máximo de 10.

- **Testoteca**

Esta área se encuentra destinada exclusivamente para los usuarios que deseen consultar y/o aplicar las pruebas psicológicas. Sólo se puede consultar un material a la vez por usuario y queda estrictamente prohibida la reproducción.

Por ser un material especializado su uso es exclusivo para estudiantes de psicología del cuarto semestre en adelante y profesionales del área acreditados. Se debe llenar la papeleta correspondiente.

- **Sala de lectura**

El servicio de préstamo en sala brinda al público en general la oportunidad de consultar los materiales dispuestos en estantería abierta, además de aquellos que se encuentran en estantería cerrada y que no son susceptibles de préstamo a domicilio.

Los materiales que pueden ser consultados en esta sala son:

- ❖ **Acervo general**, estos materiales se localizan en estantería abierta. Solo se pueden consultar tres libros a la vez, evitando permanecer mucho tiempo en los pasillos de la estantería.
- ❖ **Tesis**
- ❖ **Archivo vertical**

- **Consulta de tesis**

La Biblioteca de Estudios Profesionales cuenta con el acervo de Tesis de Licenciatura elaboradas en la Facultad de Psicología. El servicio se ofrece en estantería cerrada, en el área de Consulta.

- **Consulta del archivo vertical**

Esta colección la integran en su mayoría folletos editados por la facultad y aquellos documentos que sin ser libros, por su temática son de interés para los usuarios de la biblioteca. Se pueden solicitar en la ventanilla del área de Consulta, ya que se encuentran en estantería cerrada.

2.4.2. SERVICIO A DOMICILIO. Comprende:

- **Préstamo a domicilio de material bibliográfico**

Con el servicio de préstamo a domicilio tanto los usuarios de la Facultad de Psicología registrados en la biblioteca como las Instituciones que tengan establecido el convenio de Préstamo Interbibliotecario con ella, tienen oportunidad de obtener los materiales para uso fuera de sus instalaciones. Los Materiales con una franja verde agua o amarilla en la parte superior del lomo o con la leyenda, NO SALE DE LA BIBLIOTECA. Sólo pueden ser consultados en la sala de lectura.

Los materiales bibliográficos susceptibles de préstamo a domicilio son:

- ❖ **Acervo general.** Este material se presta por 7 días con posibilidad de un resello.

- ❖ **Acervo de Bibliografía Básica del SUA.** El préstamo de este material es por 15 días con posibilidad de un resello (exclusivo para alumnos del Sistema de Universidad Abierta de la Facultad)

- **Préstamo a domicilio de material audiovisual**

Con el servicio de préstamo a domicilio tanto los usuarios de la Facultad de Psicología registrados en la biblioteca como las Instituciones que tengan establecido el Convenio de Préstamo Interbibliotecario con la Biblioteca, tienen la oportunidad de obtener los materiales para uso fuera de sus instalaciones.

El préstamo de material audiovisual es por un día, los materiales audiovisuales susceptibles de préstamo a domicilio son:

- Videos elaborados por la Facultad o la Universidad
- Videos comerciales (préstamo exclusivo a usuarios internos)

- **Préstamo Interinstitucional**

Debido a la demanda de otras dependencias e instituciones por consultar el acervo de material audiovisual con que cuenta la biblioteca y por las características que presenta este tipo de material, se creó esta modalidad de préstamo que les otorga la facilidad de obtener a domicilio, por dos días, los materiales producidos en la facultad o por la universidad, previa solicitud por escrito y oficial de la institución.

2.4.3 OTROS SERVICIOS. Se derivan los siguientes:

- **Servicios de información**

En esta área se proporciona atención al público en general y los servicios que se ofrecen son:

- ❖ Información de las distintas colecciones que conforman la biblioteca: Tesis, Pruebas Psicológicas, Folletos, Videos, etc., así como de los servicios que se prestan en la misma.
- ❖ Orientación sobre el manejo de las distintas fuentes de información, tales como diccionarios, enciclopedias, discos compactos y las bases de datos con las que cuenta la biblioteca.
- ❖ Se proporciona instrucción a través de cursos y pláticas para la adecuada utilización de los catálogos y bases de datos.

También se ofrecen asesorías en búsqueda y recuperación de información a través de bases de datos en línea como LIBRUNAM, SERIUNAM, TESIUNAM, SYCHOINFO, etc.

- **Secretariado**

Dentro de las funciones que realiza el área de Secretariado se encuentran las siguientes:

- ❖ **Registro de Usuarios en la Biblioteca:** El trámite de registro a la biblioteca se realiza en una sola ocasión ya que el número que se asigna a cada alumno es igual a su número de cuenta, siendo su credencial personal e intransferible.
 - ❖ **Elaboración de comprobantes de no adeudo para trámite de reposición de credencial:** Este trámite se realiza para reponer la credencial de la Universidad. Se debe llenar la solicitud correspondiente, y la entrega del comprobante será al siguiente día hábil.
 - ❖ **Recepción de Tesis y elaboración de carta de no adeudo para Titulación:** Este trámite debe realizarse para el proceso de titulación. Se elaborará una carta de no adeudo, la cual deberá presentarse en la Biblioteca Central. Además se sellará la Hoja de Revisión de Estudios. La carta será entregada en el momento. (su vigencia es de 3 días naturales).
- **Préstamo Interbibliotecario.**

Esta modalidad de préstamo otorga el beneficio a otras bibliotecas, de poder solicitar los materiales del acervo general en préstamo a domicilio, previo convenio establecido, de acuerdo a las normas de la ABIESI.
 - **Autofotocopiado y Fotocopiado.**

El usuario puede hacer uso del autofotocopiado siempre que cuente con la **tarjeta electrónica** de prepago, que se puede adquirir en la caja de la Facultad por una módica suma y la cual puede ser cargada o recargada con el número de copias que el usuario desee pagar.

El servicio de fotocopiado es concesionado y se encuentra a la entrada de la biblioteca, el servicio se puede solicitar desde el interior de la biblioteca. Con cualquiera de las dos modalidades se evita solicitar el préstamo a domicilio de los materiales.

Con relación a lo anterior, se puede consultar el ANEXO 1 donde se detallan los requisitos para proporcionar los servicios bibliotecarios de la Facultad de Psicología.

2.5. REGLAMENTO DE LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Con fundamento en el Capítulo I Artículo 4, Capítulo VI Artículo 17, Capítulo VIII Artículo 22 del Reglamento General del Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional Autónoma de México, se elaboró un reglamento que rige los servicios de la Biblioteca de la Facultad de Psicología, cuyo propósito es poner a disposición de los estudiantes y profesionales de la Psicología, acervos y herramientas de información que les permitan mantenerse actualizados y facilitarles el acceso a los materiales para su formación y el desarrollo de investigación en la disciplina.

Para tener un panorama más claro sobre lo que se estipula en dicho reglamento se recomienda ver el anexo donde pueden consultar los capítulos del reglamento

de la biblioteca de la Facultad de psicología que consideramos importantes revisar para conocer la normatividad de la misma, así como de los servicios que se ofrecen. (Ver ANEXO 2)

Como se observó en el desarrollo del capítulo y como es afirmado por Melnik (2005), las bibliotecas ya no sólo atienden procesos técnicos como descripción y análisis de materiales documentales o la de conservar y difundir el conocimiento, sino que, actualmente también toma importancia la atención que se les debe proporcionar a los usuarios/clientes ya que ellos son su razón de ser.

En este sentido las funciones y objetivos de las bibliotecas deben estar dirigidos a satisfacer las necesidades de información, búsqueda, estudio, acceso a los recursos, etc., de los usuarios.

Finalmente, con la evaluación de variables como la eficacia se puede obtener información de la satisfacción de los usuarios.

CAPÍTULO III
FUNDAMENTOS DE MEDICIÓN PSICOLÓGICA

3.1. LA MEDICIÓN EN PSICOLOGÍA

El hombre necesita comprender su propia naturaleza. Es trivial afirmar que los mayores problemas del mundo actual son problemas humanos, y que la mayor parte de los impedimentos en el camino hacia el progreso son los obstáculos humanos. Actualmente la sociedad ha evolucionado en sistema de funciones y relaciones especializadas que *originan* en la humanidad *una necesidad de nuevos instrumentos* que permitan a los individuos su lugar apropiado en las estructuras.

Para realizar las investigaciones que se desean llevar a cabo, los psicólogos buscan cuantificar las variables con las que trabajan, convirtiéndose la medida en un rasgo muy importante de la psicología moderna.

Las medidas ayudan a los psicólogos a tomar decisiones sobre el significado de sus investigaciones, también facilitan las decisiones sobre los individuos. (Tyler, 1972)

La meta de la Psicología, es la descripción, predicción y explicación de los fenómenos empíricos de su área de interés, por tanto la medida es un componente fundamental de este proceso. (Martínez, 1995)

3.1.1. Concepto de medición

Stevens (citado en Kerlinger, 2002), afirma que la medición es la asignación de valores numéricos a objetos o eventos, de acuerdo con ciertas reglas.

Una definición común de medida es "medir es asignar números a las cantidades de las propiedades de los objetos de acuerdo con reglas dadas cuya validez puede probarse empíricamente". Dicho en forma más simple, medir es dar la magnitud en cierta propiedad de uno o más objetos con ayuda del sistema numérico. (Magnusson, 1983)

Medición: es el procedimiento mediante el cual asignamos números (calificaciones, medidas) a las propiedades, atributos o características de los objetos (o de unidades experimentales), estableciendo las reglas específicas sobre las que se fundamentan tales asignaciones. (Morales, 1975)

Para Nunnally (1970), la medición consiste en *un conjunto de normas para asignar números a los objetos de modo tal que éstos números representen cantidades de atributos.*

Carmines y Zeller, (citados en Hernández, 2003), mencionan que la medición "es el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos", el cual se realiza mediante un plan explícito y organizado para clasificar (y frecuentemente cuantificar) los datos disponibles, en términos del concepto que el investigador tiene en mente.

Los atributos, características, habilidades o rasgos que generalmente intentamos medir no lo hacemos de manera directa, sino por medio de la expresión conductual externa y observable. (Morales, 1975)

3.1.2. Escalas de medición

Existen cuatro niveles generales de medición: nominal, ordinal, de intervalo y de razón. Algunos escritores sobre el tema aceptan únicamente la medición ordinal, de intervalo y de razón; mientras que otros afirman que los cuatro pertenecen a la familia de la medición. (Kerlinger, 2002)

- **Escala nominal.** En esta escala los números se asignan únicamente para identificar las categorías donde se encuentran incluidas las personas o cosas. Los números que los identifican nunca se pueden sumar, restar, multiplicar o dividir.
- **Escala ordinal.** Se emplea esta escala cuando podemos colocar a los individuos en una serie cuyo rango va del más bajo al más alto según las características que intentamos medir, pero no podemos decir exactamente cuánta es la diferencia entre un par cualquiera de individuos.
- **Escala de intervalo.** Lo que distingue la medida de intervalo o la medida ordinal es que nos permite determinar cuán lejos se encuentran dos personas o dos cosas.
- **Escala de razón.** Con esta escala se pueden emplear todas las operaciones aritméticas, suma, resta, multiplicación y división. Las escalas de razón tienen todas las características de las escalas de intervalo con la ventaja adicional de un auténtico punto cero. (Tyler, 1972)

3.2. INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN PSICOLÓGICA

Cuando hablamos de instrumentos de medición en psicología, nos referimos a todos aquellos procedimientos u operaciones que permitan llegar a obtener, objetivamente y con la mayor certeza posible, información acerca de la expresión de los fenómenos que se suceden en esa unidad biológica, social, psicológica, etcétera, que es la conducta humana. Estos instrumentos contruidos para medir aspectos específicos de la conducta del hombre, se conoce con el nombre de pruebas psicológicas.

Un instrumento de medición psicológica es aquella técnica metodológica producida artificialmente, que obedece a reglas explícitas y coloca al o a los individuos en condiciones experimentales, con el fin de extraer el segmento del comportamiento a estudiar y que permita la comparación estadística conductora a la clasificación cualitativa, tipológica o cuantitativa de la característica o características que se están evaluando.

La mayoría de las pruebas psicológicas están constituidas por una serie de elementos llamados estímulos, reactivos, (y por deformaciones del lenguaje, frecuentemente ítems), reunidos en una sola cédula, a la cual llamamos *prueba* (test) si se utiliza como único instrumento de medida, o *subprueba* (subtest) si forma parte de lo que en medición psicológica denominamos batería o escalas de medición, porque están constituidos por más de dos pruebas que evalúan diversos aspectos o características del comportamiento de una misma cédula.

Cada reactivo, prueba o subprueba produce una medida que, dependiendo de cualquiera de los casos, se adiciona o sintetiza para obtener una medida total. (Morales, 1975)

3.2.1. ¿Qué es una prueba psicológica?

A continuación se presentan algunas definiciones de test o prueba psicológica y aunque el concepto varía de autor en autor se expresan factores comunes.

Tyler, L. (1972), define a la prueba como “una situación estándar diseñada para tomar una muestra del comportamiento de un individuo”.

Para Anastasi (1998), la prueba psicológica es una medida objetiva y estandarizada de una muestra de conducta.

Pichot (citado en Morales, 1975) dice que una prueba psicológica es una situación experimental y estandarizada que sirve de estímulo a un comportamiento y que manipulada estadísticamente, permite clasificar a los sujetos tipológica o cuantitativamente.

3.3. REACTIVOS QUE CONFORMAN UNA PRUEBA (TEST)

En el proceso de elaboración de una prueba o test, se deben tomar en cuenta como elemento básico, los estímulos o reactivos que lo conforman; para ello autores como Aiken (1995), Kline (1986), Reidl (1990) hacen las siguientes sugerencias (Galicia, 2000):

- ✓ Usar palabras sencillas, las cuales deben ser conocidas por los respondientes potenciales.
- ✓ Hacer la pregunta lo más concisa posible, misma que no deberá tener más de 20 palabras.
- ✓ Formular la pregunta de manera que solo produzca la respuesta deseada, evitando los reactivos que no estén relacionados con la variable.
- ✓ Evitar preguntas ambiguas o que puedan ser interpretadas de diferente manera.
- ✓ Evitar las preguntas que sugieran la respuesta.
- ✓ Cada reactivo debe tener una idea, oraciones simples.
- ✓ La sintaxis debe ser sencilla y clara: sujeto, verbo y complemento.

- ✓ Tener cuidado de no emplear frases que puedan afectar el prestigio del respondiente.
- ✓ Decidir si se van a personalizar algunos de los reactivos, si se redactaran en tercera persona o bien de forma impersonal.
- ✓ Permitir que se den todas las posibles respuestas, principalmente en aquellos reactivos de opción múltiple.
- ✓ Las opciones de los reactivos de opción múltiple deben ser realistas.
- ✓ Evitar el uso de dobles negativos.
- ✓ El adecuado empleo de palabras universales tales como: siempre, ninguno, nunca (solo para definir los extremos continuos) o aquellas como: sólo, apenas, casi, a veces, porque producen ambigüedad.
- ✓ Tratar de mantener al mínimo la cantidad de escritura del respondiente, pidiendo que escriba SI, NO, un número, una letra, etc.
- ✓ Evitar en lo posible términos que dentro del reactivo reflejen sentimientos.
- ✓ En los reactivos de opción múltiple colocar las opciones en formato de grupo (párrafo) en lugar de una tras otra.
- ✓ Utilizar números para designar los reactivos y letras para las diferentes opciones.

3.3.1. Tipo de reactivos

Los reactivos que conforman un instrumento representan procedimientos para obtener información sobre los individuos, pero la cantidad y clase de información varía con la naturaleza de las tareas que implican los distintos tipos de reactivos. (Aiken, 1995; citado en Galicia, 2000).

A continuación se describen los diferentes tipos de reactivos:

Reactivos de Ensayo o Abiertos: En este tipo de reactivos se le pide al sujeto que elabore su respuesta de manera libre. Ventaja: puede medir la capacidad para organizar, relacionar y comunicar comportamientos que no evalúan con facilidad los reactivos por objetivos. Desventaja: la cantidad de preguntas que pueden responderse en un tiempo regular tal vez no proporcione un muestreo adecuado del conocimiento que, sobre la materia tienen las personas. Al redactar este tipo de reactivos se deben tomar en cuenta las siguientes sugerencias:

1. Definir la tarea y redactar los reactivos de forma clara.
2. Utilizar una cantidad reducida de reactivos que deberán responder todas las personas.
3. Estructurar los reactivos de tal manera que los expertos en la materia estén de acuerdo en que una respuesta es mejor que otra de forma demostrable.
4. Pedir a los respondientes que contesten en hojas de papel separadas. (Ejemplo: media página para cada reactivo).

