



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

COLEGIO DE BIBLIOTECOLOGÍA

**LAS EMPRESAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO:
UNA PROPUESTA PARA EL BIBLIOTECÓLOGO
EMPRENDEDOR**

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

PRESENTA:
RICARDO TAVIRA SÁNCHEZ

ASESOR:
DR. JUAN JOSÉ CALVA GONZÁLEZ



MÉXICO, D.F.

2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo va dedicado especialmente a mi madre **Brenda Sánchez Castillo**. Mamá te agradezco de todo corazón haberme educado y apoyado de tal forma que logré alcanzar uno de los objetivos más importantes de mi vida y sobre todo admiro tus esfuerzos y sacrificios que has hecho para que mi hermana y yo salgamos adelante, sé que no ha sido nada fácil, es por ello que quiero decirte que TE AMO y que te estaré eternamente agradecido.

Gracias de igual forma a dos mujeres muy importantes en mi vida, a mi abuela y segunda madre **Jeremías Castillo Vilchis (Chucha)** y a mi hermana **Miroslava Raquel Tavira Sánchez**. A ti Chucha déjame decirte que eres una abuela excepcional, gracias por cuidarme y preocuparte por mí todos los días, agradezco mucho tus comidas, cariños, bromas y esfuerzos para que yo siempre me encuentre bien. A ti hermana te doy las gracias por toda tu ayuda que me has brindado en diferentes ocasiones y todos los divertidos e incluso malos momentos que hemos pasado juntos, también quiero decirte que nunca te des por vencida y que siempre puedes contar conmigo.

También te doy las gracias a ti **Monica Flores Briones**, mi primera novia y muy probablemente la única. Déjame decirte que este trabajo es parte del esfuerzo de ambos, dado que en distintas ocasiones me cediste de tu tiempo para acompañarme a buscar información y sobre todo te tomabas la molestia de escuchar cada uno de

los avances de mi tesina, los cuales a su vez enriquecías y mejorabas con tus opiniones. No todo mi agradecimiento hacia ti queda en la realización de este trabajo sino que empieza desde el segundo semestre de la carrera en donde te conocí, a partir de ahí me ayudaste en cada momento de mi vida académica y permitiste que mejorara de manera personal y mejor aún me diste la oportunidad de conocer el amor entre pareja.

Erick Alan Salmerón Servín y **Ulises Cruz Alvarado** mis dos mejores amigos, este trabajo es fruto de todos aquellos momentos en los que no pude verlos. Ustedes dos son muy buenas personas, con las cuales he pasado momentos llenos de felicidad desde pequeños, de tal forma que los he llegado a considerar como mis hermanos y espero que esta amistad tan maravillosa nunca quede en el olvido.

Así mismo agradezco a mi abuelo **Pedro Sánchez Baeza**, a mi tío **Noé Sánchez Castillo** y a mi padre **Ricardo Tavira Lugo** por su apoyo.

Finalmente agradezco al **Dr. Juan José Calva González** por compartir conmigo su tiempo y conocimientos y sobre todo porque logró que éste trabajo surgiera de forma rápida y correcta. Doy gracias igualmente a cada uno de los profesores de las distintas materias que curse en los cuatro años que duró la carrera y a mis sinodales (**Lic. Alberto Castro Thompson, Lic. Alejandra Avril Ramírez Chávez, Mtra. María Patricia de la Rosa Valgañón, y Lic. Verónica Méndez Ortiz**) que se tomaron su tiempo para revisar este documento, el cual se hizo en base a dedicación y esfuerzo.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN.....	6
CAPITULO 1: LAS EMPRESAS DE INFORMACIÓN Y EL BIBLIOTECÓLOGO EMPRENDEDOR.....	9
1.1 ¿QUÉ ES UNA EMPRESA DE INFORMACIÓN?	9
1.2 CARACTERÍSTICAS	10
1.3 SERVICIOS	16
1.4 RECURSOS HUMANOS	23
1.5 RECURSOS ECONÓMICOS.....	27
1.6 RECURSOS MATERIALES	28
1.7 OTROS ELEMENTOS A CONSIDERAR DENTRO DE UNA EMPRESA DE INFORMACIÓN.....	29
1.8 EL BIBLIOTECÓLOGO COMO EMPRESARIO	31
1.9 EL EMPRESARIO DE LA INFORMACIÓN	36
1.10 EL “ <i>INFORMATION BROKER</i> ”	41
CAPÍTULO 2: LA SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO.....	46
2.1 LA INDUSTRIA DE LA INFORMACIÓN EN MÉXICO	46
2.2 EMPRESAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO.....	50
2.3 FACTORES QUE LIMITAN LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO.....	76
CAPÍTULO 3: CREACIÓN DE EMPRESAS DE INFORMACIÓN.....	80
3.1 TIPOS DE EMPRESAS.....	80
3.2 ESTUDIO DE MERCADO	82
3.2.1 Público objetivo.....	83
3.2.2 Segmentación del mercado.....	83
3.2.3 Las 4 P de la mercadotecnia	84
3.2.4 Macroentorno	85

3.2.5	Análisis del sector y del mercado de referencia	86
3.2.6	Fuentes de información para un estudio de mercado	87
3.2.7	Técnicas de recolección de datos	88
3.3	PLANEACIÓN, PLAN DE NEGOCIOS Y RESUMEN EJECUTIVO	90
3.3.1	Planeación	90
3.3.2	Plan de negocios.....	94
3.3.3	Resumen Ejecutivo.....	113
3.4	TRÁMITES PARA CREAR UNA EMPRESA DE INFORMACIÓN EN MÉXICO 115	
CONCLUSIONES.....		136
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		139

INTRODUCCIÓN

En la actualidad es común oír de bibliotecólogos que no están convencidos en optar por alguno de los puestos tradicionales de la biblioteca, ya sea en procesos técnicos o servicios al público, es por ello que en este trabajo recepcional se presenta una propuesta que motive y guíe al bibliotecólogo a incursionar en el ámbito empresarial, debido a que es una de las áreas de trabajo que probablemente no se ha tomado en cuenta ya sea por las dificultades que presenta o por el desconocimiento en esta clase de temas y que si se llegara a desarrollar se podría dar cierto impulso al sector económico del país debido a la creación de nuevos empleos y sin mencionar el beneficio personal; además ayudaría a crear una nueva imagen social de este profesional de la información, que como se sabe, su trabajo no es tan reconocido como el de otros profesionales. Por tal motivo, este trabajo de investigación puede ser una herramienta que el bibliotecólogo podría emplear para traer un cambio a esta realidad, para así contribuir a impulsar a la bibliotecología.