Reactivos de Respuesta Corta o Completamiento: Es una tarea en la que se le pide al sujeto complete o llene uno o más espacios en blanco de una afirmación



incompleta. Las personas deben dar la respuesta correcta en lugar de reconocerla.

Reactivos de Falso o Verdadero: En este tipo de reactivos se pide al sujeto que únicamente indique la respuesta, ya sea verdadera o falsa. Pueden redactarse y leerse con rapidez, y permiten un muestreo extenso del contenido. Una importante desventaja de este tipo de reactivos es que se ocupan de forma trivial, o se elaboran con afirmaciones que se toman al pie de la letra de los libros de texto.

Reactivos de Apareamiento: En este tipo de reactivos se compara un grupo de opciones de estímulo o pregunta con un grupo de opciones de respuesta. Por lo general la comparación es de uno a uno, pero también pueden ser de uno a varios. Son fáciles de elaborar y cubren el material con más facilidad que otros. (Ejemplo: relación de columnas).

Reactivos de Opción Múltiple: La tarea consiste en elegir de una serie de respuestas, la correcta para una pregunta dada. Son los más versátiles de todos los reactivos para instrumentos de tipo objetivo, ya que pueden utilizarse para medir los objetivos de aprendizajes complejos y sencillos en todos los niveles y en cualquier materia.

Reactivos Abiertos: Son aquellos que dejan un margen de libertad para responder al evaluado, deben estar redactados con claridad y tener una sola interpretación posible, para que las respuestas sirvan verdaderamente a la investigación. Este tipo de reactivos plantea una dificultad para el análisis de datos, debido a que para su codificación es necesario un análisis de contenido a través del cual se determinan las categorías que se han manifestado.

Reactivos Cerrados: Son aquellos donde la opción de respuesta se da entre la afirmación y la negación; estos son de redacción simple y de gran utilidad por la rapidez con que se pueden procesar, pero no brindan, desde luego, una información muy amplia.

3.4. CLASIFICACIÓN DE LAS PRUEBAS PSICOLÓGICAS

Existen diversas formas de categorizar las pruebas psicológicas, pero en ocasiones suelen confundirse porque sus categorías se funden unas en otras; por tanto para tener una referencia clara y válida de las mismas a continuación se presenta la clasificación expuesta por la American Psychological Association (APA):

A. POR LA VARIABLE QUE MIDEN

- Habilidades
- Aptitudes
- Intereses
- Inteligencia

- Valores
- Personalidad
- Temperamento
- Carácter
- Competencias
- Conocimientos
- Peligrosidad
- Adaptación
- Actitudes
- Etc.

B. POR SU OBJETIVO

- Potencia o ejecución máxima
- Rasgos o peculiaridades o ejecución típica

C. POR EL ÁREA O CONTEXTO DÓNDE SE UTILIZAN

- Clínicas
- Laborales
- Educativas
- Para Investigación
- Para Orientación
- Jurídicas

D. GRADO DE ESTRUCTURACIÓN DEL INSTRUMENTO

- Estructuradas
- Semiestructuradas
- Inestructuradas

E. POR LA FORMA DE ADMINISTRACIÓN

- Individuales
- Colectivas
- Autoaplicadas

F. POR LA FORMA O TIPO DE RESPUESTA QUE EXIGEN

- Objetivas
- Subjetivas

G. POR LOS LÍMITES DE EDAD DE APLICACIÓN

- Bebes o infantes de 0 a 3-4 años
- Preescolares 3-4 a 6 años
- Escolares 6 a 12 años
- Adolescentes 12-14 a 18-21 años
- Adultos 18-21 a 65 años
- Adultos mayores 65 en adelante

H. POR LA FORMA DE DAR LAS INSTRUCCIONES

- Orales
- Escritas
- Mixtas
- Ejemplificadas

I. POR LA LIBERTAD DE EJECUCIÓN

- Poder con tiempo estandarizado
- Velocidad con calidad de ejecución

J. POR EL MATERIAL QUE SE DA PARA EL EXÁMEN

- Verbales
- Lápiz y papel
- Ejecución (material, manual, visomotora)
- Aparatos especiales
- Combinación de las tres primeras
- Etc.

K. POR LA FORMA DE CALIFICACIÓN

- Manual
- Por conteo
- Por matrices
- Por computadora
- Por combinación de las tres primeras

L. POR LA FORMA GENERAL DEL INSTRUMENTO

- Psicométricas
- Proyectivas

M. POR EL MÉTODO DE INTERPRETACIÓN QUE UTILIZAN

- Pruebas con referencia a una norma
- Pruebas con referencia a un criterio

3.5. CARACTERÍSTICAS QUE DEBE CUBRIR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

En toda investigación se aplica un instrumento para medir las variables contenidas en la hipótesis (y cuando no hay hipótesis, simplemente para medir las variables de interés). Esa medición es efectiva cuando el instrumento de recolección de los datos realmente representa a las variables que tenemos en mente. De no ser así nuestra medición es deficiente y por lo tanto la investigación no es digna de tomarse en cuenta. Desde luego no hay medición perfecta, es casi imposible que representemos fielmente variables como la inteligencia, el liderazgo, la motivación, la satisfacción laboral, el sexo, entre otras más; pero sí debemos acercarnos lo más posible a la representación fiel de las variables a observar, mediante el instrumento de medición que desarrollemos. (Downie, 1986; citado en Galicia, 2000)

Todo instrumento de medición debe cubrir ciertos requisitos por lo que a continuación se mencionan y explican en que consisten y cuales son los más importantes.

3.5.1. Confiabilidad

Después de asignar valores numéricos a los objetos o eventos de acuerdo con reglas, deben enfrentarse dos grandes problemas de medición: la confiabilidad y la validez.

Si no se conoce la confiabilidad ni la validez de los datos que se tienen, es posible que haya poca fe en los resultados obtenidos y en las conclusiones obtenidas a partir de ellos. La preocupación por la confiabilidad proviene de la necesidad de fiarse de la medición. Los datos provenientes de todos los instrumentos de medición en psicología y educación contienen errores de medición. Dependiendo del grado en que contengan errores, los datos que se obtengan serán, confiables o no. (Kerlinger, 2002)

La teoría psicométrica contempla el estudio del error de medición al calcular la confiabilidad de una prueba o test. Se considera error de medición, a todas aquellas condiciones ajenas o imprevistas que se presentan durante el proceso de medición y que no fueron contempladas cuando se diseñó la prueba o test psicométrico.

El error de medición es una combinación de procesos sistemáticos y procesos aleatorios. Los procesos sistemáticos son las fallas en el procedimiento que incluyen desde la elaboración, aplicación y calificación de la prueba, hasta la captura de los datos; los procesos aleatorios son los que quedan fuera de control del proceso de medición, como los cambios propios del elemento medido (Galicia, 2000).

Es importante conocer la confiabilidad de una prueba por los errores que pueden cometerse en las mediciones; Anastasi (1998) define a la confiabilidad como: "La consistencia o estabilidad de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas cuando se las examina en distintas ocasiones con el mismo test, con conjuntos equivalentes de reactivos o en otras condiciones de examinación".

En términos más técnicos, la medición de la confiabilidad de una prueba permite estimar que proporción de la varianza total de las puntuaciones se debe a la *varianza de error*.

Para Kerlinger, (2002) la confiabilidad es la falta de distorsión o precisión de un instrumento de medición, una medida altamente confiable sólo indica que está midiendo algo con precisión o de forma consistente.

Para obtener la confiabilidad de una prueba se obtiene un coeficiente de confiabilidad (correlación), que indica el grado de concordancia que hay entre dos conjuntos de calificaciones. Para estimar el coeficiente de confiabilidad se

emplean métodos estadísticos como la fórmula de correlación de Spearman, la de Pearson, entre otros. Se consideran diversos tipos de confiabilidad, debido a los factores que pueden alterar la misma, por lo que a continuación revisaremos los métodos utilizados para estimar el coeficiente de confiabilidad.

3.5.1.1. Cálculo de la confiabilidad

Hay diferentes *procedimientos para calcular la confiabilidad* de un instrumento de medición. Todos utilizan fórmulas que producen *coeficientes de confiabilidad*. Estos coeficientes pueden oscilar entre 0 y 1, donde el coeficiente de 0 significa nula confiabilidad y 1 representa un máximo de confiabilidad (confiabilidad total). Por lo que cuanto más se acerque el coeficiente a 0, mayor error habrá en la medición. (Hernández, 2003)

Los procedimientos más utilizados para determinar la confiabilidad mediante un coeficiente son:

- **Confiabilidad por test- retest.** En este procedimiento un mismo instrumento de medición (reactivos o indicadores) se aplica dos o más veces a un mismo grupo de personas, después de cierto periodo. Si la correlación entre los resultados de las diferentes aplicaciones es altamente positiva, el instrumento se considera confiable. Desde luego, el periodo entre las mediciones es un factor a considerar.

Es importante considerar que la varianza de error corresponde a las fluctuaciones aleatorias de la ejecución de una sesión a otra, que pueden provenir en parte de condiciones no controladas de la aplicación, como el clima, ruidos repentinos, etc. La confiabilidad del retest muestra el grado en el que los resultados de una prueba pueden generalizarse en otras ocasiones; entre mayor sea la confiabilidad menos susceptibles serán los resultados a los cambios fortuitos en la condición cotidiana de los examinados o en el entorno en que se aplique la prueba. (Anastasi, 1998)

- **Método de formas alternativas o paralelas.** En este procedimiento no se administra el mismo instrumento de medición, sino dos o más versiones equivalentes de éste. Las versiones son similares en contenido, instrucciones, duración y otras características. Estas versiones se administran a un mismo grupo de personas dentro de un periodo relativamente corto. El instrumento es confiable si la correlación entre los resultados de ambas administraciones es positiva de manera significativa. Para estimar la confiabilidad, se correlacionan las puntuaciones de las dos formas o versiones que representan el coeficiente de confiabilidad de la prueba, que no sólo mide la estabilidad temporal, sino también la consistencia de las respuestas a diferentes muestras de reactivos (o formas de la prueba).
- **Método de mitades partidas.** En este método a diferencia de los anteriores, requiere sólo una aplicación de la medición. Específicamente el conjunto total de reactivos (o componentes) se divide en dos mitades y se comparan las

puntuaciones o los resultados de ambas. Si el instrumento es confiable, las puntuaciones de ambas mitades deben estar muy correlacionadas. Para obtener el coeficiente de confiabilidad, estas dos puntuaciones se correlacionan y se obtiene un coeficiente de consistencia interna, llamado así porque requiere una sola aplicación de una única forma. La confiabilidad varía de acuerdo con el número de reactivos que incluya el instrumento de medición. Cuantos más reactivos haya, mayor será la confiabilidad.

- **Coeficiente alfa de Cronbach.** Este coeficiente desarrollado por J. L. Cronbach requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los reactivos del instrumento de medición: simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente. Para estimar la confiabilidad se debe correlacionar cada reactivo con cada uno de los demás reactivos del instrumento, donde se encontrará la media de dichas correlaciones y después se insertará la media de las correlaciones inter-reactivo en la fórmula de Spearman Brown, entonces se obtendrá el coeficiente alfa.

- **Coeficiente KR-2, Kuder y Richarson.** Al igual que el coeficiente alfa este método requiere una sola aplicación de una única forma, se basa en la consistencia de las puntuaciones a todos los reactivos de la prueba. La confiabilidad se estima a partir de las respuestas de los sujetos a todos los reactivos de la prueba. Las dos fuentes de varianza de error que está influida en la consistencia entre reactivos son el muestreo de contenido y la heterogeneidad del área de conducta muestreada.

3.5.2. Validez

La validez es un tema muy importante en la investigación del comportamiento, tanto la confiabilidad como la validez son cuestionados en este sentido. Mientras nos ocupemos de la confiabilidad, no nos interesará lo que le test mida, sino solamente saber si el test dará los mismos resultados en medidas repetidas; pero cuando examinamos la validez, investigamos si el test cuya confiabilidad es conocida mide aquello para lo que fue construido.

Una definición la da Magnusson, (1983) quien menciona que “la validez de un método es la exactitud con que pueden hacerse medidas significativas y adecuadas con él, en el sentido que midan realmente los rasgos que se pretendan medir”.

La validez del instrumento rara vez es un problema cuando se tratan de medidas físicas, sin embargo, con los métodos usados para medir variables psicológicas es necesario probar empíricamente que el instrumento es válido en todos los casos. La validez es tradicionalmente estimada por un coeficiente de correlación, llamado *coeficiente de validez*, el cual indica la relación que hay entre los datos obtenidos con el test y los datos que usamos, con un grado

conocido de certeza, como índices para los puntajes del individuo en la variable de criterio.

Un test no tiene un coeficiente fijo de validez que sirva para cualquier fin y cualquier grupo de individuos para los cuales pudiera usarse. La validez del test varía de acuerdo con el propósito que se use y el grupo dentro del cual discrimina. (Magnusson, 1983)

3.5.2.1. Tipos de Validez

A la validez se le han dado tres significados principales (Nunnally, 1987):

1. *Validez de constructo* –medición de atributos psicológicos.
2. *Validez predictiva* –establecimiento de una relación estadística con un criterio particular.
3. *Validez de contenido* –expresa el grado en que el contenido de un test constituye una muestra representativa de los elementos del constructo que pretende evaluar.

- **Validez de constructo.** En la medida en que la variable es abstracta y latente más que concreta y observable, se denomina constructo. De manera literal esta variable, es algo que los científicos “construyen” (confeccionan a partir de sus propias imaginaciones) y que no existe como una dimensión observable de la conducta.

La validación de constructo, entendida como las evidencias que apoyan que las conductas observables del test son indicadores del constructo, es el aspecto esencial de la validez y permite unificar otras categorías.

En el proceso de la validación de constructo, es importante destacar que la puntuación del test no se identifica con el constructo, sino que el constructo puede manifestarse a través de múltiples indicadores. La validación de constructo es la acumulación de evidencias que apoyan que la puntuación del test es una de sus manifestaciones. Cuando se establece la validez de constructo, pueden hacerse inferencias o interpretaciones del test. (Martínez, 1995)

- **Validez predictiva o referida a un criterio.** La validez predictiva se refiere al uso de un instrumento para estimar alguna conducta criterio que es externa al mismo instrumento de medición. El criterio es una medida directa e independiente de lo que el test intenta predecir o inferir.

La evidencia relacionada al criterio suele considerarse desde dos perspectivas distintas, una en términos de relaciones predictivas y la otra concurrentes, que inciden en el diseño de la recogida de los datos en cuanto al momento de recogida.

La validez predictiva se refiere al grado en que las puntuaciones del test predicen medidas del criterio tomadas posteriormente, es decir, las conductas futuras del sujeto en el criterio.

La validez concurrente se refiere al grado en que las puntuaciones del test correlacionan con las del criterio, medidas al mismo tiempo, es decir, con la situación actual del individuo en el criterio.

- **Validez de contenido.** La validez de contenido se define en términos de la adecuación muestral de los reactivos de un test, en cuanto muestras de un dominio más amplio de reactivos representativos del constructo/conducta. El propósito de un estudio de validación de contenido será pues establecer el grado en que el conjunto de reactivos del test representa adecuadamente un dominio de conductas de interés específico.

Es importante destacar que bajo la validación de contenido hay dos aspectos de las muestras: la *relevancia* y la *representatividad*. Los reactivos del test deben ser relevantes para el uso que se dará a las puntuaciones y representativos del dominio de reactivos de interés. Una puntuación es relevante para el uso pretendido cuando todos los reactivos del test están dentro del dominio de interés.

3.5.3. Normalización

Así como la confiabilidad y la validez, la normalización también es otro punto importante al trabajar con las pruebas psicológicas, ya que por medio de ésta podemos interpretar las puntuaciones de los instrumentos, pues la sola puntuación cruda de cualquier prueba psicológica carece de significado.

Las puntuaciones suelen interpretarse haciendo referencia a normas que representen el desempeño de la muestra de estandarización en la prueba; es decir, las normas se establecen empíricamente al determinar lo que hacen en la prueba los miembros de un grupo representativo. (Anastasi, 1998)

Por lo que “las normas son cualquier dato estadístico que proporcione un marco de referencia para interpretar los puntajes de un individuo en relación con los puntajes de otros”. (Nunnally, 1995)

Es importante señalar que para cumplir la finalidad de que proporcionen una adecuada descripción estadística del sujeto, el grupo de sujetos se denomina *grupo normativo*, con cuyas puntuaciones se calculan los diversos estadísticos utilizados en las comparaciones el cual debe ser *representativo* de la población a la que va destinado el test y debe tener un *tamaño adecuado* para proporcionar estimadores seguros y dentro de los límites aceptables del error muestral.