Ante esta situación se formularon las siguientes cuatro preguntas:

- ¿Qué características tienen las empresas de información en México?
- ¿Hay empresas de información en México?
- ¿Por qué crear empresas de información en México?

-¿Qué necesitan saber los bibliotecólogos para formar o crear una empresa de la información en México?

Y en base a las preguntas anteriores se plantearon los siguientes objetivos:

1. Determinar las características de las empresas de información
2. Identificar qué empresas de información existen en México
3. Analizar la viabilidad de crear empresas de información en México
4. Definir el procedimiento para la creación de una empresa de información en México

Para una mejor comprensión del tema, se describirá brevemente cada uno de los tres capítulos que conforman este documento:

En el capítulo 1 se define que es la empresa de información, se habla de sus características, de los servicios que pueden ofrecer y de los elementos que la conforman. Además se informa de cómo un bibliotecólogo puede llegar a ser un empresario, que es lo que necesita para serlo y finalmente se toca la figura del empresario de la información y del “*Information Broker*” o corredor de información. Todo esto basado en literatura especializada sobre el tema.

En el capítulo 2 se aborda la industria de la información en México, de lo que es y de su historia, posteriormente se presenta una descripción de la mayoría de empresas de información que hay en el país y por último se mencionan algunas de las limitantes que el bibliotecólogo emprendedor deberá superar para crear su propia empresa.

Finalmente en el capítulo 3 se presenta todo lo que el bibliotecólogo emprendedor debe tener en cuenta para crear su propia empresa de información, se tocan tópicos tales como el estudio de mercado, la planeación, el plan de negocios, el resumen ejecutivo y los trámites legales. Cada uno de estos se desarrolla de forma clara y ordenada para que de esta manera el profesional tenga las bases necesarias para emprender su negocio.

CAPITULO 1: LAS EMPRESAS DE INFORMACIÓN Y EL BIBLIOTECÓLOGO EMPRENDEDOR

1.1 ¿QUÉ ES UNA EMPRESA DE INFORMACIÓN?

En la actualidad es común oír de empresas de textiles, de limpieza, de alimentos y bebidas, de ropa, de telecomunicaciones, de transporte, etcétera., pero seguramente muy poco se ha oído de las empresas de información, sobre todo a nivel público porque en el sector privado probablemente sí. En principio, las empresas de información son aquellas que se dedican a administrar, transportar, distribuir y dar valor agregado a la información,¹ siendo esta última materia prima para elaborar sus productos. O bien, se definen como entidades que ofrecen soluciones basadas en la información de un mercado específico.²

Con respecto a las dos definiciones presentadas, se tiene que una empresa de información es aquella que trabaja con la información y conoce todo sobre ella, producción, organización, valor y que por medio de esta crea una serie de productos que poseen cierto valor añadido, debido a que estos serán construidos en base a datos existentes o parcialmente elaborados, y es por ello que es importante que den un extra que resulte benéfico para el cliente, el cual ha sido identificado como su mercado meta.

¹TURNBULL MUÑOZ, Federico. Industria de la información en México. [En línea]. Disponible a través de e-lis. p.1. [Consultado: 27 de octubre de 2013].

²Special Libraries Association. Competencies for Information Professionals of the 21st Century. [En línea]. Disponible en: <http://sla.org/wp-content/uploads/2013/01/0_LRNCCompetencies2003_revised.pdf>. p. 1. [Consultado: 27 de octubre de 2013].

Por lo tanto se entiende como empresa de información a aquella unidad económico-social, que tiene como objetivo primordial ofrecer al mercado productos basados en las necesidades de información del cliente, y que a su vez poseen un valor agregado, debido a que ciertos productos son construidos con información que ya existe, o en proceso de transformación.

1.2 CARACTERÍSTICAS

Lo que más distingue a estas empresas, es que trabajan con la información como materia prima y sus fundadores por lo regular son profesionales de la información, pero al igual que otros tipos y tamaños de empresa, posee una serie de características generales que comparte con todas ellas.

. Rodríguez³ señala las siguientes características:

- a) Tiene personalidad jurídica: Esto se debe a que se trata de una entidad sujeta a obligaciones y, a la vez, tiene derechos establecidos por la ley.
- b) Es una unidad económica: Esto porque persigue un propósito de lucro es decir, uno de sus objetivos generales es la obtención de ganancias.
- c) Ejerce una acción mercantil: Esto se debe a que adquiere insumos para transformarlos en productos o servicios para su venta.

³RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín. Administración de pequeñas y medianas empresas. México: Cengage Learning, 2010. p. 36-37.

- d) Asume la responsabilidad total del riesgo de pérdida: La dirección general, a través de su administración, es la única responsable de la buena o mala operación de la empresa.
- e) Es una entidad social: El propósito de una empresa es servir a la sociedad a la que pertenece.
- f) El desarrollo de una empresa es imposible sin un vínculo social estrecho y permanente. Todos sus integrantes tienen intereses comunes, como son la supervivencia de la empresa, el crecimiento adecuado, etcétera.

Otra de las características generales de este tipo de empresa, es la forma jurídica que eligen, que habitualmente consiste en una Sociedad Civil y en ciertos casos puede tratarse de una Sociedad Anónima, esto dependerá en gran medida de acuerdo al tamaño de la empresa, el número de socios, las acciones que manejarán, su capital, etcétera. A continuación, se hablará de lo que son este tipo de sociedades.