Por otra parte, el grupo normativo debe ser *homogéneo* en el sentido de que todos los individuos sean miembros de la población objetivo. (sexo, edad, raza, etc.)

La finalidad de convertir los puntajes a una distribución normal es que ésta proporciona un significado estadístico preciso, en el cual el porcentaje de individuos que se encuentran arriba y debajo de cada puntaje se conoce exactamente cuando se tiene una media y una unidad de medias conocidas.

Así mismo los puntajes normalizados tienen un doble objetivo, indicar la situación relativa del sujeto con relación al grupo normativo que permite valorar su ejecución con respecto a otras personas; y proporcionar medidas que hagan posible la comparación directa de la actuación del sujeto en distintos instrumentos. Anastasi, 1988. (Citado en Galicia, 2000)

En este capítulo, se revisó el tema de la medición cuyo procedimiento en psicología es asignar números a los atributos que se desean investigar mediante ciertas reglas, el cual se lleva a cabo por medio de la conducta observable y externa del individuo.

También se profundizó en el tema de las técnicas o procedimientos llamados instrumentos de medición psicológica y sus características, con los cuales se puede obtener de manera objetiva información de la expresión de la conducta humana en su entorno biopsicosocial.

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

4.1. PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad la calidad es una prioridad en distintas instituciones o empresas que se dedican a la fabricación de productos o prestación de servicios, siendo estos últimos los de mayor interés para la gente que los recibe; por tal motivo, la UNAM hoy en día trabaja en la implantación de un Sistema de Gestión de Calidad en las Secretarías y Unidades Administrativas, con el objetivo general de proporcionar servicios de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes/usuarios. Por tal motivo surge el interés de realizar una investigación; específicamente en la Biblioteca de la Facultad de Psicología, ya que no se cuenta con indicadores del servicio y no sabemos si hay o no calidad en la prestación del mismo.

A medida que la Educación Superior se esfuerza en mejorar sus métodos de enseñanza, en fomentar el estudio y en desarrollar planes de investigación, la demanda por un servicio bibliotecario satisfactorio se hace evidente, pues es el centro de las actividades de más importancia en la vida académica. La calidad de éstos afecta el nivel académico de la actividad universitaria, por lo tanto, la mayor o menor importancia que se le otorgue revela la importancia de la institución de la que forma parte.

Hoy, en la biblioteca pasa a tener preponderancia la atención que se les debe prestar a los usuarios. En la actualidad se debe atender al usuario, y es a él al que toda tarea deberá estar dirigida. De aquella biblioteca en que se prestaba más atención a los procesos técnicos de descripción y análisis del material documental, se ha pasado a dar más énfasis a la tarea de atención al usuario y sus necesidades de búsqueda, estudio e investigación (Melnik, 2005). La Asociación de Profesores de Contaduría y Administración en México, A. C. expresa que *"El punto central ya no son las colecciones de libros y objetos que la biblioteca posee; en lugar de eso, la actividad primordial de una biblioteca debe centrarse en la provisión y mejora del servicio y en construir una relación firme entre los usuarios y los servicios que provee la biblioteca"* (Hernon y Nitecki, 2001:689, citado en revista apcam)

El principal objetivo de la biblioteca es ofrecer a la comunidad universitaria un buen servicio bibliotecario. Por lo que deben evaluarse las excelencias o deficiencias del mismo. Así nace la necesidad de elaborar un instrumento que permita identificar indicadores de satisfacción o insatisfacción en el usuario, respecto a los servicios bibliotecarios y con base en los resultados informar a las áreas pertinentes para la toma de decisiones futuras respecto si se continúa de la misma forma o se mejora el servicio.

- **Objetivo general:** Identificar indicadores de satisfacción o insatisfacción de los usuarios del servicio bibliotecario, con base en su percepción y expectativas.
- **Objetivo específico:** Elaborar un instrumento para identificar indicadores de calidad en el servicio, misma que se vera reflejada en la satisfacción o insatisfacción del usuario.

Si se cuenta con un instrumento que permita tener indicadores de satisfacción o insatisfacción, se podrá evaluar la Calidad en el Servicio Bibliotecario.

4.2. SUJETOS

La muestra se conformó por un total de 181 alumnos/usuarios de la biblioteca de la Facultad de Psicología UNAM, todos ellos del sistema escolarizado en el periodo lectivo 2007-2, la cual fue seleccionada de forma intencional.

4.3. MUESTREO

La muestra para este estudio es no probabilística por cuota; ya que la elección de los sujetos no depende del azar o probabilidad y es por cuotas porque este tipo de muestra se utiliza mucho en estudios de opinión donde las características de los sujetos dependen del juicio del entrevistador el cual administra los cuestionarios hasta conformar las cuotas o el número de sujetos. (Hernández, F. y B, 2003)

4.4. TIPO DE ESTUDIO

Se trata de un estudio de Campo de tipo descriptivo, ya que la investigación se va a realizar en el escenario natural y descriptivo porque en este tipo de estudios se miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. (Hernández, F. y B, 2003)

4.5. TIPO DE DISEÑO

El diseño es No experimental de tipo transversal; pues no hay manipulación de variables, se observa y pide la opinión de los usuarios para conocer su percepción y expectativas (evaluación) con respecto al servicio bibliotecario; asimismo es transeccional porque la investigación la realizamos en un momento determinado y único para recolectar los datos. (Kerlinger, 2002)

4.6. INSTRUMENTO

Para realizar la investigación se revisaron varios instrumentos que evalúan la calidad en el servicio, así como Modelos e investigaciones realizadas respecto al tema, para conocer la percepción y expectativas de los clientes/usuarios respecto a los servicios; de esta manera se definieron los criterios para evaluar el servicio bibliotecario así como los reactivos que integraran dichos criterios.

Se elaboró un instrumento el cual fue denominado *Índice de Satisfacción en el Servicio Bibliotecario* (Merino & Vázquez, 2007), para lo cual se siguió el procedimiento señalado:

Proceso para la construcción del instrumento.

- a) Finalidad de la construcción
- b) Formato del cuestionario
- c) Identificación de las Dimensiones de Calidad en el Servicio Bibliotecario
- d) Elaboración del banco de reactivos
- e) Primer Piloteo
- f) Reestructuración de la forma final del cuestionario
- g) Aplicaciones
- h) Análisis psicométrico

a) Finalidad de la Construcción.

El interés en la presente investigación es contar con indicadores de satisfacción o insatisfacción en el servicio bibliotecario, de acuerdo con la percepción y expectativas de los usuarios/clientes y saber de esta manera si hay calidad o no en la prestación de los mismos, y para ello se contó con el Instrumento de Índice de Satisfacción en el Servicio Bibliotecario (Merino & Vázquez, 2007).

b) Formato del cuestionario IS – SB Merino & Vázquez (2007).

Por su objetivo el cuestionario es de ejecución típica, ya que sólo nos interesa conocer la percepción y expectativas de los usuarios/clientes. Es un cuestionario estructurado de lápiz y papel y la aplicación puede ser individual o colectiva.

c) Identificación de las Dimensiones de Calidad en el Servicio Bibliotecario.

Para conformar el cuestionario, se analizaron y revisaron investigaciones y modelos que diversos autores han realizado acerca de la calidad en el servicio y satisfacción del cliente.

A continuación se presentan algunas investigaciones en las que se utilizaron instrumentos de calidad en el servicio y que enriquecieron la conformación del cuestionario utilizado en la investigación, también se revisó el Modelo de Desarrollo de Cuestionarios de satisfacción al Cliente, así como el estudio realizado por Zeithaml, et. al. (1993) respecto a la percepción y las expectativas de los clientes acerca de la calidad en 4 sectores de servicio.

Es importante mencionar que las dimensiones planteadas en el estudio de Zeithaml, et. al. (1993), han prevalecido con el tiempo al hablar de calidad y servicio; pues al revisar la literatura respecto de este tema varios autores los retoman y remiten a su investigación.

Instrumento, Investigación y/o Modelo	Criterios evaluados y/o áreas
<p>Estudio Comparativo de la calidad en el servicio en el área de cajas de tres sucursales bancarias. (Belmont, Ornelas y Piedra. 1995)</p>	<p>Elaboraron cuestionarios enfocados a conocer las necesidades y expectativas de los clientes respecto al servicio otorgado en las sucursales.</p> <p><i>Los aspectos investigados son:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> . Conveniencia del horario de atención de la sucursal. . Amabilidad otorgada por empleados. . Capacidad y competencia de los cajeros del banco. . Satisfacción con el servicio brindado por el banco. . Recepción oportuna de estados de cuenta. . Tipo de servicio solicitado a la sucursal. . Opinión sobre sistema de seguridad y cómputo. . Atención que quisiera recibir al realizar alguna operación. . Atención que quisiera recibir al presentar una queja. . Sugerencias para mejorar la calidad en el servicio.
<p>Percepción de las conductas de calidad en el servicio en la hotelería. (Araluce Martínez, 1996)</p>	<p>Se elaboró Cuestionario para sondear conductas de servicio fundamentales valoradas por expertos (Jueces) y aplicado a puestos directivos y clientes.</p> <p><i>Aspectos obtenidos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> . Atención personalizada, cálida y cordial. . Interés por conocer y satisfacer las necesidades de los clientes. . Escuchar las necesidades de los clientes. . Proporcionar trato cortés y respetuoso. . Arreglo personal apropiado de los empleados. . Mostrar conocimiento del trabajo y responsabilidad en su cumplimiento. . Mostrar simpatía, alegría, buen humor. . Tener contacto visual, ser franco y honesto sobre lo que se puede hacer.

Instrumento, Investigación y/o Modelo	Criterios evaluados y/o áreas
Factores que inciden en la actitud de las enfermeras para la calidad en el servicio. (Arellano y Caballero, 2002)	Se elaboro y aplicó un cuestionario para enfermeras. Tomando los siguientes factores. <ul style="list-style-type: none"> . Actitud . Autoestima . Estrés . Entorno físico . Vocación También se elaboró un cuestionario para derechohabientes, constituido por 12 reactivos que miden la actitud de servicio de las enfermeras.
Estudio Exploratorio. Cómo evalúan los clientes la calidad de un servicio. (Zeithaml, et. al. 1993)	Se obtuvo del estudio: <ul style="list-style-type: none"> . Definición de la calidad del servicio. . Factores que influyen en las expectativas. . Identificación de las Dimensiones de calidad. De 10 dimensiones obtenidas se quedaron 5 como base: <ol style="list-style-type: none"> 1. Elementos tangibles 2. Fiabilidad 3. Capacidad de respuesta 4. Empatía 5. Seguridad
Modelo de desarrollo de Cuestionarios de Satisfacción al Cliente. (Hayes, Bob 1999)	Consta: <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar las necesidades y exigencias del cliente (ó Dimensiones de la calidad) Métodos: <ul style="list-style-type: none"> . Enfoque del desarrollo de la dimensión de la Calidad. . Enfoque del Incidente Crítico. 2. Desarrollo y evaluación del cuestionario. 3. Utilización del cuestionario.

Analizados los cuestionarios y el estudio de Zeithaml, (1993) se determinaron las siguientes dimensiones de calidad en el servicio bibliotecario que se consideraron

importantes para la investigación y como se menciona en dicho estudio las dimensiones son dinámicas y pueden variar en función de las características de los servicios particulares de cada organización,

DIMENSIONES DE CALIDAD

- **Información:** Comunicación adecuada y oportuna para precisar y proveer el servicio bibliotecario.
- **Elementos tangibles:** Apariencia en general de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación de la biblioteca.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición y voluntad del personal bibliotecario, para ayudar a los clientes/usuarios y proveerlos de un servicio rápido, así como conocimiento en la ejecución del servicio.
- **Cortesía:** Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal bibliotecario de contacto.
- **Disponibilidad:** Disposición de los servicios y materiales requeridos por el usuario/cliente en la biblioteca.

d) Elaboración del banco de reactivos.

Identificadas las dimensiones de calidad en el servicio bibliotecario, se procedió a elaborar un banco de reactivos para cada dimensión, tomando en cuenta todas las áreas de la biblioteca en la que se prestan los servicios.

En un inicio se diseñaron 52 preguntas tratando de que estas midieran la satisfacción de los usuarios y el acuerdo de los mismos hacia los servicios bibliotecarios.

e) Primer piloteo.

Una vez terminado el cuestionario, se piloteo con 60 usuarios/clientes en la biblioteca de la Facultad de Psicología, con la finalidad de identificar y corregir posibles errores en la redacción de los reactivos, así como en el contenido de los mismos, de esta forma se eliminaron reactivos que tendían a la confusión o no nos proporcionaban información.

f) Reestructuración de la forma final del Instrumento.

Para obtener el instrumento final de nuestra investigación se analizó y reestructuró el cuestionario del primer piloteo, en el cual se identificaron algunas dudas en la redacción de las preguntas y se tomaron en cuenta sugerencias que hicieron los usuarios al responder el mismo, y se definió la distribución y presentación de los reactivos en cada una de las dimensiones que evalúan el servicio bibliotecario, eliminando un total de 17 reactivos.

Por lo anterior, el cuestionario final para el presente estudio quedo conformado por un total de 35 reactivos que se distribuyeron de la siguiente manera: (Anexo 3)

IS - SB (M & V, 2007)

DIMENSIÓN	REACTIVOS
I. Información	1, 2,3,4,5
II. Elementos Tangibles	6,7,8,9,10,11,12,13,14
III. Capacidad de respuesta	15,16,17,18,19,20
IV. Cortesía	21,22,23,24,25,26
V. Disponibilidad	27,28,29,30,31,32,33,34,35

g) Aplicaciones.

Al concluir la elaboración del instrumento final se procedió a evaluar la calidad en el servicio de la biblioteca de la facultad de psicología; por lo que se les pidió a los 181 usuarios/clientes que conformaron la muestra contestarán el cuestionario.

Las aplicaciones se realizaron en los siguientes escenarios de la Facultad de Psicología de la UNAM, 33% en aulas de clases, otro 33% en diversos puntos de la explanada de la facultad y el 33% restante en la biblioteca; cabe mencionar que al realizar estas aplicaciones se consideró en todo momento la metodología establecida.

h) Análisis Psicométrico

Para conocer la confiabilidad del instrumento *Índice de Satisfacción en el Servicio Bibliotecario Merino y Vázquez 2007*, se realizó un análisis de consistencia interna, el cual arrojó una puntuación de 0.894 de Alpha.

4.7. PROCEDIMIENTO

Para realizar la presente investigación primeramente se acudió al servicio de secretariado de la Biblioteca de la Facultad de Psicología de la UNAM, para concertar una cita con el coordinador, con la finalidad de que conociera el proyecto de investigación; así como para solicitar información de cada uno de los servicios que ofrece la biblioteca y de sus objetivos; el cual nos dio una explicación de forma general de la conformación de la misma y dijo que consultáramos textos del área de folletería para obtener más información de la biblioteca y sus áreas.

Una vez obtenidos los datos y elaborado el instrumento, se acudió con profesores de diversos semestres para explicarles la finalidad del estudio y así mismo solicitar que nos permitieran realizar las aplicaciones, fijando fechas y horarios de acuerdo a sus posibilidades y tiempos. También se hicieron

aplicaciones dentro de la biblioteca y en la explanada de la facultad, ya fuese en grupo o individualmente; todo esto se llevo a cabo durante el transcurso del semestre 2007-2 y solo a estudiantes de la facultad, pertenecientes al sistema escolarizado y a partir del segundo semestre, debido a que ellos tienen mayor familiaridad con los servicios que brinda la biblioteca; en caso de no cubrir el requisito, se les agradecía su atención.

Al momento de la aplicación del Instrumento a los alumnos/usuarios se les dio la instrucción pertinente y se les informó que todas sus respuestas eran totalmente anónimas y confidenciales, por lo que se pidió contestaran de manera honesta (en caso de existir dudas estas eran aclaradas). Finalmente se revisó que cada cuestionario se haya contestado completamente y se codificó en el programa estadístico SPSS versión 13.0 para realizar los análisis estadísticos correspondientes y reportar los resultados obtenidos de todas las aplicaciones realizadas.

Como pudo observarse en este capítulo, se describe de manera detallada la finalidad de la investigación realizada, de la misma manera se muestra el método utilizado así como la descripción del procedimiento.

CAPÍTULO V

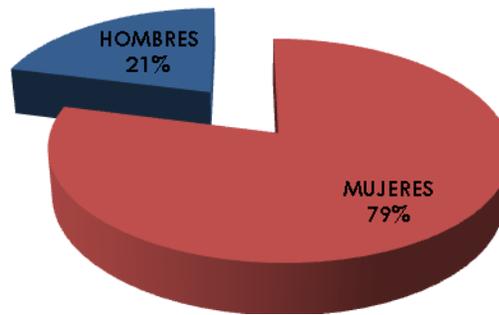
RESULTADOS

5. RESULTADOS

5.1. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Del total de los 181 usuarios encuestados, el 79% (143) son mujeres y el 21%(38) son hombres.

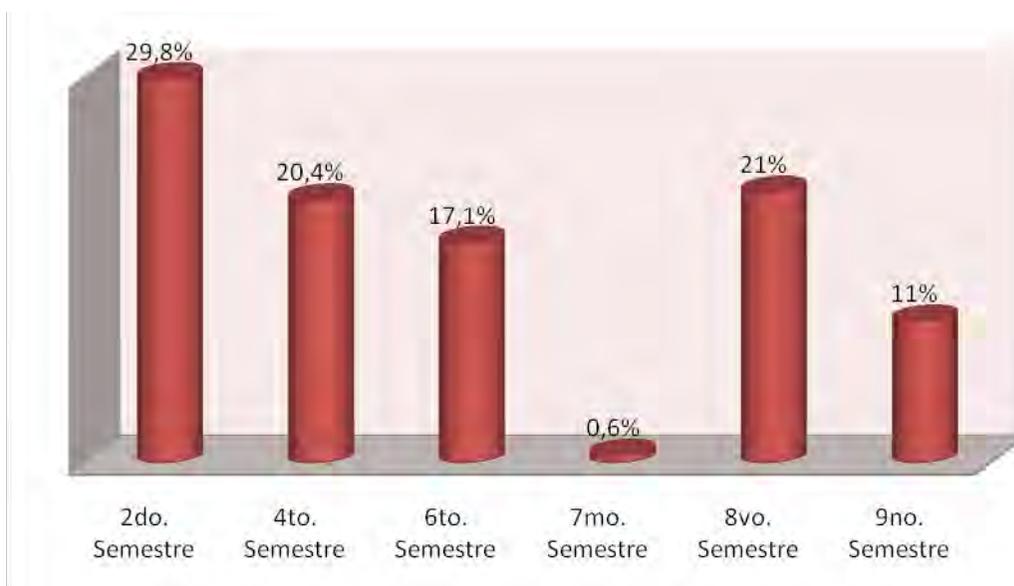
Figura 5.1.1. SEXO



La edad promedio de los usuarios que participaron en la muestra fue de **20.9 años**.

En lo que se refiere al semestre que cursaban los usuarios se observa que el 29.8% pertenece a segundo semestre; el 20.4% a cuarto; el 17.1% a sexto; el .06% a séptimo; el 21% a octavo y el 11% a noveno.

Figura 5.1.2. SEMESTRE



5.2. ÍNDICE DE FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Respecto a la confiabilidad, Nunally (1995), afirma que para que un instrumento se considere confiable es necesario que cuente con valores superiores a .85 de Alpha, sin embargo, Magnusson (1983), señala que si la varianza verdadera en un instrumento es mayor a .51 se puede considerar dicho instrumento como confiable.

Para saber si los reactivos que componen el instrumento son sensibles, se tomo como criterio de exclusión el valor de .20 para tomar en cuenta si el reactivo discrimina o no (Muñiz, 2005).

El análisis de los reactivos se hizo a través de la correlación ítem-total y consistencia interna a través del Alpha de Cronbach, del cual se obtuvo .89 de puntuación.

En la siguiente tabla se muestra el Alpha de cada dimensión y el Alpha total del instrumento.

Tabla 5.2.1. Índice de fiabilidad

DIMENSIÓN	REACTIVOS	ALPHA
I. INFORMACIÓN	5	.794
II.ELEMENTOS TANGIBLES	9	.836
III. CAPACIDAD DE RESPUESTA	6	.834
IV. CORTESÍA	6	.903
V. DISPONIBILIDAD	9	.764
Instrumento Total	35	.894

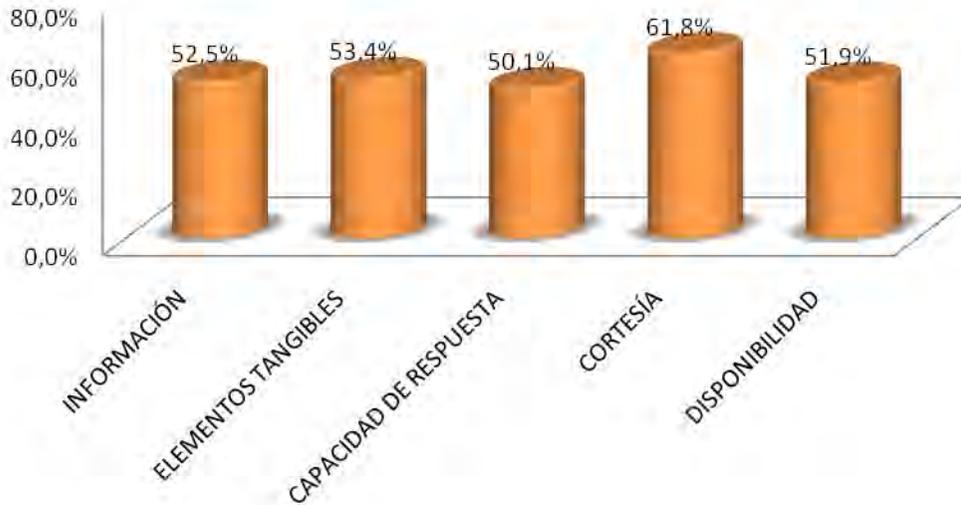
De acuerdo al análisis estadístico realizado podemos decir que el instrumento de *Índice de Satisfacción en el Servicio Bibliotecario* (Merino & Vázquez, 2007), muestra evidencia para ser considerado como confiable.

5.3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

En la figura 5.1.3. Se puede apreciar cómo perciben y evalúan los usuarios el servicio en general que ofrece la biblioteca de acuerdo a cada una de las dimensiones que conforman el instrumento.

Para la dimensión de **Información**, el 52.5% de los usuarios está “De Acuerdo” en que haya mayor comunicación; el 53.4% está “Satisfecho” respecto a los **Elementos Tangibles**; para la dimensión de **Capacidad de Respuesta** el 50.1% está “satisfecho”; en el caso de la Dimensión de **Cortesía** el 61.8% también se encuentra “satisfecho” y para la dimensión de **Disponibilidad** el 51.9% de los usuarios está “satisfecho”.

Figura 5.3.1. DIMENSIONES DEL SERVICIO BIBLIOTECARIO



Se puede apreciar que la dimensión de **Cortesía** tiene mayor porcentaje de “Satisfacción” respecto a las demás. Aunque cabe mencionar, que la **Dimensión de Información** no se refiere a satisfacción, lo que está indicando; es el “Acuerdo” para tener mejor comunicación en esta parte del servicio de forma oportuna y precisa.

5.3.1. Análisis de resultados por reactivo

De acuerdo con los resultados por factores que anteceden, se consideró necesario revisar cada una de las preguntas del instrumento.

REACTIVOS QUE EVALÚAN "EL ACUERDO" EN LA DIMENSIÓN INFORMACIÓN.

1. ¿Que haya cursos cada semestre para tener información de la normatividad, uso, reglamento y servicios que ofrece la biblioteca de la Facultad de Psicología?



Se puede observar que el 79% de los usuarios está de acuerdo en que haya más posibilidades de obtener la información que la biblioteca distribuye y difunde a través de los cursos que hasta el momento se imparten sólo para alumnos de primer ingreso; por lo que es importante considerar esta necesidad por parte de los usuarios.

2. ¿Que exista un mapa de ubicación de las áreas que conforman la biblioteca?



Se percibe que les agradecería que hubiese un mapa ya que el 89.5% está de "Acuerdo" en ello, y reportan que en ocasiones no saben donde se encuentran algunas áreas o servicios y un mapa ayudaría no sólo a los usuarios de la propia Facultad sino a los usuarios externos que la consultan.

3. ¿Que la información en general de la biblioteca, como suspensión de servicios, horarios, cursos, etc.; se concentren en una pizarra o sitio específico?



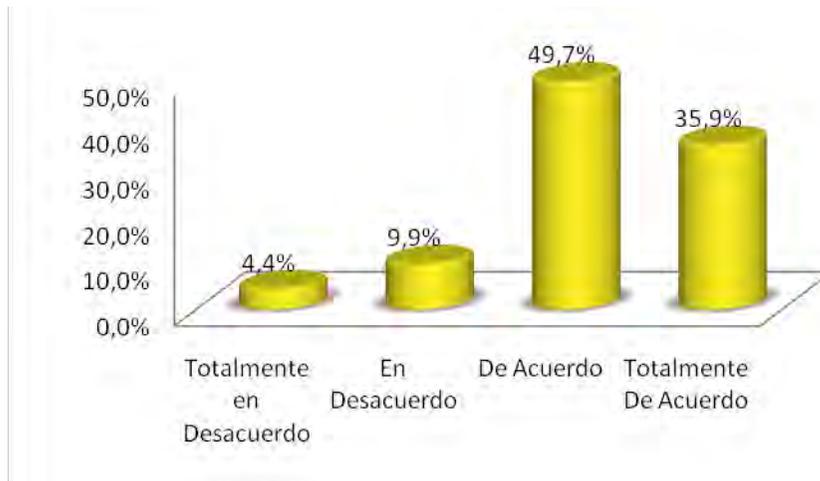
En opinión de los usuarios que participaron, es necesario contar con un lugar específico para informarse de todo lo relacionado con la biblioteca, pues es más fácil dirigirse a un solo lugar e informarse, que leer todos los carteles que pueda haber dentro de la biblioteca.

4. ¿Que se coloquen carteles para delimitar y/o ubicar cada uno de los servicios que ofrece la biblioteca?



También es importante para los usuarios que cada área que conforma la biblioteca se encuentre bien señalada pues facilita la estancia y el desplazamiento en la misma.

5. ¿Que se impartan cursos cada semestre para conocer y recibir el servicio de asesoría de búsqueda de información?



Se puede observar que los usuarios se interesan en recibir este tipo de cursos pues les ayuda a obtener mayor información de la que pueden encontrar sólo en los textos, además de difundir este servicio, pues algunos usuarios no lo conocen.

REACTIVOS QUE EVALÚAN LA "SATISFACCIÓN" EN LA DIMENSIÓN **ELEMENTOS TANGIBLES.**

6. Con la limpieza que hay en la Biblioteca estoy:



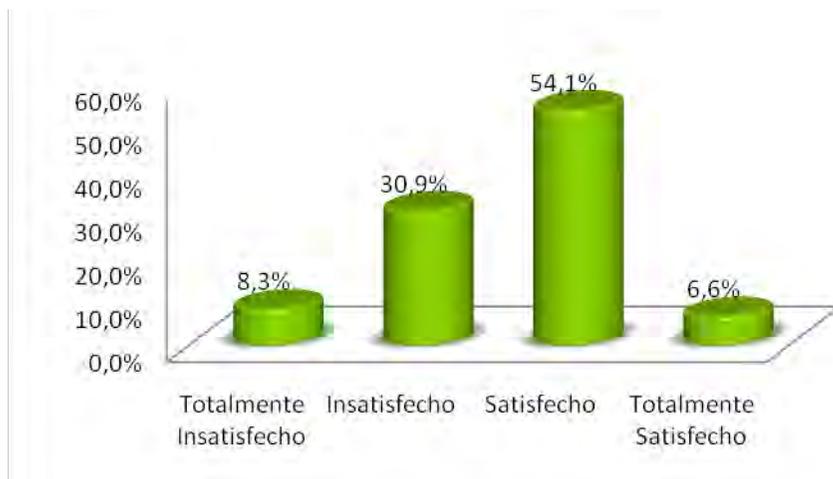
En este caso, se puede apreciar que los usuarios en su mayoría se encuentran satisfechos con la limpieza que actualmente existe en la biblioteca, pues apenas un 13.9% de los usuarios no lo está, y puede ser por causas muy específicas que deben tomarse en cuenta.

7. La ventilación que existe en la biblioteca me deja:



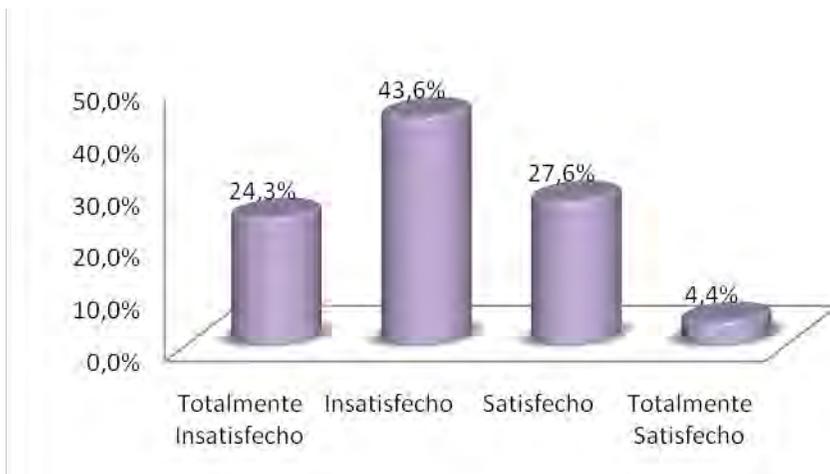
En opinión de los usuarios hace falta mayor ventilación en la biblioteca y hay más necesidad en horas pico, pues es muy difícil estudiar o trabajar con el calor que se genera dentro de la misma.

8. Con la iluminación que hay en cada área de la biblioteca estoy:



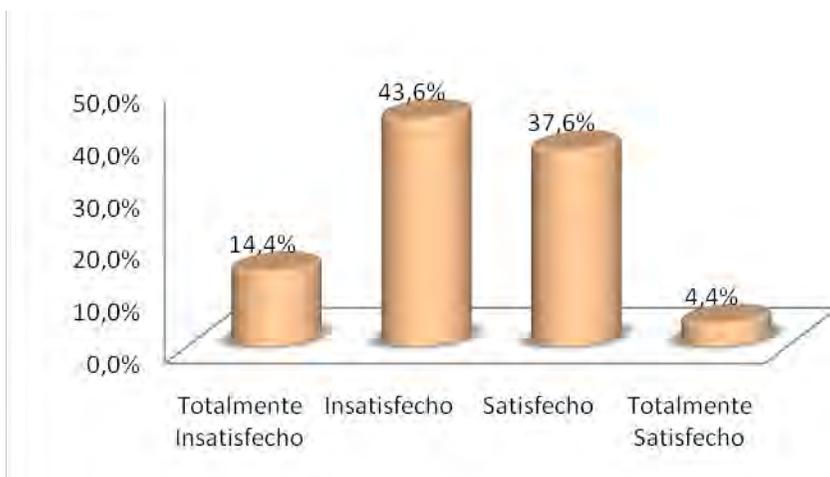
A pesar de que el 60.7% de los usuarios se encuentra satisfecho con la iluminación que existe en la biblioteca, se deben considerar los espacios en los que hace falta, pues un número importante opina no estar satisfecho.

9. Con el espacio en la sala de consulta para revisar los materiales me siento:



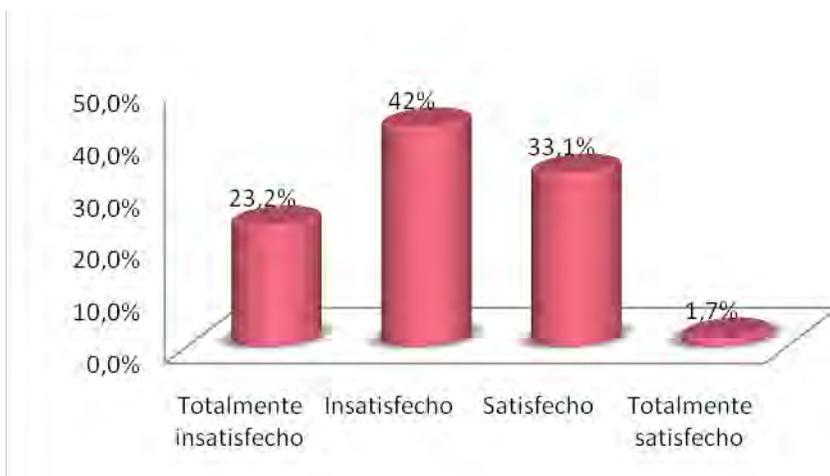
Los usuarios se sienten insatisfechos con el espacio que existe en la biblioteca para realizar distintas actividades, y consideran que se tome en cuenta este punto, pues la zona destinada para ello es muy pequeña.