Para conocer mejor a las dos sociedades mencionadas, es necesario saber de antemano que en México “las empresas pueden ser de propiedad de una persona (empresa individual) o de varias (asociaciones y sociedades)”,⁴ donde las asociaciones tienen un carácter no lucrativo, a diferencia de las sociedades que si asumen fines de lucro.

Las sociedades en general pueden ser de dos tipos:

- a) Sociedades civiles: Se denominan sociedades civiles a aquellas empresas cuyos objetivos no constituyen una especulación comercial. Generalmente las personas

⁴Ibíd., p. 171.

que adoptan esta figura jurídica son aquellas que desean desarrollarse dentro del giro de prestación de servicios como profesionales, por ejemplo: abogados, profesores, contadores, arquitectos, diseñadores, etcétera.⁵ Las sociedades civiles en México están reguladas por el código civil a nivel federal y por los códigos civiles vigentes en cada Estado de la República a nivel local.

La Secretaría de Economía⁶ señala que este tipo de sociedad tiene las siguientes características:

- La razón social generalmente se forma por los nombres de los socios y debe ir acompañada de las palabras Sociedad Civil o de sus siglas S.C.
- Los socios deben hacerse responsables con la sociedad hasta por la cantidad total de sus aportaciones, salvo en el caso de los socios que se encargan de la administración de la sociedad; en este caso la responsabilidad es subsidiaria, solidaria e ilimitada.
- Los socios deben contribuir en las pérdidas de la sociedad en caso de que el capital social sea insuficiente para cubrirlas. Únicamente el socio industrial no comparte la responsabilidad en las pérdidas.
- No se exige un fondo de reserva mínimo.
- Para que un socio pueda ceder su participación en la sociedad, requiere autorización de todos los demás socios, a menos que acuerde lo contrario.

⁵Secretaría de Economía. Sociedades Civiles. [En línea]. Disponible en: <<http://www.tuempresa.gob.mx/-/sociedades-civiles>>. [Consultado: 24 de octubre de 2013].

⁶Ídem.

b) Sociedades Mercantiles. “Las sociedades mercantiles son aquellas bajo cuyo contrato de sociedad mercantil, los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos o sus funciones para la realización de un fin común cuya finalidad constituye una especulación comercial”.⁷ Este tipo de sociedades se rigen por la Ley General de Sociedades Mercantiles y las disposiciones de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.⁸

El artículo 1º de la Ley General de Sociedades Mercantiles⁹ señala que existen diferentes tipos de sociedades mercantiles:

- Sociedad en nombre colectivo.
- Sociedad en comandita simple.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedad anónima.
- Sociedad en comandita por acciones.
- Sociedad cooperativa.

Cabe señalar que cada una de estas sociedades tiene sus características propias, pero para fines de este trabajo, sólo se abordará la sociedad anónima.

⁷CAMACHO FUENTES, Gustavo. Diseño de una empresa de consultoría en servicios de información. Tesis de licenciatura. UNAM, FFyL, 1986.p.77.

⁸RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín, Op. Cit., p. 171.

⁹México. Ley general de sociedades mercantiles. [En línea]. Disponible en: <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/268/3.pdf>> .p. 4. [Consultado: 25 de octubre de 2013].

Sociedad Anónima: “La sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone de modo exclusivo de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones. En este sentido, puede demandar y ser demandado, retener y vender propiedades así como dedicarse a las operaciones estipuladas en el acta constitutiva”.¹⁰ Es decir, estas son conformadas por un grupo de personas, las cuales aportan ciertas acciones para formar una empresa.

De acuerdo con la Secretaría de Economía¹¹ las características de este tipo de sociedades mercantiles son:

- En la denominación deberá figurar necesariamente la expresión “Sociedad Anónima” o su abreviatura “S.A”.
- El capital social está representado por acciones, cuyo valor es determinado por los socios.
- El mínimo de socios es dos y no hay límite, cada uno de ellos debe suscribir una acción por lo menos.
- Los socios reciben el nombre de accionistas.
- La responsabilidad de los accionistas es limitada al monto de sus aportaciones.
- No hay limitación en el número de acciones que puede tener un accionista.
- No hay mínimo en cuanto al capital social, pero este debe ser el suficiente para cumplir con el objeto social de la entidad.

¹⁰RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín, Op. Cit., p. 172.

¹¹Secretaría de Economía. Sociedades anónimas. [En línea]. Disponible en: <http://www.tuempresa.gob.mx/asesoria/legal/mercantil/-/asset_publisher/b7z6f2vqvKZd/content/id/26524>. [Consultado: 25 de octubre de 2013].

- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción.
- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse con bienes distintos al dinero
- Los títulos de las acciones deben cumplir con ciertos requisitos.
- Los accionistas de la sociedad tienen derecho preferente para comprar las acciones de los demás.
- Los accionistas no pueden hacer préstamos o anticipos sobre sus propias acciones.
- No pueden emitirse nuevas acciones, hasta que las anteriores se encuentren totalmente pagadas.
- No se pueden emitir acciones por una suma menor al valor en actas.

Con respecto a estas sociedades puede decirse que irían más enfocadas a empresas grandes y que por ende llevan mucho más tiempo en el mercado, ya que estas piden que cada socio posea por lo menos una acción, lo cual resultaría difícil para personas que apenas inician o están en camino a crear su empresa.

Como se pudo observar, la forma jurídica de Sociedad Civil vendría a ser la más adecuada para una empresa de información dado que como se mencionó, esta se encuentra destinada para aquellas personas que se encargarán de ofrecer servicios profesionales, más que a la venta de bienes, y que para su formación requiere un mínimo de dos socios y el máximo de ellos es ilimitado, lo que vendría siendo una

ventaja para aquellos emprendedores que busquen consolidar su propia empresa. Aunque no hay que descartar la posibilidad de que la sociedad civil pase a convertirse a una sociedad anónima y de esta forma tener la oportunidad de ofrecer tanto servicios como bienes y de esta forma incrementar sus ganancias.

1.3 SERVICIOS

Antes de hablar sobre los servicios que una empresa de información debe de considerar para ofrecer a su mercado, es necesario definir el concepto de producto, dado que este a su vez no permitirá comprender la diferencia entre un servicio y un bien.