10. Con el espacio que hay entre los estantes del acervo, estoy:



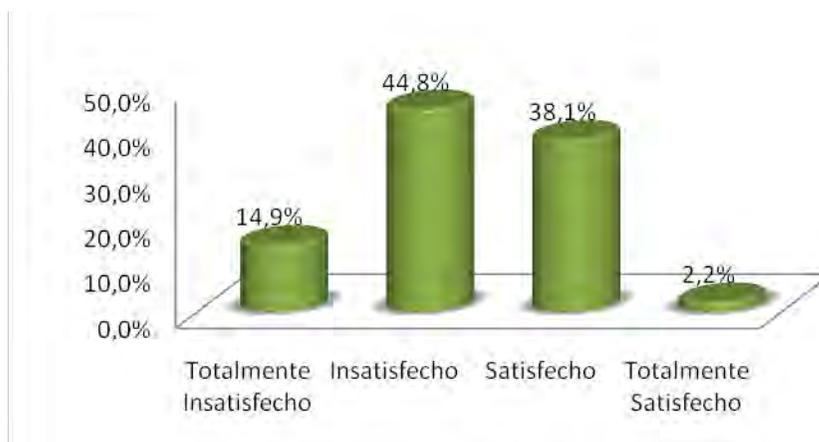
En este rubro se aprecia que hay una tendencia por sentirse insatisfechos respecto al espacio entre estantes, por lo que se reitera la necesidad de contar con un área mayor para ésta parte de la biblioteca.

11. Con el espacio que existe en la sala de proyección dentro de la biblioteca estoy:



Se percato nuevamente que el espacio en esta área es motivo de insatisfacción pues los usuarios opinan que "es muy incómodo estar todos amontonados en la sala, además de no poder estar todo el grupo al mismo tiempo".

12. Con el número de módulos de lectura individual que actualmente hay, estoy:



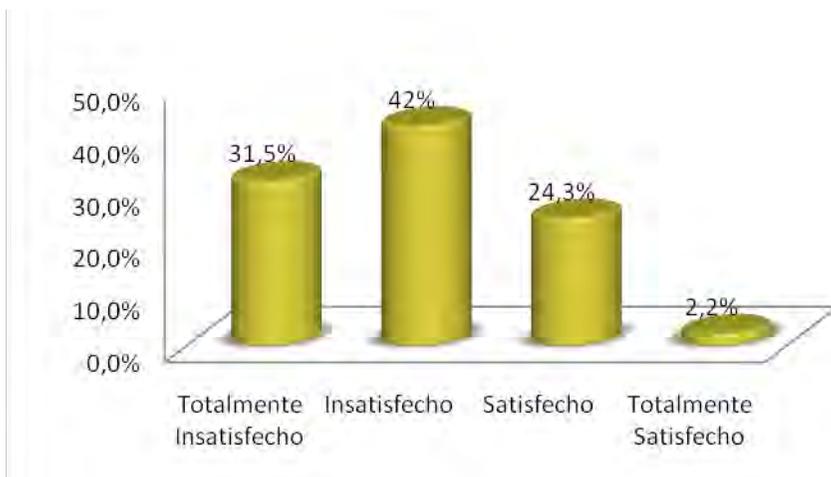
Como se observa, los usuarios opinan no estar satisfechos con el número de módulos que actualmente hay en la biblioteca, pues comentan que hacen falta más para realizar distintas actividades de forma individual ya que se trabaja mejor en ellos que en las mesas.

13. Con el estado en general del mobiliario que tiene la biblioteca estoy:



Se observa que hay mayor tendencia de insatisfacción (52.5%) de los usuarios respecto al mobiliario, aunque un porcentaje importante opina sentirse satisfecho.

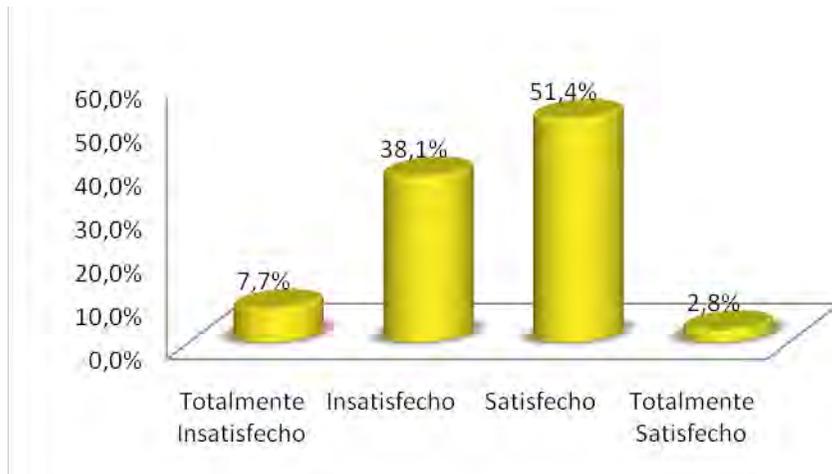
14. Con el espacio físico que cuenta actualmente la biblioteca me siento:



Se puede apreciar que hay una tendencia elevada de insatisfacción por parte de los usuarios respecto al espacio físico con el que cuenta “la mejor biblioteca de Psicología”, pues en su opinión ésta es la más pequeña a diferencia de otras Facultades o escuelas que tienen mejores espacios.

REACTIVOS QUE EVALÚAN "SATISFACCIÓN" EN LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA.

15. Con el tiempo para ser atendido en las distintas áreas de la biblioteca, me deja:



En este rubro se puede apreciar que el 54.2% de los usuarios se sienten satisfechos en cuanto al tiempo que esperan para ser atendidos en las distintas áreas de la biblioteca, sin embargo manifiestan la importancia de informar (por medio de un letrado) el tiempo en el que se atenderá nuevamente pues en ocasiones en algunas áreas se ausentan las personas que atienden y no se sabe si regresarán.

16. Cuando tengo dudas para utilizar un servicio y me dirijo con el personal bibliotecario su apoyo o respuesta me hacen sentir:



Se observa que los usuarios se sienten satisfechos con el apoyo que reciben por parte del personal bibliotecario ya que cuando requieren ayuda, éstos la ofrecen aunque es importante mencionar que no todo el personal es así, pues el 37.6% de los usuarios no se encuentran satisfechos.

17. La iniciativa que tiene el personal bibliotecario para apoyar cuando el servicio que requiero está saturado, estoy:



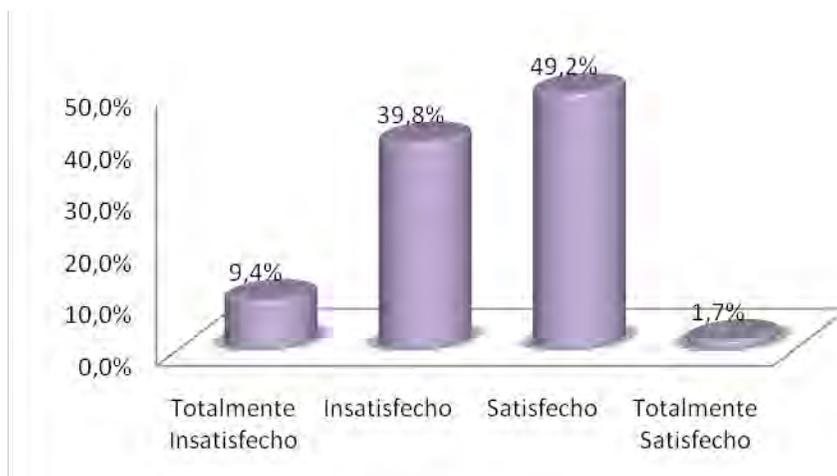
En este sentido, se puede apreciar que los usuarios están insatisfechos con la iniciativa del personal bibliotecario para ayudar a sus compañeros cuando no se encuentran o hay mucha gente pues manifiestan que hay ocasiones que en algunas áreas sólo una persona atiende y aunque hay más personal con ellos, éstos platican o esperan a que inicie su turno.

18. Cuando no hay nadie en el servicio bibliotecario que requiero, otra persona me auxilia:



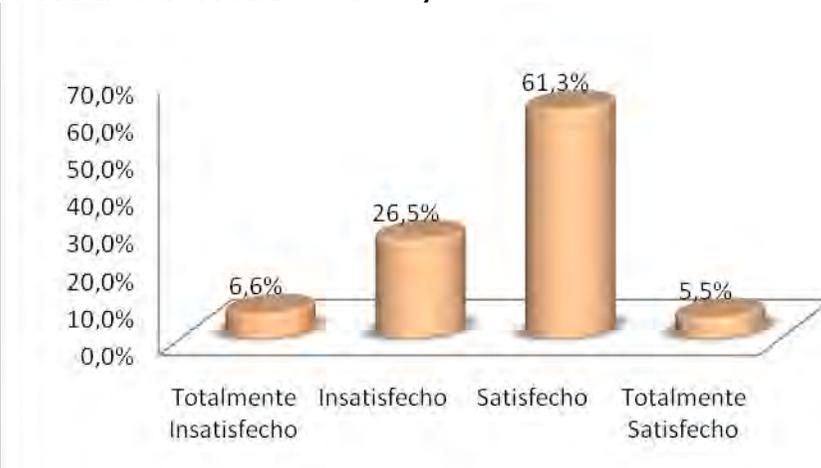
Nuevamente, se observa la insatisfacción por parte de los usuarios en esta línea del servicio, y nos indica la necesidad de contar con avisos para comunicar a los usuarios el tiempo en el que se reanuda el mismo, o recibir apoyo de otra persona en esa área.

19. Con el número de personas que atiende cada área de la biblioteca estoy:



Se percibe que aunque el 50.9% de los usuarios está Satisfecho con las personas que atienden la biblioteca, el resto de los encuestados manifiesta Insatisfacción. Por tanto no basta con que haya personal en la biblioteca sino que este se encuentre en cada una de las áreas para poder ofrecer el servicio.

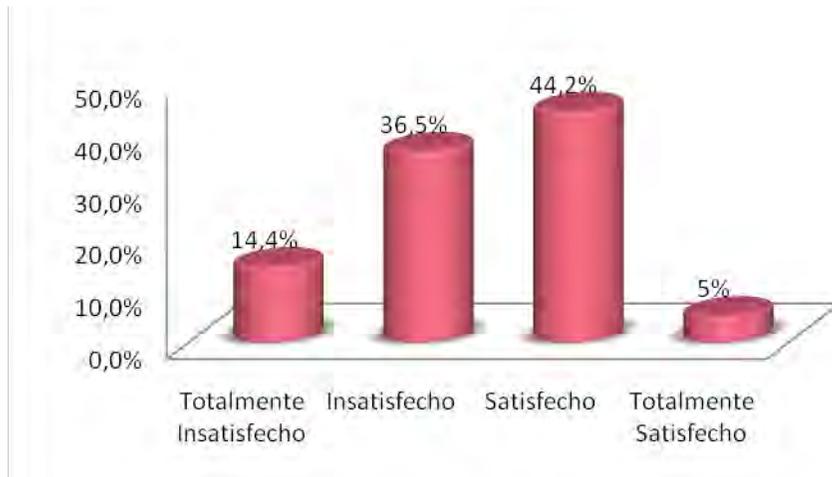
20. Respecto al conocimiento que tienen los bibliotecarios acerca de los materiales y servicios de cada área de la biblioteca estoy:



En este sentido los usuarios se encuentran Satisfechos con el conocimiento que tiene el personal bibliotecario para prestar los servicios y esto es de importancia, pues todos de una u otra manera, participan en la prestación del servicio desde que se inicia hasta el fin de la interacción (ciclo del servicio). Logrando con esto satisfacer las necesidades del servicio requerido y tener calidad en el mismo.

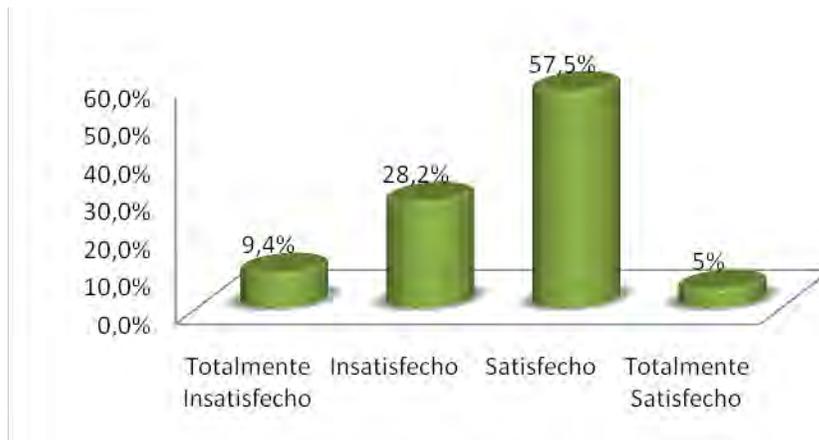
REACTIVOS QUE EVALÚAN "SATISFACCIÓN" EN LA DIMENSIÓN **CORTESÍA.**

21. En el momento que requiero ó utilizo un servicio, el bibliotecario me saluda, sonrío o dice hola; al prestarme el servicio.



El 51% de los usuarios se encuentran insatisfechos en esta parte del servicio, y aunque el resto de los usuarios están satisfechos puede deberse a que se han acostumbrado al trato que reciben.

22. El trato que me proporciona el personal bibliotecario me deja:



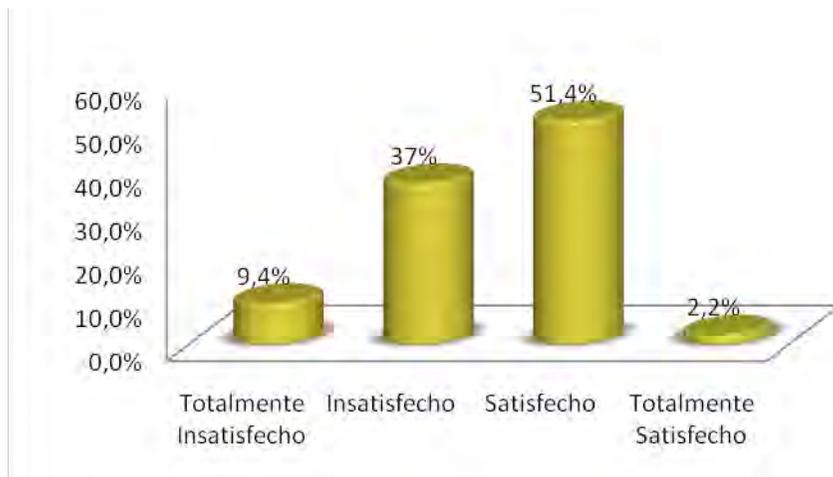
Puede apreciarse que aunque la mayoría de los usuarios opinaron estar satisfechos en el trato que reciben por parte del personal de la biblioteca, es necesario tomar en cuenta a los usuarios que no lo están, pues cada vez son más las instituciones que trabajan en mejorar esta parte tan importante de relacionarse con los clientes/usuarios, pues hoy en día sólo eso los diferencia de la competencia.

23. Al requerir un servicio el bibliotecario que me atiende mantiene contacto visual durante mi necesidad.



Nuevamente se encontró una inclinación hacia la insatisfacción de los usuarios con el contacto visual que tiene el personal de la biblioteca, por lo cual es necesario retroalimentar que no basta con prestar el servicio sino que también es importante prestar atención en el momento que se ofrece.

24. La forma en como me habla el personal bibliotecario me hace sentir:



Se refleja que no existe una tendencia alta hacia sentirse totalmente satisfechos con la forma en cómo les habla el personal de la biblioteca, pues el 47% de los encuestados están Insatisfechos con esta parte.

25. Al solicitar un servicio, el interés que muestra el bibliotecario a mi necesidad me deja:



Se puede observar que hay necesidad en atender ciertas conductas que se presentan durante la interacción que tienen los usuarios con el personal de la biblioteca, pues sólo el 52% de ellos manifiesta estar satisfecho, sin embargo es poca la diferencia de los que no lo están.

26. El servicio que recibo por parte del personal bibliotecario me deja:



Se observa que los usuarios están satisfechos con el servicio que reciben por parte del personal de la biblioteca. Esto es importante, ya que todas las acciones y actitudes que se realizan al prestar el servicio, dependen para superar las expectativas de los alumnos.

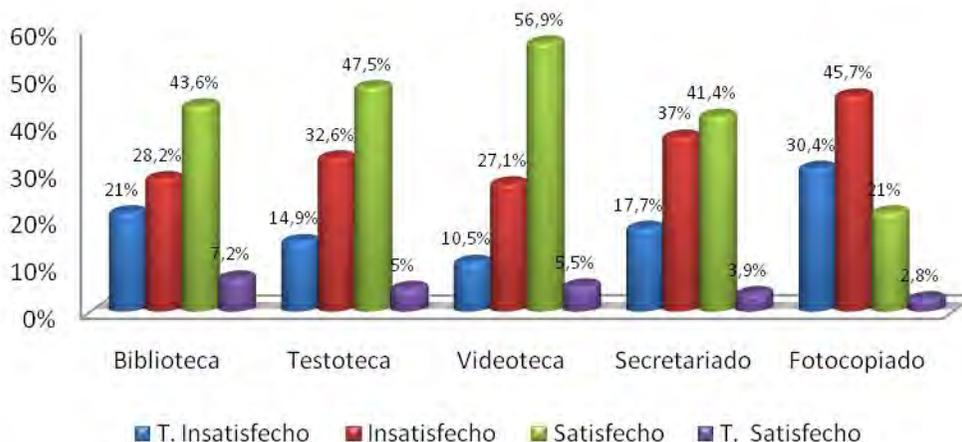
REACTIVOS QUE EVALÚAN "SATISFACCIÓN" EN LA DIMENSIÓN DISPONIBILIDAD.

27. Al utilizar las computadoras para realizar búsquedas en las bases de datos, las hago sin ningún problema.



Se encontró que más del 56% de los usuarios se sienten insatisfechos al utilizar las computadoras para realizar las búsquedas en las bases de datos, pues manifiestan que el sistema se traba y tarda en regresar. Por lo que es importante que éstas se encuentren siempre funcionando adecuadamente.

28 a 32. De acuerdo a tus necesidades que tan satisfecho estás con el horario de servicio de: Biblioteca, Testoteca, Videoteca, Secretariado y Fotocopiado.



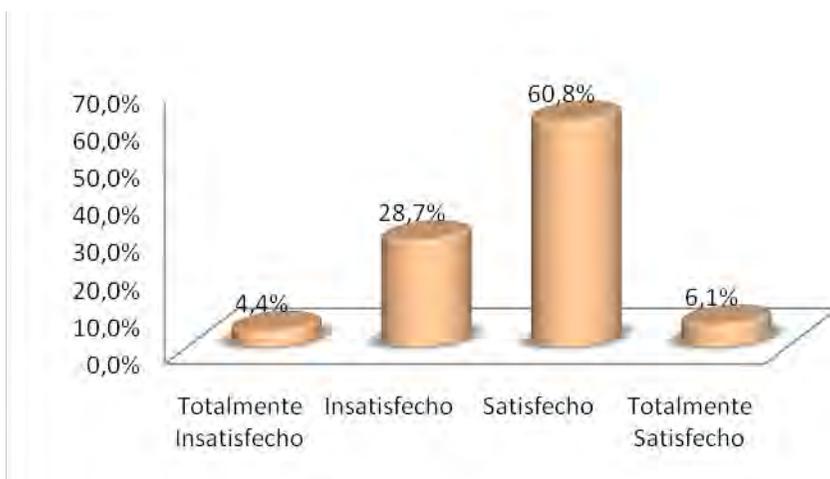
Se observa que en el horario de videoteca el 62.4% de los usuarios encuestados se encuentran satisfechos, a diferencia de los horarios de Biblioteca con (50.8%) y Testoteca (52.5%), aunque hay satisfacción no es significativa. Por otro lado se aprecia que existe insatisfacción en los servicios de Secretariado y más en Fotocopiado. Por tanto los usuarios consideran necesario que los horarios sean unificados, ya que por las diversas actividades que tienen dentro y fuera de la Facultad no alcanzan a utilizar los servicios que necesitan con los distintos horarios.

33. Al dirigirme al acervo bibliográfico para consultar los libros que localizo en la base datos, los encuentro o al menos consulto el de reserva.



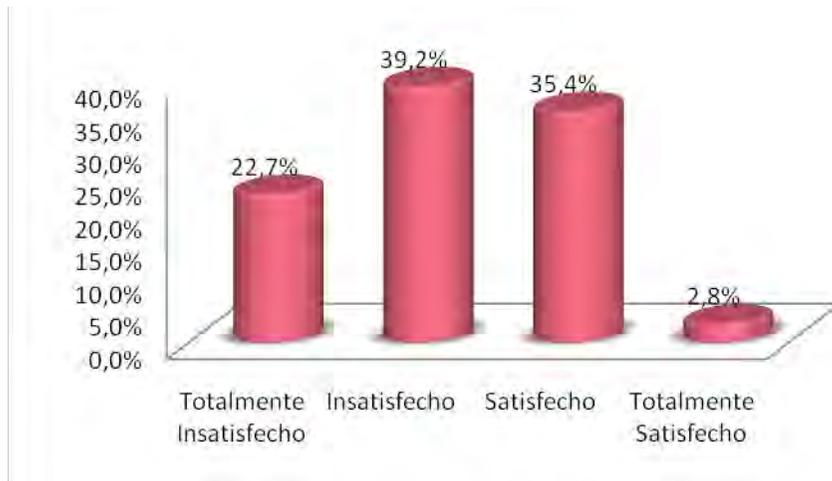
En este rubro, el 53.6% de los usuarios manifiestan estar insatisfechos respecto al número de ejemplares que existe en la biblioteca, pues no alcanza de acuerdo a la demanda que tienen ciertos libros, y además algunas referencias que aparecen en la base de datos no se encuentran en el acervo.

34. Encuentro y consulto las pruebas psicológicas y los documentales o videos que reviso en clase.



En este caso se observa que hay una tendencia alta de satisfacción en cuanto a la consulta de los materiales de la Testoteca y Videoteca, pero cabe hacer mención que estos materiales deben ajustarse a los avances tecnológicos, ya que en relación a los videos, éstos tienen formatos que en la actualidad ya no se usan.

35. Cuando lo requiero encuentro contactos disponibles en la biblioteca para trabajar con Lap-top.



En este sentido, se observa que más del 60% de los encuestados se encuentra insatisfecho, pues expresan no encontrar contactos en diversas áreas de la biblioteca, limitándose a trabajar en su computadora.

Pregunta opcional

Cabe mencionar que se realizó esta pregunta a los usuarios con el propósito de conocer si existen necesidades que no se tomaron en cuenta en el instrumento de Índice de Satisfacción en el Servicio Bibliotecario (IS – SB Merino & Vázquez, 2007), donde se encontró que los servicios que los alumnos requieren y la biblioteca no los ofrece son:

- ❖ Más libros de reserva.
- ❖ Mayor número de ejemplares de la bibliografía básica.
- ❖ Préstamo de computadoras con red.
- ❖ Uno o más garrafones con agua.
- ❖ Mayor número de contactos para trabajar con lap-tops.
- ❖ Formato DVD de las cintas en la Videoteca.
- ❖ Espacio para hemeroteca.
- ❖ Ampliación del horario de servicio.

Con base en los resultados obtenidos, se puede afirmar que el 54.3% de los usuarios (clientes) están satisfechos con el servicio que reciben en la biblioteca; y aunque éste es bueno, no se puede decir que sea de calidad, pues un 45.7% manifiesta sentirse insatisfecho con el mismo. Por lo tanto, consideramos necesario trabajar con dichos indicadores.

También se aprecia que el 52.5% de los usuarios está de Acuerdo con modificar la manera de comunicar todo lo relacionado con la biblioteca.

Todos estos datos son importantes tomarlos en cuenta, pues si se desea tener Calidad en el Servicio (mayor índice de satisfacción) es preciso atender las necesidades que tienen los usuarios/clientes y superar sus expectativas referentes al servicio para así conseguir su entera satisfacción.

DISCUSIÓN

El motivo principal que llevó a realizar la presente investigación fue el de identificar los indicadores de *Satisfacción* o *Insatisfacción* en el servicio bibliotecario POR MEDIO DE UN INSTRUMENTO CONFIABLE para afirmar por medio de ello si existe o no calidad en el mismo.

Como se planteó en la literatura el servicio es un intangible (no se ve pero si se puede sentir) y la percepción, opinión o creencia que se tenga acerca de éste diferirá en cada uno de los clientes (en este caso los usuarios de la biblioteca) la cual puede deberse a la experiencia que se ha tenido con otros servicios solicitados o recibidos.

Actualmente la satisfacción de los usuarios es utilizada como un indicador para evaluar la prestación de diversos servicios y como lo confirma Prieto (2005), el escuchar a los clientes ayuda a detectar fallas en la prestación del mismo además de proporcionan información sobre la calidad percibida en diversos aspectos como estructura, procesos, disponibilidad, etc.

Si bien la calidad en el servicio es un término difícil de definir en la actualidad se consideran que algunas dimensiones como las expuestas por Zeithaml, et. al. (1993), como son *Elementos Tangibles*, *Fiabilidad*, *Capacidad de Respuesta*, *Cortesía* y *Seguridad* pueden ayudarnos a conocer como es esta.

Dicha investigación muestra una exploración sobre la percepción que tienen los usuarios sobre el servicio bibliotecario de acuerdo con sus expectativas y necesidades, las cuales influyen de manera directa en la satisfacción o en la insatisfacción de los mismos.

Y aunque se observó que el servicio bibliotecario es medianamente bueno, también existe la otra "cara de la moneda" donde hay un porcentaje que refleja que no es así, por lo que se sugiere se tomen en cuenta estos indicadores e implementen acciones principalmente en las Dimensiones de Elementos Tangibles, Capacidad de respuesta y algunos aspectos de Disponibilidad, pues como pudo apreciarse en ellas, se muestra evidencia de insatisfacción, y por este motivo el servicio que se ofrece no puede ser considerado de calidad.

Sin embargo, la calidad es un concepto relativo, ya que se encuentra en función de la referencia a una comparación que nos lleva a emitir un juicio sobre algo; la calidad puede ser buena, regular o mala en la medida en que el objeto analizado presente un conjunto de características, por lo que, sólo la buena calidad es la que satisface a los clientes.

De acuerdo con la investigación se recomienda tener presente dicha información y en lo posible realizar modificaciones en cada una de las áreas correspondientes.

Por lo tanto, y con relación a los resultados se considera necesario *trabajar en la mejora* de los siguientes indicadores del servicio, en los que se muestra el “acuerdo” o la “insatisfacción” por parte de los usuarios. De esta manera se enlistan dichos aspectos que se deben tomar en cuenta para mejorar el servicio, los cuales se obtuvieron del análisis descriptivo:

Indicadores de “Acuerdo” en Información:

- ↳ *Obtener mayor conocimiento de todos los servicios que se proporcionan en la biblioteca.*

Los usuarios sugieren que los cursos sobre reglamentación y uso en general de la biblioteca se otorguen de manera continua, no sólo para primer semestre. Además de ubicar en un lugar específico toda la información de la biblioteca, (avisos, información, etc.)

- ↳ *Mayor difusión de información relacionada con la biblioteca y en un lugar asignado para ello.*

Al respecto los usuarios expresan que es más fácil ubicar un lugar estratégico y ordenado que leer información en varias partes de la biblioteca.

Indicadores de “Insatisfacción” en Elementos Tangibles por:

- ↳ *Ventilación en general.*
- ↳ *Instalación actual de la biblioteca y espacios de sus áreas (sala de consulta, de proyección, entre estantes y número de módulos individuales)*

Es importante en la medida de las posibilidades se considere un cambio en éstas áreas, pues los usuarios manifiestan que la biblioteca es muy pequeña, y en ocasiones no se puede estudiar o realizar distintas actividades dentro de la misma debido a la afluencia de usuarios y el ruido que se genera de ello.

Indicadores de “insatisfacción” en Capacidad de Respuesta por:

- ↳ *Falta de Iniciativa por parte del personal bibliotecario.*
- ↳ *Ausencia del personal bibliotecario en algunos servicios.*

Se debe inspirar a los bibliotecarios en el mejoramiento del servicio y la atención a los usuarios. Esto se logra con el cambio de actitudes, ser empáticos con los usuarios y compañeros de trabajo, además de distribuir al personal bibliotecario en todas las áreas para ofrecer los servicios. Pues la muestra señaló que es diferente el trato en el Centro de Documentación de Posgrado.

Indicadores de “insatisfacción” en Disponibilidad por:

- ↳ *Funcionamiento y número de computadoras de la base de datos.*

Es indispensable dar mantenimiento constante a las mismas pues la muestra opinó que hay pocas y que en frecuentes ocasiones se traban, demorando así la consulta en las mismas, por lo que es necesario que éstas se encuentren siempre funcionando adecuadamente pues son una herramienta básica para localizar la bibliografía de manera rápida y precisa.

- ↳ *Horarios en los servicios bibliotecarios (Fotocopiado, biblioteca, etc.).*

En este sentido, los usuarios manifestaron que los servicios de la biblioteca se deberían proporcionar en horarios más amplios y/o iguales a los de las clases. Pues tanto alumnos de la

mañana como de la tarde expresan esta necesidad; así como poder consultar la biblioteca todos los sábados.

↳ *El número de ejemplares bibliográficos y su estado.*

Los usuarios manifiestan que alguna bibliografía sólo cuenta con ejemplares de reserva o no alcanzan para todos.

↳ *Los pocos contactos que hay dentro de la biblioteca para trabajar con computadora personal.*

Esta parte debe tomarse en cuenta pues hoy en día es básico contar con este tipo de herramienta y ofrecerla a los usuarios.

PROPUESTAS:

Por todo lo anterior, y para conocer más sobre la satisfacción de los usuarios con el servicio que se ofrece en la Biblioteca de la Facultad de Psicología se proponen las siguientes acciones que podrían emplearse con la finalidad de que éste cada vez sea mejor.

- ❖ Informar a los responsables de la Biblioteca acerca de esta investigación sobre la percepción y necesidades que tienen los usuarios de los servicios que actualmente ofrece la misma.
- ❖ Tener comunicación constante con todo el personal bibliotecario sobre las evaluaciones del servicio.
- ❖ Mediante los cursos invitar a los alumnos/usuarios a escribir sus sugerencias depositándolas en los buzones y a través de éste, obtener datos y actuar en dichas necesidades.
- ❖ Realizar evaluaciones anuales para tener conocimiento de cómo se está ofreciendo el servicio.
- ❖ Elaborar cursos de inducción, capacitación y motivación al personal bibliotecario, con el objetivo de reconocer lo importante de su trabajo, así como el impacto que tienen ellos ante los usuarios.
- ❖ Ampliar la información que se encuentra en la página de la Facultad de Psicología específicamente en el "link" de *conoce tu biblioteca*, agregando el horario de los servicios así como describir el servicio de secretariado.
- ❖ Ampliar el "Cuestionario de opinión sobre los servicios de la UNAM" que se encuentra en la página de la Facultad de Psicología, que realiza la Dirección General de Planeación.

CONCLUSIONES

Hoy en día, el tema de Calidad en el Servicio y la evaluación de los mismos es imprescindible en cualquier organización, establecimiento, Institución, etc., ya sea de carácter público o privado. Cada vez, hay mayor exigencia por parte de los clientes/usuarios de ser atendidos lo mejor posible, por lo que ya no basta con sólo ofrecer el servicio, sino hay que superar las expectativas y conocer las necesidades de los usuarios/clientes para con ello mejorar el servicio, y obtener niveles altos de satisfacción.

Como se ha indicado antes, *la calidad de un servicio o producto puede ser cuantificada* por el número de comentarios positivos que se dicen sobre ellos. Entre más adjetivos positivos se dicen de un servicio o menos negativos se dicen sobre él, *mejor es*.

Debido a que la medición de la percepción, actitudes y/o expectativas de los clientes se está convirtiendo hoy en un elemento importante e indispensable a favor del mejoramiento de los servicios que se ofrecen en las organizaciones, el poder conocer las actitudes y percepciones de los clientes al respecto, ayuda a tomar las mejores decisiones. Por tanto, para poder utilizarlas en la evaluación de los servicios, éstas deben ser medidas de forma fiable.

En este sentido, los psicólogos necesitan contar con nuevos instrumentos de medición y evaluación, para conocer dichas percepciones, actitudes o expectativas de los clientes y tener mayor certeza de los datos obtenidos para una conveniente toma de decisiones, por lo que en lo posible es necesario que diseñen sus propios instrumentos.