De acuerdo con Payne, producto se define como un “concepto global que abarca objetos y procesos que proporcionan algún valor a los clientes; bienes y servicios son subcategorías que describen dos tipos de productos”.¹²

Esta primera definición básicamente indica que un producto es aquello que incluye tanto bienes como servicios, siendo los primeros tangibles y los segundos intangibles, y que como objetivo común buscan satisfacer las necesidades de los clientes.

Por su parte Kotler menciona que:

“El concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios que son actividades o

¹²PAYNE, Adrian. La esencia de la mercadotecnia de servicios. México: Prentice Hall, 1996. p. 124.

beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo”.¹³

Igualmente Kotler hace hincapié que los productos no son solamente objetos tangibles como la mayoría de las personas piensan y que tampoco son la contraparte de los servicios, sino que es una forma de englobar todo aquello que satisface una necesidad o un deseo, ya sea material e inmaterial es decir, bienes y servicios respectivamente.

Ahora bien, una vez hecha esta aclaración es posible hablar sobre las características que tienen en general los servicios, estas son:

1. “Intangibilidad: Los servicios son en gran medida abstractos e intangibles.
2. Heterogeneidad: Los servicios no están estandarizados y tienen alta variabilidad.
3. Inseparabilidad: Los servicios por lo general se producen y consumen al mismo tiempo, con participación del cliente en el proceso.
4. Caducidad: No es posible almacenar servicios en un inventario”.¹⁴

Servicios de información

Por lo regular los servicios que inicialmente ofrece una empresa de información se basan principalmente en la búsqueda y recuperación de información, esta clase de servicios según Camacho,¹⁵ se dividen en cuatro procesos básicos:

¹³KOTLER, Philip. Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación, 2011. p. 7.

¹⁴PAYNE, Adrian, Op. Cit. p. 7.

¹⁵CAMACHO FUENTES, Gustavo, Op. Cit. p. 62-63.

1. Búsqueda sistemática: Consiste en realizar búsquedas en todas las fuentes de información, a las cuales se tiene acceso, como es el caso de Unidades de Información, información impresa, oral, electrónica o audiovisual y que puede estar en uno o más idiomas.
2. Recuperación: Aquí se conseguirán copias de todos los documentos que el cliente solicite y que estén disponibles.
3. Organización: La información se presentará a los clientes en la forma en que la soliciten.
4. Reproducción: La información será reproducida conforme a las especificaciones del cliente, ya sea en formato impreso o electrónico.

Igualmente Camacho¹⁶ comenta, que según las características de los servicios, estos se dividen en internos y externos: los primeros son los que la empresa produce directamente y los segundos se obtienen de fuentes externas de información. Como se observa a continuación:

Servicios Internos:

- *Diseminación Selectiva de Información*: Este servicio consiste en una amplia distribución y difusión de documentos o referencias, debidamente tratadas y adaptadas a las necesidades de cada cliente, es decir, productos terminados entregados en el lugar preciso, en el momento oportuno.

¹⁶Ibíd., p. 64-70.

- *Servicio de Consultoría*: Este servicio consiste en realizar estudios, pronósticos, diseño de centros de información, o de documentación, búsqueda de oportunidades de negocios, etcétera.
- *Cursos y Conferencias*: Por medio de seminarios, conferencias y cursos, el servicio consistirá en habilitar a las personas en la aplicación de métodos, conceptos y técnicas con las cuales los clientes podrán tener un mejor desempeño administrativo y productivo de sus actividades.
- *Asesoramiento o Extensión*: Este servicio consiste en que el profesional de la información visite constantemente a sus clientes, con el fin de sensibilizar e identificar sus necesidades.
- *Servicio de actualización permanente (Alerta)*: El servicio de alerta se basa en una selección de documentos científicos y técnicos; nacionales e internacionales, en donde se ofrecerán reseñas breves sobre los avances recientes en el área de interés del cliente.
- *Servicio de Consulta*: Este servicio proporciona información sobre datos concretos, aclaraciones en curso, etcétera., y se atenderá ya sea por correo electrónico, teléfono, de forma personal, o visitas.
- *Servicio de pregunta respuesta (mostrador)*: Tiene como objetivo en dar respuesta a preguntas relativamente simples, como por ejemplo informar sobre el horario, servicios con los que se cuenta, datos sobre la empresa, etcétera.
- *Servicio de traducciones*: Debido a que existe una gran cantidad de información en otro idioma, y que no siempre es comprensible para el cliente, este servicio

busca mantener actualizado el conocimiento sobre lo que se está realizando en otras partes del mundo.

- *Servicio de bibliografías:* El servicio de bibliografías se basa en hacer compilaciones bibliográficas completas sobre temas específicos solicitados con más frecuencia por la clientela.
- *Servicio de publicaciones:* Consiste en poner a la venta las traducciones e investigaciones que se realicen sobre temas específicos, es decir que dentro de la empresa se tendrá una función editorial.

Servicios Externos:

- *Suministro de documentos o Recuperación de información:* Este servicio se basa en realizar consultas a las Unidades de Información o bases de datos, para aquellos clientes que requieran de un dato a nivel nacional e internacional.
- *Préstamo interbibliotecario:* El servicio consiste en obtener de fuentes externas los documentos que no se posean en las colecciones de la empresa, para ello es necesario realizar convenios con las fuentes prestatarias.

Por lo tanto, los servicios de información que debe brindar este tipo de empresas son sumamente variados y un tanto complejos. Ciertos servicios no puedan ser proporcionados a todos los clientes que los soliciten ya que podría resultar que cancelen de último momento y como consecuencia hagan perder tiempo a la empresa. Es por eso necesario distinguir entre los clientes que llevan más o menos tiempo usando sus productos, y así establecer canales de comunicación más formales que otros. Por

ejemplo, los clientes que tengan mayor antigüedad podrán solicitar un servicio a través del correo electrónico, o bien por una llamada telefónica. En cambio los que llevan menos antigüedad necesitarán acudir personalmente a las instalaciones.