De esta manera, se puede expresar que se cumplió con el objetivo establecido *"Identificar indicadores de satisfacción o insatisfacción de los usuarios del servicio bibliotecario, de acuerdo con su percepción y expectativas"*. Pues mediante el análisis realizado se aprecia que al evaluar el servicio que actualmente ofrece la biblioteca de la Facultad de Psicología de la UNAM, se percibe por los usuarios/clientes, como *medianamente bueno*, por lo que se llegó a la conclusión

que éste no puede considerarse aún un servicio de calidad, y esto se comprobó a través de la elaboración del instrumento denominado ÍNDICE DE SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO BIBLIOTECARIO (Merino & Vázquez, 2007). Ya que se observa que hay satisfacción en algunos servicios de la biblioteca, pero también existen indicadores de Insatisfacción en otros que se proporcionan en la misma, como son: En el factor denominado *Elementos Tangibles*, hay insatisfacción referente a los reducidos espacios físicos de la propia Biblioteca, salas de consulta, sala proyección, el espacio entre estantes, el número de módulos individuales y la ventilación. También, se observa insatisfacción en algunos puntos de la dimensión *Capacidad de Respuesta* pues los usuarios la manifiestan debido a la falta de iniciativa que en ocasiones personal de la biblioteca muestra en algunas áreas; así como en el momento de realizar sus actividades, las cuales llevan a cabo de manera “robótica” y sin observar al usuario. En la dimensión *Disponibilidad*, se encontró insatisfacción con el número de ejemplares que existen de bibliografía básica y de reserva, en los contactos para conectar laptops, en los horarios de los servicios de Fotocopiado, Biblioteca y Secretariado y con el número de computadoras para realizar búsquedas en las bases de datos.

Asimismo, en lo que respecta a la dimensión de *Información*, cabe señalar que la actitud que muestran los usuarios es de un aceptable “Acuerdo” ya que manifiestan interés en los siguientes indicadores: concentrar la información general de la biblioteca en un solo sitio, impartir los cursos cada semestre referente al reglamento, búsqueda de información entre otros; homogeneidad en los letreros que dividen las áreas.

Se debe decir, que los resultados de este estudio además de aportar la percepción y expectativas de los usuarios clientes con respecto a la satisfacción en los servicios bibliotecarios, permitió detectar varias *necesidades relacionadas con el servicio de la biblioteca* que los usuarios requieren en la misma, pues manifiestan que deben existir servicios como: préstamo de computadora con red, hemeroteca, horarios más amplios en los servicios que ofrece (sobre todo el de la biblioteca), colocar garrafones con agua, tener más ejemplares de la bibliografía básica y

distribuir más contactos en la biblioteca para conectar la computadora personal. Estas necesidades que expresan los usuarios pueden deberse a la experiencia que han tenido en otras bibliotecas.

Por último, se puede concluir que dicha investigación ofrece un panorama general de la percepción y expectativas que tienen los usuarios respecto a estos servicios, además de una herramienta para la mejor toma de decisiones en cuanto a aumentar la satisfacción de los mismos. Pues como se revisó en la investigación bibliográfica, la Calidad en el servicio debe definirse en términos de Satisfacción del Cliente. Por tanto es conveniente tomar en cuenta aspectos como:

- ❖ **Establecer políticas institucionales:** ya que estas son la base del actuar de todas las organizaciones.
- ❖ **Adaptar filosofías que se apeguen a los lineamientos de la propia institución:** pues es necesario propiciar en todas las personas de la organización (clientes internos) mayor motivación de identificarse con la institución logrando con ello un cambio de actitudes en los mismos, para llevarlo a cabo con los clientes externos, y esto se lograría a través de la inducción y capacitación respectivamente, pues éstos son un elemento esencial para lograr nuevas prácticas en la prestación del servicio.
- ❖ **Implementar cambios en las pautas culturales de la organización:** comenzando con el eslabón más alto (autoridades responsables) hasta los operarios (trabajadores de la biblioteca); pues la actitud sólo cambia cuando se modifica la cultura o el entorno laboral de una institución, no antes.
- ❖ Así como, **Buscar la posibilidad de generar recursos y emplearlos en las necesidades de nuevos espacios para la biblioteca como parte del desarrollo institucional.**
- ❖ **Y recordar, que para que el servicio sea de buena calidad es necesario que éste sea conocido por todos los integrantes en la organización.**

SUGERENCIAS Y LIMITACIONES

Para futuras investigaciones sugerimos se considere lo siguiente:

- Contar con una muestra mayor para obtener datos más representativos de la población.
- Tomar en cuenta a los que prestan el servicio (Bibliotecarios) pues ellos son fundamentales para lograr la calidad ya que se debe vender la idea primero a los clientes internos.
- Para aplicaciones posteriores y utilización del Instrumento IS – SB (Merino & Vázquez, 2007) se recomienda aplicarlo también a los usuarios del Sistema de Universidad Abierta (SUA), pues como usuarios internos se pueden obtener otros indicadores.
- También se sugiere que en futuros usos del Instrumento el tipo de respuesta sea homogéneo, pues en nuestra investigación en una dimensión las respuestas son de Acuerdo y en las restantes de Satisfacción.
- Asimismo sugerimos que para complementar los datos obtenidos del instrumento se realicen registros observacionales con la finalidad de reportar mejor los resultados.
- Una de las principales limitantes que tuvimos al realizar la investigación fue la de aplicar el Instrumento final (IS – SB Merino & Vázquez, 2007) al término del semestre por lo que fue imposible aplicar a una muestra mayor, pero se trató de cubrir con los necesarios 5 pruebas por cada reactivo (Nunnally, 1995). Esto debido a que la elaboración de los reactivos es muy meticulosa y no se obtienen en breves periodos.

REFERENCIAS

1. Albrecht, K. y Zemke, R. (1999) **Gerencia del servicio: la dirección de empresas en una economía donde las relaciones son más importantes que los productos**. Bogota, Colombia: Legis.
2. Albrecht, Karl. (2002) **La revolución del servicio**. Bogota, Colombia: Legis.
3. Anastassi, Anne. (1998) **Tests psicológicos**. México: Prentice Hall.
4. Añaños, Elena. (2001) **Psicología de la atención y de la percepción**. México: Alfaomega.
5. Araluce, Martínez J. P. (1996) **Percepción de las conductas de calidad en el servicio en la hotelería**. Tesis de Licenciatura: México Facultad de Psicología, UNAM.
6. Arceo, Trujillo Sergio. (2008) **Los indicadores de la calidad en la organización y su importancia en el sistema de calidad**. Tesis de Licenciatura: México Facultad de Química, UNAM.
7. Arellano, R. G. y Caballero, N. (2002) **Factores que inciden en la actitud de las enfermeras para la calidad en el servicio**. Tesis de Licenciatura: México Facultad de Psicología, UNAM.
8. Arriola, N. Oscar. (2006) **Evaluación de bibliotecas: un modelo desde la óptica de los sistemas de gestión de calidad**. México: Colegio Nacional de Bibliotecas.
9. Belmont, L., Ornelas, L. y Piedra, M. E. (1995) **Estudio comparativo de calidad en el servicio en el área de cajas de tres sucursales de diferentes Instituciones bancarias**. Tesis de Licenciatura: México Facultad de Psicología, UNAM.
10. Caravia, Santiago. (1995) **La biblioteca y su organización**. España: Ediciones Trea S. L.
11. Carbajal, V. Alejandro. (2005). **Evaluación de la calidad en el servicio de préstamo de la biblioteca del CCH Azcapotzalco**. Tesis de Licenciatura: México Facultad de Filosofía y Letras. UNAM.
12. Cárdenas, Herrera R. (1999) **Cómo lograr calidad en bienes y servicios**. México: Limusa.
13. Castillo, V. (1999) **Los momentos de verdad en la pequeña empresa como herramienta del servicio**. Tesis de Licenciatura: México: Facultad de Contaduría y Administración. UNAM

14. Dember, William. N. (1990) **Psicología de la percepción**. Madrid: Alianza.
15. Duarte, B. Miguel. (1999) **La biblioteca universitaria eficaz: directrices para la evaluación del rendimiento en bibliotecas universitarias**. Cádiz: Universidad de Cádiz. Servicio de Publicaciones.
16. Evans, J. y Lindsay W. (2005). **Administración y control de la calidad**. 6ª Edición México: International Thomson.
17. Galicia, Tellez A. y Hernández, Arriola A. (2000) **Elaboración de un instrumento para medir satisfacción laboral**. Tesis de Licenciatura: México Facultad de Psicología, UNAM.
18. Garza, Mercado A. (1984). **Función y forma de la biblioteca universitaria**. México: El Colegio de México.
19. Guitart, Aced R. (2002) **Las actitudes en el centro escolar: reflexiones y propuestas**. Barcelona: Grao
20. Hayes, Bob E. (1999) **Cómo medir la satisfacción del cliente: diseño de encuestas, usos y métodos de análisis estadístico**. México: University of Oxford.
21. Horovitz, J. (2000) **La calidad del servicio**. Madrid: Pearson Educación.
22. Hernández, S. R. y Baptista, A. (2003) **Metodología de la investigación**. México: McGraw-Hill.
23. Juran, J. y Gryna, F. (1995) **Análisis y planeación de la calidad**. México: McGraw-Hill Interamericana.
24. keiningham, T. (2003) **Cientes enamorados. Sobrepasando las expectativas de los clientes**. Barcelona: Deusto.
25. Kerlinger, Frederick N. (2002) **Investigación del comportamiento**. México: McGraw-Hill Interamericana.
26. Lancaster, F. Wifrid. (1983) **Evaluación y medición de los servicios bibliotecarios**. México: UNAM. Dirección General de Bibliotecas.
27. Magnusson, David. (1983) **Teoría de los tests**. México: Trillas.
28. Martínez, Arias R. (1995) **Psicometría: teoría de los tests psicológicos y educativos**. Madrid: Síntesis.
29. Melnick, D. (2005) **Bases para la administración de bibliotecas; organización y servicios**. Argentina: Alfabrara ediciones.

30. Morales, María L. (1975) **Psicometría aplicada**. México: Trillas.
31. Morales, Vallejo P. (2006) **Medición de actitudes en psicología y educación**. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
32. Moreno-Luzón, M. D. (2001) **Gestión de la calidad y diseño de organizaciones**. México: Prentice-Hall.
33. Mountaudon, Tomas C. (2004) **Historia de la calidad mundial. La evolución de las ideas en la gestión de la calidad**. Puebla: Universidad Iberoamericana-Puebla; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
34. Muchinsky, Paul. M. (2007) **Psicología aplicada al trabajo: una introducción a la psicología organizacional**. 6ª Edición México: Thomson Learning.
35. Müller de la Lama, Enrique. (1999) **Cultura de calidad de servicio**. México: Trillas.
36. Munar, Enric. (1999) **Atención y percepción**. Madrid: Alianza.
37. Muñoz, José. (2005). **Análisis de los ítems**. Madrid: La Muralla.
38. Nunnally, Jum C. (1970) **Introducción a la medición psicológica**. Buenos Aires: Paídos.
39. Nunnally, Jum C. (1995) **Teoría psicometrica**. México: Trillas.
40. Ovejero, B. Anastasio. (1998). **Las relaciones humanas. Psicología social teórica y aplicada**. Madrid: Biblioteca Nueva, S. L.
41. Padilla, García E. (2005) **Diseño de la norma mexicana NMX-CC-9000-2000 y NMX-CC-9001-2000: sistemas de gestión de la calidad**. México: Trillas.
42. Plancarte, Rodrigo. (1997) **El servicio como poder de cambio: la característica distintiva en los negocios**. Monterrey, N.L.: Castillo.
43. Prieto H. Jorge E. (2005) **El servicio en acción: la única forma de ganar todos**. Bogotá: Ecoe
44. Red de Bibliotecas Universitarias (REBIUN). (1999) **Normas y directrices para bibliotecas universitarias y científicas**. 2ª Edición España: Dirección general del libro, archivos y bibliotecas.
45. Rojas, Avella A. L. (2007) **Calidad en el servicio y cambio de actitudes**. Informe de prácticas de Licenciatura: México Facultad de Psicología, UNAM.

46. Ruiz de Maya, S. (2006) **Comportamientos de compra del consumidor**. Madrid: ESIC.
47. Swanson, Richard A. (2002) **Resultados: como evaluar el desempeño, el aprendizaje y la percepción en las organizaciones**. México: Oxford University.
48. Trejo, Orozco A. (2001) **Actitud hacia un servicio público**. Tesis de Licenciatura: México Facultad de Psicología, UNAM.
49. Tschohl, J. (2001) **Servicio al cliente**. México: Pax-méxico.
50. Tyler, Leona E. (1972) **Pruebas y medición en psicología**. México: Prentice Hall Internacional.
51. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. **Guía de Carreras 2006-2007**.
52. Wellington, P. (1997) **Como brindar un servicio integral al cliente**. Santa Fe de Bogota, Colombia: McGraw-Hill Interamericana.
53. Zeithaml, Parasuraman y Berry. (1993) **Calidad total en la gestión de servicios**. Madrid: Díaz de Santos, S.A.

Páginas electrónicas:

- <http://pavlov.psicol.unam.mx>
- <http://bc.unam.mx/>
- [http://www.apcam.com.mx/revistaapcam/artapcam.](http://www.apcam.com.mx/revistaapcam/artapcam)
- <http://infolac.ucol.mx/documentos/bibliotecas>
- <http://www.unesco.org>

A N E X O 1

REQUISITOS PARA PROPORCIONAR LOS SERVICIOS EN LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA

- **Testoteca**

Requisitos: Para la consulta de estos materiales se debe presentar:

Estudiantes. Credencial de la biblioteca o identificación oficial con fotografía, tira de materias o historial académico que indique que esta cursando el 4º semestre de la carrera de Psicología.

Profesionales en el área. Cédula profesional.

- **Consulta de tesis**

Requisitos: Este acervo puede ser consultado en sala por el público en general, presentando identificación vigente con fotografía. Se pueden solicitar dos tesis a la vez por usuario.

- **Consulta de archivo vertical**

Requisitos: Este acervo esta disponible para el público en general, presentando una identificación vigente con fotografía. Únicamente se pueden solicitar dos folletos a la vez por usuario para su consulta en sala.

- **Préstamo a domicilio de material audiovisual**

Requisitos:

Usuarios internos: Credencial de la biblioteca o identificación oficial con fotografía y tira de materias.

Usuarios externos: (préstamo interinstitucional). Oficio en hoja membretada, con la firma de la persona que se hace responsable del uso y manejo del material y sello de la institución, además de incluir una breve explicación del uso que se le dará a los materiales, ratificando que no sea con fines lucrativos.

- **Registro de usuarios en la Biblioteca**

Requisitos: Para obtener registro en la biblioteca, de acuerdo al Reglamento de Servicios de la Biblioteca, son:

Estudiantes:

- a) Registro de asignatura o tira de materias
- b) Credencial vigente de la UNAM
- c) Comprobante de domicilio
- d) En el caso de los alumnos de primer semestre, presentarán una identificación con fotografía y entregarán una fotografía tamaño infantil (reciente)

Estudiantes en artículo 22:

- a) Credencial vigente de la UNAM
- b) Comprobante de domicilio
- c) Ultimo historial académico
- d) Carta responsiva firmada por dos académicos de la Facultad

- e) Copia fotostática de las credenciales de los académicos que otorguen la responsiva

Pasantes de licenciatura y posgrado:

- a) Comprobante de domicilio
- b) Original de la constancia de 100% de créditos
- c) Carta compromiso para el uso del servicio bibliotecario
- d) Presentar una identificación oficial vigente y una fotografía tamaño infantil

- **Recepción de tesis y elaboración de carta de no adeudo para la Titulación.**

Requisitos:

- Entregar 2 ejemplares del trabajo encuadernados
- Entregar 1 ejemplar del trabajo en disco de 3.5 (opcional)
- Presentar la hoja de Revisión de Estudios
- Llenar la solicitud correspondiente

- **Préstamo Interbibliotecario**

Lineamientos: Con el propósito de coadyuvar a las labores de docencia e investigación, dentro y fuera del recinto universitario, la biblioteca de la Facultad de Psicología ofrece este servicio a dependencias e instituciones que requieran consultar el acervo bibliográfico, el cual incluye las áreas de psicología del trabajo, clínica, educativa, experimental, social, etc. El acervo también puede ser consultado a través del catálogo electrónico.

Los lineamientos que se presentan fueron elaborados con el fin de regular y promover el servicio de Préstamo Interbibliotecario de una manera eficiente y controlada.

- La solicitud para el establecimiento del Convenio de Préstamo Interbibliotecario debe ser en hoja membretada e incluir: firma y cargo de las personas autorizadas y sello de la biblioteca.
- La biblioteca de la Facultad de Psicología hará llegar a la dependencia o institución un cuestionario de registro, el cual debe llenar y remitir a la brevedad posible. Este cuestionario será su ficha de identificación en nuestro registro de Préstamo Interbibliotecario.
- La biblioteca solicitante debe requisitar correctamente y a máquina el formato institucionalizado, incluyendo obligatoriamente el sello y firma autorizada.
- Cada solicitud servirá únicamente para realizar el trámite de préstamo de una obra.
- La vigencia del convenio será a partir de la fecha en que se reciba la solicitud y hasta el 31 de diciembre del mismo año.
- La dependencia o institución solicitante se hará responsable de notificar a la biblioteca de la Facultad de Psicología, cualquier cambio de domicilio y/o firmas autorizadas, de manera oportuna.
- La solicitud de servicio debe presentarse dentro del horario de la biblioteca: lunes a viernes de 08:30 a 20:00 hrs.
- Los materiales sujetos a préstamo interbibliotecario son únicamente libros de la colección general.
- El período de préstamo es de siete días naturales, con opción a una renovación por un período igual.
- La renovación se realiza de manera personal, excepto los materiales marcados con sello de NO RENOVACION, y quedará sujeta a la disponibilidad y demanda del material. El trámite se realiza en la fecha de vencimiento o antes, no después.
- La institución podrá solicitar un máximo 16 volúmenes, si sobrepasa el total no se proporcionará el servicio hasta que disminuya el número de adeudos.

- El retraso en la devolución del material implica la suspensión del servicio cinco días por cada uno de retraso.

En caso de pérdida o maltrato del material, la biblioteca solicitante debe reponerlo en original, encuadernado, con las especificaciones que marque la biblioteca de la Facultad.

A N E X O 2

REGLAMENTO DE LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA REFERENTE A LOS SERVICIOS

CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º. Este Reglamento establece la normatividad que rige los servicios de la Biblioteca de la Facultad de Psicología de la UNAM.

Artículo 2º. El presente reglamento se aplica a toda persona que haga uso de cualquiera de los servicios de la Biblioteca de la Facultad.

Artículo 3º. Son funciones de la Biblioteca seleccionar, adquirir, conservar, difundir y dar acceso al conocimiento en todas las áreas de la Psicología; así como brindar orientación e información a los usuarios sobre los servicios de la Biblioteca.

CAPÍTULO II. USUARIOS

Artículo 4º. Podrán hacer uso de todos los servicios que ofrece la Biblioteca los usuarios que cubran los requisitos que establece el presente reglamento.

Artículo 5º. Se consideran dos tipos de usuarios, los internos y los externos.

Artículo 6º. Serán considerados como usuarios internos:

- a) Los estudiantes que se encuentren inscritos en el semestre vigente en la Facultad.
- b) El personal académico y administrativo que labore en la Facultad;
- c) Los pasantes de la Facultad que se encuentren elaborando su tesis;
- d) Los estudiantes de la Facultad de Psicología que se encuentren en Artículo 22 del Reglamento General de Inscripciones de la UNAM;

Artículo 7º. Serán considerados como usuarios externos:

- a) Alumnos, personal académico y administrativo de otras dependencias de la UNAM;
- b) Exalumnos de la UNAM, alumnos de escuelas incorporadas y público en general.

Artículo 8º. Todo usuario de la Biblioteca se obliga a observar las normas de conducta que se especifican a continuación:

- a) Guardar silencio y orden
- b) Hacer uso adecuado de los catálogos, materiales, mobiliario y equipo;
- c) Mantener el orden de los materiales en el acervo documental;
- d) Consultar un máximo de tres volúmenes a la vez en las salas de lectura;
- e) Depositar en los carritos los libros consultados;
- f) Utilizar las computadoras exclusivamente para consulta y búsqueda en los catálogos;
- g) No fumar, ni ingerir alimentos o bebidas dentro de las instalaciones;
- h) No rayar, marcar, mutilar o maltratar el material;
- i) Colocar los útiles o pertenencias debajo de las sillas y mesas;
- j) Al salir, mostrar al vigilante los materiales bibliográficos en préstamo, pertenecientes a cualquier biblioteca.

CAPÍTULO IV. SERVICIOS

Artículo 21°. Los servicios que presta la Biblioteca son:

- a) préstamo en sala;
- b) préstamo a domicilio;
- c) préstamo interbibliotecario;
- d) servicios especializados de información;
- e) préstamo de instalaciones.

a) Préstamo en sala

Artículo 22°. El préstamo en sala consiste en proporcionar para su consulta, dentro de las instalaciones de la Biblioteca, todo el material disponible para este efecto.

Artículo 23°. Todo usuario tendrá derecho a consultar en sala el material bibliográfico, excepto el material de bibliografía básica del SUA que será para uso exclusivo de estudiantes y docentes de este sistema.

Artículo 24°. Todo usuario podrá utilizar en sala el material audiovisual debiendo reservar la sala y el material con un día de anticipación, llenar la solicitud correspondiente y presentar identificación vigente. Tendrá que acudir en la fecha y hora señalada con una tolerancia de 15 minutos, de lo contrario se cancelará su cita. El tiempo que la sala de proyección se prestará, estará sujeto a la disponibilidad de la misma y de la duración de la proyección o cantidad del material a revisar.

Artículo 25°. El préstamo de pruebas psicológicas será únicamente en la sala destinada para ello y exclusivo para los estudiantes de Psicología a partir del cuarto semestre y de los profesionistas de esta disciplina. Por ningún motivo las pruebas podrán ser fotocopiadas.

Artículo 26°. Los académicos de la Facultad podrán obtener en calidad de préstamo una prueba psicológica hasta por cuatro horas para exposición en el salón de clases, presentando personalmente su credencial de académico y el visto bueno del Jefe de área.

Artículo 27°. Para tener derecho a consultar las pruebas psicológicas:

- a) Los estudiantes deberán presentar su credencial actualizada y tira de materias o último historial académico;
- b) Los profesionistas deberán presentar su cédula profesional.

Artículo 28°. Se prestará únicamente una prueba psicológica, a la vez, por persona.

b) Préstamo a domicilio

Artículo 29°. El préstamo a domicilio consiste en facilitar material bibliográfico y audiovisual para su uso fuera de las instalaciones de la Biblioteca y será únicamente para usuarios internos; a excepción del material con los sellos de "RESERVA" y "NO SALE DE LA BIBLIOTECA", que serán únicamente para consulta en sala.

Artículo 30°. Para tener derecho al préstamo a domicilio de material bibliográfico es requisito indispensable presentar credencial de la UNAM y tener registro vigente en la Biblioteca.

Artículo 31°. Los estudiantes del sistema escolarizado podrán obtener en calidad de préstamo a domicilio un máximo de dos libros de la colección general por un período de siete días naturales,

contados a partir de la fecha de solicitud. Se podrá solicitar un tercer libro para ser entregado al siguiente día hábil.

Artículo 32°. Los estudiantes del SUA podrán obtener en calidad de préstamo a domicilio hasta tres libros pertenecientes a la colección básica del SUA por un período de quince días naturales y por un período de siete días naturales si son de la colección general. Podrán solicitar un cuarto libro por un día hábil.

Artículo 33°. Los académicos y trabajadores de la Facultad podrán solicitar en calidad de préstamo a domicilio hasta cuatro libros de la colección general por un período de quince días naturales. Podrán solicitar un quinto libro por un día hábil.

Artículo 34°. Para tener derecho al préstamo a domicilio del material audiovisual el usuario, además de mostrar credencial vigente y última tira de materias, deberá entregar una identificación actualizada con fotografía y la solicitud correspondiente. En ningún caso se prestará este material durante el período vacacional administrativo.

Artículo 35°. Se podrán solicitar en calidad de préstamo a domicilio por un día hábil, hasta dos videos en el formato disponible.

Artículo 36°. Cuando la fecha de entrega coincida con la suspensión del servicio, el material deberá entregarse al siguiente día hábil.

Artículo 37°. Para tener derecho a solicitar el trámite de renovación, los usuarios deberán presentar el material a renovar y presentarse a más tardar en la fecha de vencimiento dentro del período estipulado en los artículos 31, 32 y 33 del presente Reglamento.

Artículo 38°. Es susceptible de renovación de préstamo a domicilio todo aquel material bibliográfico que no tenga la leyenda de NO RENOVACION. El préstamo de material audiovisual no es susceptible de renovación.

Artículo 39°. Para efectos de renovación los usuarios internos se ajustarán a los siguientes criterios: Los alumnos del sistema escolarizado tendrán opción a renovar los materiales por otros siete días naturales. Los alumnos del SUA tendrán opción a renovar el material bibliográfico perteneciente a la colección básica del SUA por otros quince días naturales y el material bibliográfico de la colección general por otros siete días naturales.

Artículo 40°. El material que se solicite en préstamo para vacaciones no es susceptible de renovación durante la primera semana posterior a cada período vacacional.

c) Préstamo Interbibliotecario

Artículo 41°. El préstamo interbibliotecario se realiza entre la Biblioteca y alguna otra biblioteca con la que se tenga un convenio preestablecido.

Artículo 42°. El préstamo interbibliotecario podrá ser solicitado por los usuarios internos de acuerdo con el Artículo 6 del presente Reglamento, bajo las siguientes condiciones:

- a) No tener sanción
- b) Hacer los trámites correspondientes en ambas bibliotecas, incluyendo el llenado de la solicitud y la papeleta correspondiente, apegándose a las condiciones de la biblioteca prestataria;
- c) Entregar las papeletas con el sello de "devuelto" a la Biblioteca de la Facultad.

Artículo 43°. Los usuarios internos de la Biblioteca, podrán solicitar máximo dos libros en el préstamo interbibliotecario. En caso de que no se hubiera realizado el préstamo, deberán devolver las papeletas a la Biblioteca de la Facultad.

d) Servicios especializados de información

Artículo 44°. Para el servicio de búsqueda y recuperación especializada de información en bases de datos en cada ocasión que se solicite, se deberá proporcionar su dirección de correo electrónico o un diskette nuevo de 3/12 pulgadas para guardar el resultado de su búsqueda.

Artículo 45°. Los usuarios externos, especificados en el Artículo 7° del presente Reglamento, además de lo estipulado en el Artículo anterior, deberán cubrir los costos establecidos en el anexo.

e) Préstamo de instalaciones

Artículo 46°. Todos los usuarios tendrán derecho a utilizar la sala de proyección; para ello deberán llenar la papeleta correspondiente y entregar una identificación vigente con fotografía.

ANEXO 3

Índice de Satisfacción en el Servicio Bibliotecario (Merino & Vázquez, 2007)

Edad: _____ Sexo: _____ Semestre: _____

EL PROPÓSITO DE ESTE CUESTIONARIO ES CONOCER TU OPINIÓN ACERCA DEL SERVICIO BIBLIOTECARIO QUE RECIBES EN LA **BIBLIOTECA** DE LA **FACULTAD DE PSICOLOGÍA**. Tus respuestas serán utilizadas de manera confidencial y para fines estadísticos, por lo que te pedimos contestes sinceramente y de acuerdo a tu experiencia.

INSTRUCCIONES: Por favor indicanos con una **X** hasta que punto estas De Acuerdo o En Desacuerdo, Satisfecho o Insatisfecho con los siguientes enunciados de cada bloque de preguntas, sobre el servicio que recibes.

Nota: Agradecemos los comentarios que desees realizar de algún reactivo o bloque de preguntas en el espacio designado.

I. Respecto a la información que se proporciona al usuario para precisar y proveer el servicio en la biblioteca indica el grado de acuerdo o desacuerdo en los siguientes enunciados:

	Totalmente En Desacuerdo	En Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente De Acuerdo
1. ¿Qué haya cursos cada semestre para tener información de la normatividad, uso, reglamento y servicios que ofrece la biblioteca de la Facultad de Psicología?	TD	D	A	TA
2. ¿Qué exista un mapa de ubicación de las áreas que conforman la biblioteca?	TD	D	A	TA
3. ¿Qué la información en general de la biblioteca, como suspensión de servicios, horarios, cursos, etc.; se concentren en una pizarra o sitio específico?	TD	D	A	TA
4. ¿Qué se coloquen carteles para delimitar y/o ubicar cada uno de los servicios que ofrece la biblioteca?	TD	D	A	TA
5. ¿Que se impartan cursos cada semestre para conocer y recibir el servicio de asesoría de búsqueda de información?	TD	D	A	TA

Comentarios:

II. Con relación a las instalaciones, espacio y mobiliario; indica el grado de satisfacción en los siguientes enunciados:

	Totalmente Insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
6. Con la limpieza que hay en la Biblioteca estoy:	TI	I	S	TS
7. La ventilación que existe en la biblioteca me deja:	TI	I	S	TS
8. Con la iluminación que hay en cada área de la biblioteca estoy:	TI	I	S	TS
9. Con el espacio en la sala de consulta para revisar los materiales me siento:	TI	I	S	TS
10. Con el espacio que hay entre los estantes del acervo, estoy:	TI	I	S	TS
11. Con el espacio que existe en la sala de proyección dentro de la biblioteca estoy:	TI	I	S	TS
12. Con el número de módulos de lectura individual que actualmente hay, estoy:	TI	I	S	TS
13. Con el estado en general del mobiliario que tiene la biblioteca estoy:	TI	I	S	TS
14. Con el espacio físico que cuenta actualmente la biblioteca me siento:	TI	I	S	TS

Comentarios:

III. Respecto a la disposición que tiene el personal de la biblioteca para orientar y brindar el servicio a los usuarios, indica el grado de satisfacción en los siguientes enunciados:

	Totalmente Insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
15. Con el tiempo para ser atendido en las distintas áreas de la biblioteca, me deja:	TI	I	S	TS
16. Cuando tengo dudas para utilizar un servicio y me dirijo con el personal bibliotecario su apoyo o respuesta me hacen sentir:	TI	I	S	TS
17. La iniciativa que tiene el personal bibliotecario para apoyar cuando el servicio que requiero está saturado, estoy:	TI	I	S	TS
18. Cuando no hay nadie en el servicio bibliotecario que requiero, otra persona me auxilia:	TI	I	S	TS
19. Con el número de personas que atiende cada área de la biblioteca estoy:	TI	I	S	TS
20. Respecto al conocimiento que tienen los bibliotecarios acerca de los materiales y servicios de cada área de la biblioteca estoy:	TI	I	S	TS

Comentarios:

IV. Respecto a la atención, respeto y amabilidad del personal bibliotecario, indica el grado de satisfacción en los siguientes enunciados:

	Totalmente Insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
21. En el momento que requiero ó utilizo un servicio, el bibliotecario me saluda, sonrío o dice hola; al prestarme el servicio.	TI	I	S	TS
22. El trato que me proporciona el personal bibliotecario me deja:	TI	I	S	TS
23. Al requerir un servicio el bibliotecario que me atiende mantiene contacto visual durante mi necesidad.	TI	I	S	TS
24. La forma en como me habla el personal bibliotecario me hace sentir:	TI	I	S	TS
25. Al solicitar un servicio, el interés que muestra el bibliotecario a mi necesidad me deja:	TI	I	S	TS
26. El servicio que recibo por parte del personal bibliotecario me deja:	TI	I	S	TS

Comentarios:

V. Respecto a la disponibilidad de los servicios y materiales que requieres, indica el grado de satisfacción en los siguientes enunciados:

	Totalmente Insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
27. Al utilizar las computadoras para realizar búsquedas en las bases de datos, las hago sin ningún problema.	TI	I	S	TS
28. De acuerdo a tus necesidades que tan satisfecho estás con el horario de servicio de: Biblioteca: Lunes a viernes 8:30 a 20:00 hrs.	TI	I	S	TS
29. Testoteca: Lunes a viernes 9:00 a 14:30 y 15:30 a 19:30 hrs.	TI	I	S	TS
30. Videoteca: Lunes a viernes 9:00 a 14:30 y 15:00 a 20:00 hrs.	TI	I	S	TS
31. Secretariado: Lunes a viernes 10:00 a 14:15 y 17:00 a 19:30 hrs.	TI	I	S	TS
32. Fotocopiado: Lunes a viernes 9:30 a 19:30 hrs.	TI	I	S	TS
33. Al dirigirme al acervo bibliográfico para consultar los libros que localizo en la base datos, los encuentro o al menos consulto el de reserva.	TI	I	S	TS
34. Encuentro y consulto las pruebas psicológicas y los documentales o videos que reviso en clase.	TI	I	S	TS
35. Cuando lo requiero encuentro contactos disponibles en la biblioteca para trabajar con Lap top.	TI	I	S	TS

Comentarios:

¿Hay algún servicio que requieres relacionado a la biblioteca y está no lo ofrece?

GRACIAS POR TU COLABORACIÓN