Básicamente los servicios de información que se mencionaron anteriormente irán dirigidos a empresas pequeñas, pero una vez establecidas en el mercado y en proceso de crecimiento, podrán optar por desarrollar uno o varios de los servicios siguientes:

- “Sistemas integrales de información contruidos por bases de datos o soluciones para bibliotecas y/o centros de información.
- Bases de datos específicas o conjunto de ellas
- Venta y/o suscripción de publicaciones impresas y/o electrónicas
- Software para bases de datos, sistemas de información o sistemas integrales para bibliotecas
- Soluciones integrales para bibliotecas en el área de automatización, catalogación, desarrollo y administración de colecciones, circulación, entre otros
- Obtención de documentos, principalmente por la vía electrónica
- Editoriales especializadas”.¹⁷

Para desarrollar esta clase de servicios será necesario que las empresas cuenten con los recursos económicos suficientes para llevarlos a cabo. Es importante tener claro la cantidad y tipo de servicios que se pretenden ofrecer y considerar el espacio físico que se asignará a cada trabajador.

¹⁷TURNBULL MUÑOZ, Federico, Op. Cit., p. 4.

Finalmente se debe tener en cuenta que “las personas compran servicios para solucionar problemas y les asignan valores proporcionales a la capacidad para resolverlos que se percibe en el servicio”.¹⁸ Por lo cual los servicios deben estar diseñados conforme a las necesidades del cliente, elemento principal que le da sentido a una empresa y que es causa de superación y replanteamiento de procesos al interior de una compañía.

Precios en los servicios

Payne¹⁹ señala que los factores que intervienen en el precio de los servicios son:

- Posicionamiento del servicio.
- Objetivos corporativos.
- La naturaleza de la competencia.
- El ciclo de vida de los servicios.
- La elasticidad de la demanda.
- Las estructuras del costo.
- Los recursos compartidos.
- Las condiciones económicas prevalecientes.
- La capacidad de servicio.

Es vital que las empresas tengan en cuenta dichos factores debido a que el precio juega un papel crucial en la empresa porque trae ingresos a los negocios.

¹⁸PAYNE, Adrian, Op. Cit., p. 125.

¹⁹Ibíd., p. 138.

1.4 RECURSOS HUMANOS

Se sabe que los recursos humanos son el elemento más importante dentro de una organización, es por ello que la empresa debe de tener buenas fuentes de reclutamiento para después evaluar y seleccionar a la persona más adecuada para los puestos que necesitan cubrirse.

Respecto al personal y puestos que conforman la empresa de información, Mendoza²⁰ menciona que en primera instancia ésta debe de contar principalmente con:

- Un Director general: Es quien coordina y controla las actividades de la empresa, ve porque los objetivos sean alcanzados por medio del equilibrio entre requerimientos de servicios y la infraestructura necesaria, desarrolla planes y programas para el logro de objetivos y observa el cumplimiento de planes y programas.
- Un Director de operaciones: Su función consiste en apoyar al director general sobre la creación y el cumplimiento de objetivos, planes, políticas y programas generales de la empresa; igualmente administra la planeación general de los servicios mediante la creación de planes de comercialización, difusión y promoción de los servicios.
- Un Administrativo en Finanzas: Su trabajo consiste en hacerse cargo de las finanzas de la empresa, es quien ejerce el establecimiento de programación presupuestal, se asegura de los pagos en tesorería y hacienda, coordina clientes y

²⁰MENDOZA MORALES, Soledad. El bibliotecario como empresario: la creación de la empresa citas latinoamericanas (CITLAT). Tesis de licenciatura. ENBA, 2000. p. 48.

proveedores, vigila las disposiciones legales en materia y se encarga del cobro de salarios.

- Un Jefe de Informática: Es quien administrar o gestiona los sistemas informáticos de la empresa, a través de un equipo multidisciplinario (programadores, diseñadores, bibliotecólogos, etcétera)

Además se debe contemplar con el personal necesario para llevar acabo todos los servicios y estos podrían incorporarse a la plantilla oficial a mediano o largo plazo, dependiendo del crecimiento de la empresa.

Camacho²¹ por su parte propone la siguiente plantilla de personal, la cual va dirigida a empresas más grandes debido a que agrupa a una mayor cantidad de profesionales:

- Un Director general.
- Un Director administrativo.
- Un Director técnico a nivel de órganos.
- Un Jefe de servicios.
- Un Jefe de documentación.
- Un Jefe de informática.
- Un Jefe de personal.
- Un Jefe de finanzas.
- Un jefe de mercadotecnia.

²¹CAMACHO FUENTES, Gustavo, Op. Cit., p. 75.

Como se puede observar el número de personas que laboran en una empresa de información es muy variado, esto por la diversidad de servicios que se brindará y también el número de colaboradores tendrá que ver mucho con el tamaño y presupuesto que posea la empresa.

Organización en las empresas

La organización es la forma en la que la empresa busca establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo que se facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Esto es importante para el futuro, ya que se espera que la empresa crezca poco a poco y se quiere evitar a toda costa el desorden y el exceso de burocracia.

Una empresa de información puede estar representada de la siguiente forma:

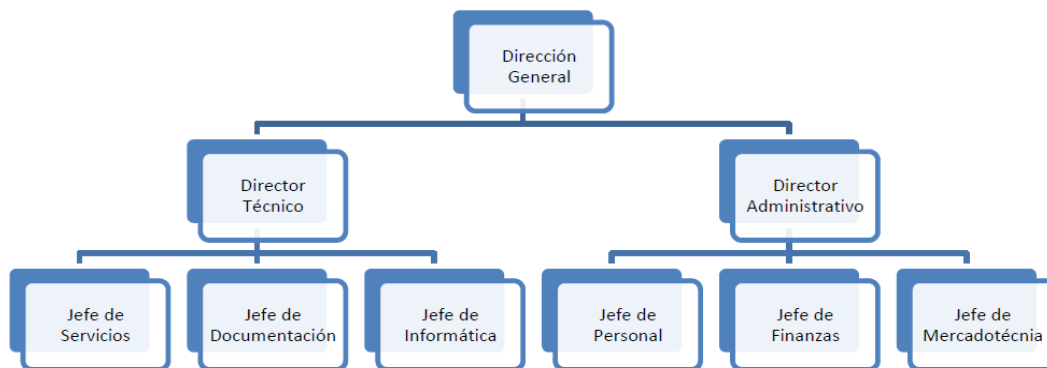


Figura 1. Organigrama de una empresa de información (pequeña).

Fuente: CAMACHO FUENTES, Gustavo. Diseño de una empresa de consultoría en servicios de información. Tesis de licenciatura. UNAM, FFyL. 1986. p. 76.

El organigrama anterior pertenece a una empresa pequeña y puede llegar a crecer tanto como el ejemplo siguiente:

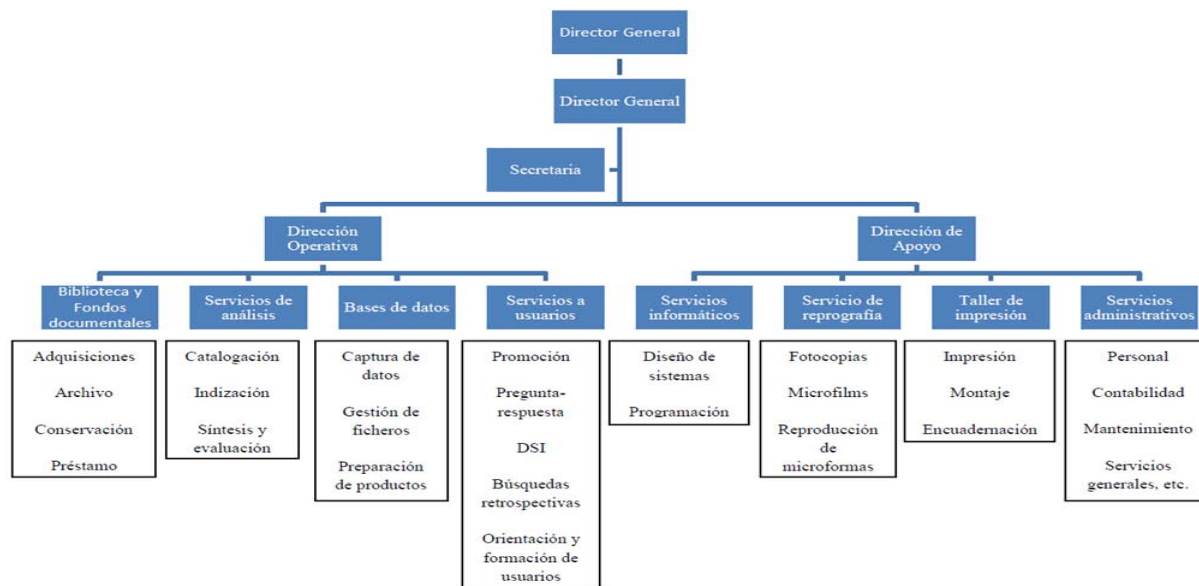


Figura 2. Organigrama de una empresa de información (grande).

Basado en: RAMOS SIMÓN, Luis Fernando. Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales. Madrid: Síntesis, 1998. p.143.

Como se puede observar, existen empresas de información grandes que necesitan de un organigrama más complejo, donde se identifiquen todos los puestos que la conforman, y es imprescindible que este refleje las interrelaciones, funciones y responsabilidades del personal.

1.5 RECURSOS ECONÓMICOS

Los recursos económicos se definen como el capital necesario para crear y mantener una empresa y las fuentes básicas de donde provienen son:

1. Del capital social apartado por el emprendedor o de cada uno de los accionistas que conforman la empresa
2. De los créditos que pueden obtenerse de instituciones bancarias y financieras

Presupuesto

Una empresa de información igualmente debe de contar con un presupuesto, Camacho²² menciona que dicho elemento tiene tres fases: costos iniciales o de instalación, presupuesto anual de funcionamiento y de medio a largo plazo.

Para elaborar un presupuesto, se deben contemplar los ingresos y egresos de la empresa.

Para los egresos hay que tomar en cuenta el local, el equipo y mobiliario, sueldos, colecciones, entre muchos otros.

En cuanto a los ingresos se debe considerar, el capital social de cada uno de los socios, la venta de servicios, los préstamos bancarios y financiamiento.

²²CAMACHO FUENTES, Gustavo, Op. Cit., p. 122.

1.6 RECURSOS MATERIALES

Los recursos materiales son aquellos bienes tangibles con los que contará la empresa para poder ofrecer y crear sus productos. Tales como equipo, maquinaria, edificio, y herramientas, por mencionar algunos.

Local o Edificio

El local de una empresa de información debe ser modesto al inicio, debido a que en un comienzo no se contará con el presupuesto necesario para escatimar en gastos que podrían ser innecesarios. En cuanto a su ubicación se debe hallar cerca de una zona comercial o del centro industrial más importante de la ciudad, con el fin de encontrar una mayor cantidad de clientes potenciales,²³ de lo contrario, se podrían enfrentar serios problemas económicos, si es que los productos de la empresa no generan ingresos o ganancias.

Equipo y mobiliario:

El equipo y el mobiliario que se adquieran están constituidos por tres etapas, cada una se alcanzará en base al aumento de ganancias que obtenga la empresa:²⁴

- Primera (inicio de la empresa): escritorios, computadoras, sillas, papelería, archiveros, cestos para basura, fotocopiadoras, pizarrones, impresoras, instalaciones de teléfono, luz, internet y agua, biblioteca equipada con estantería estándar y colección básica, etcétera.

²³Ibid., p. 142.

²⁴Ibid., p. 143.

- Segunda (crecimiento de la empresa y cartera de clientes estable): complementar las colecciones, comprar muebles y equipo tales como, exhibidores, vitrinas, mayor número de equipos de cómputo, proyectores, etcétera.
- Tercera (estabilidad financiera): ampliar colecciones, adquirir reproductores de dvd, televisores, lectores de microfichas, maquinas digitalizadoras de documentos, etcétera.

1.7 OTROS ELEMENTOS A CONSIDERAR DENTRO DE UNA EMPRESA DE INFORMACIÓN

Dentro de cualquier empresa ya sea de información o no, existen ciertos elementos de que son sumamente necesarios para tener una mejor producción y relación con toda la gama de clientes que hacen uso de sus bienes o servicios.

Galicia²⁵ señala que estos elementos son:

- Comunicación, motivación y liderazgo: Es necesario que el bibliotecólogo emprendedor posea una buena comunicación con sus clientes y colaboradores para de esa forma informar, explicar o persuadir sobre algún asunto. Una vez que haya aprendido a comunicarse será necesario que sepa cómo motivar a su equipo de trabajo, es decir que incentive y/o apoye a su equipo, para que de esta forma estén totalmente dispuestos en ayudar para que los objetivos de la empresa sean alcanzados. Y finalmente está el liderazgo, el cual es una combinación de los elementos anteriores que dará como resultado un líder que

²⁵GALICIA VELASCO, Guadalupe Araceli. Elementos para la creación de un modelo gerencial para empresas vinculadas con la industria de la información. Informe de licenciatura. UNAM, FFyL, 2012. p. 17.

sepa cómo trabajar en conjunto para alcanzar objetivos tanto de sus colaboradores y como los de la empresa.

- Relaciones públicas y mercadotecnia: Es necesario que se posea una facilidad para establecer un vínculo con clientes, colegas o alguien más, esto con el fin de construir una imagen positiva de la empresa, e igualmente la mercadotecnia permitirá crear dicho vínculo dado a que se dará a la tarea de que la empresa y los clientes se conozcan de manera positiva.
- Tecnología: Como se sabe la tecnología juega un papel primordial en la sociedad y por obvias razones impacta en todas las empresas, ya que esta permitirá tener medios de producción más avanzados que reduzcan en cierto modo el costo y tiempo para elaborar los productos o simplemente para mejorarlos, lo cual dará como resultado una ventaja competitiva. La tecnología también facilita y ofrece nuevas formas de comunicación con los clientes y con los colaboradores y ayuda a la promoción de la empresa, como es el caso de las redes sociales y otras herramientas más de la web 2.0.
- Actualización profesional y enaltecimiento de valores. Debido a la constante evolución de conocimientos en las diferentes áreas del saber humano, es necesario que los profesionales, en este caso los bibliotecólogos emprendedores, tengan la iniciativa de adecuarse a estos cambios, con el propósito de enfrentar este mundo cada vez más globalizado, el cual demanda más y mejores productos, y que se elaboran con técnicas o herramientas totalmente diferentes a las que ya se conocían. Y por último es necesaria que dichas tareas sean

realizadas con un alto nivel de profesionalismo, para de esta forma lograr que los clientes confíen en la empresa y se sientan seguros al momento de acudir a ella.

1.8 EL BIBLIOTECÓLOGO COMO EMPRESARIO

*“Anteriormente la función del bibliotecario o profesional de la información estaba ligada al proceso de racionalización, sus funciones eran clasificar, ordenar, contabilizar, buscar, localizar y controlar. Hoy en día esas actividades han cambiado ya que los profesionales de la información se enfrentan a nuevos retos que les exigen habilidades, conocimientos y sobre todo manejo y adaptabilidad a las nuevas tecnologías que surgen día a día debido a los nuevos retos que trae consigo la información”.*²⁶

Hablar sobre un bibliotecólogo como un empresario podría resultar para algunas personas un poco raro o incluso absurdo, debido a que a este profesional siempre se le ha visto como aquel que se encuentra laborando en una biblioteca sin esperar un pago por el servicio que ofrece, pero esto no necesariamente tiene que ser así ya que como cualquier otra profesión, tiene el derecho de comercializar sus conocimientos y habilidades que ha adquirido a lo largo de su vida académica.

Igualmente hoy en día la figura social del bibliotecólogo se encuentra muy deteriorada y de alguna forma debería de subsanar esto, y que mejor que emergiendo como un

²⁶MENDOZA MORALES, Soledad, Op. Cit., p. 5-6.

empresario exitoso que muestre a la sociedad el poder que se puede tener con la información.

Para iniciar este cambio es necesario que el mismo bibliotecólogo deje de ejercer su profesión, como casi siempre sucede, en una biblioteca, ya que es momento de un cambio, y de que este desarrolle un espíritu empresarial dado que “la mayor parte de las empresas dedicadas a vender productos a bibliotecas generalmente han sido presididas por profesionales de otras disciplinas”.²⁷ Al respecto, es necesario que los bibliotecólogos, profundicen en asuntos empresariales y administrativos, que les permitan posicionarse en el mercado y cambiar su figura social.

Algunos bibliotecólogos que laboran en bibliotecas no se han percatado de que están haciendo la función de un empresario. Dado que en ocasiones dentro de la biblioteca se hacen negociaciones con editores, proveedores, se determinan acuerdos con diferentes tipos de personas para lograr que la biblioteca tenga un buen funcionamiento y se busca aprovechar los recursos con los que se cuenta de una mejor manera, con el fin de brindar al usuario un mejor servicio.²⁸

Por lo anterior se puede afirmar que los bibliotecólogos si poseen las bases necesarias para desarrollarse en el ámbito empresarial, las cuales en un principio serán adquiridas dentro del salón de clases y específicamente en asignaturas de administración, de recursos humanos, mercadotecnia, servicios, liderazgo, entre otras más; y al momento

²⁷BRONSOILER, Charlotte. El bibliotecario profesional como empresario. En: El significado del bibliotecario: una ontología para el futuro profesional. México: CNB, 1998. p. 69.

²⁸MENDOZA MORALES, Soledad, Op. Cit., p. 41.

de estar laborando en una biblioteca o cualquier otra Unidad de Información, el profesional pondrá en práctica y desarrollará aún mejor estos conocimientos y habilidades, para enfrentarse de mejor forma a la vida laboral, la cual hoy en día es un tanto competitiva por lo que hay que estar mejor preparados que antes. Es por ello que se recomienda ganar experiencia antes de aventurarse en el mundo de los negocios, ya que como en todo lo demás, es necesario practicar para decidirse a hacer algo nuevo y triunfar en ello.

Otro dato interesante por el cual el bibliotecólogo si puede ser un empresario, se encuentra en las palabras de Bronsoiler:

“La característica común de todos aquellos que inician o llevan las riendas de su propia empresa, es que normalmente conocen algún aspecto clave del negocio. En el caso de los bibliotecarios, puede ser crear y explotar bases de datos, ser experto en sistemas de información, capacitación, automatización de bibliotecas, etcétera.”²⁹

Por lo anterior se afirma, de nueva cuenta, que los bibliotecólogos son profesionales que cuentan con las aptitudes necesarias para crear su propia empresa, debido a que son especialistas en la gestión de la información, la materia prima de donde se crearán la mayoría de sus productos que darán sentido a su empresa.

Para finalizar este tópico, es importante tener en cuenta las siguientes palabras. “Hoy en día han ido imperando las necesidades de información en los diferentes sectores

²⁹BRONSOILER, Charlotte, Op. Cit., p. 70.

productivos lo que brinda una posibilidad amplia al profesional es este rubro en tener nuevas expectativas, no sólo debemos limitarnos al servicio de bibliotecas”.³⁰

Por lo anterior, el bibliotecólogo debe dejar a un lado la imagen de prestador de libros, que muchas personas creen que es y ha de explotar al máximo sus conocimientos y habilidades profesionales en los distintos escenarios de su mercado laboral donde se requieran sus productos y no sólo en unos cuantos, para de esta forma repercutir directamente en la sociedad

¿Qué debe de saber un bibliotecólogo para ser un empresario?

El bibliotecólogo que desea crear su propia empresa requiere de diferentes habilidades, como por ejemplo, ha de tener la capacidad de escribir planes de negocio, crear publicidad y las campañas de marketing, saber administrar los recursos financieros, conocer aspectos contables de administración de una empresa y saber cómo supervisar a su personal.³¹

Este profesional como ya se mencionó anteriormente cuenta con algunos conocimientos para empezar su labor empresarial, pero tendrá que adquirir otros, porque su carrera no cubre todo lo que hay que saber al momento de crear y sostener una empresa. Es a causa de ello que el bibliotecólogo emprendedor debe informarse de asuntos financieros, contables, administrativos, etcétera.

³⁰MENDOZA MORALES, Soledad, Op. Cit., p. 42.

³¹TAYLOR, Allan y PARISH, James Robert. Career opportunities in library and information science. New York: Ferguson, 2009. p. 208.

Ventajas y desventajas de ser empleado

Por lo general, la mayoría de los bibliotecólogos laboran en una biblioteca, por lo cual siempre se les ha categorizados como empleados de alguien más y no por ser sus propios jefes. Al respecto Bronsoiler³² menciona algunas ventajas y desventajas de ser empleados:

Ventajas

- Marco establecido de trabajo.
- Horario fijo de trabajo.
- Seguridad relativa y prestaciones.
- Oportunidad de adquirir experiencia recibiendo una remuneración por ello.

Desventajas

- Subordinación.
- Ganancias limitadas.

La autora señala que existen mucho más ventajas que desventajas de ser un empleado, pero igualmente hace mención de una serie de beneficios materiales y psicológicos, que sólo alcanzan aquellos que se arriesgaron y tuvieron éxito al crear su empresa, estos son:

³²BRONSOILER, Charlotte, Op. Cit., p. 70.

- Independencia.
- Deseo de poder.
- Esperanza de ganar dinero.

1.9 EL EMPRESARIO DE LA INFORMACIÓN

Una vez que el bibliotecólogo emprendedor opte por ser un empresario de la información, entendiendo a este como un agente social constructor de la información que pondrá precio a determinados productos y que tendrá una participación activa en el mercado donde se construirá el valor social de la información;³³ tendrá que saber que:

Ser un empresario significa tomar acciones humanas y creativas, para construir algo de valor a partir de prácticamente nada; buscar oportunidades independientemente de los recursos disponibles o la carencia de ellos; tener visión, la pasión y la disposición para tener riesgos calculados.³⁴

Y además tendrá como objetivos reformar o revolucionar los modelos de producción vigentes, crear nuevos productos o producir uno viejo por un nuevo camino y abrir nuevos puntos de venta de productos; todo esto mediante la creatividad y la innovación.

Características del empresario de la información

Mendoza³⁵ señala las características que tiene un empresario de la información:

³³MENDOZA MORALES, Soledad, Op. Cit., p. 7.

³⁴BRONSOILER, Charlotte, Op. Cit., p. 69-70.

³⁵MENDOZA MORALES, Soledad, Op. Cit., p. 43.

- Tiene gusto por el dinero.
- Trata con el dinero, pero no sólo tienen que hablar de él.
- Sabe analizar situaciones monetarias con facilidad.
- Tiene presente que no son organismos públicos.
- Tiene la facilidad para tratar con gente y hacer amigos.
- Tiene presente que el cliente tiene la razón.
- Se prepara para costos crecientes.
- Es innovador, para mantener su mercado o ampliarlo.

Habilidades y capacidades del empresario de la información

A continuación, se presentarán las habilidades y capacidades que un empresario de la información posee o debe poseer. Es importante aclarar que una habilidad es algo que se debe saber o desarrollar forzosamente para realizar algo y una capacidad son las posibilidades que tiene una persona para realizar una acción.

Habilidades

Taylor³⁶ indica que las habilidades y rasgos personales de este empresario son:

- Sentirse cómodos al trabajar de forma independiente y como miembro del equipo.
- Ser detallista.
- Ser muy organizado.

³⁶TAYLOR, Allan y PARISH, James Robert, Op. Cit., p. 78.

- Tener excelentes conocimientos en informática.
- Buena comunicación, y saber manejar las habilidades interpersonales (empatía, emociones y sociabilidad).
- Estar auto-motivados.

Capacidades y personalidad de un empresario de la información

Por su parte Bronsoiler³⁷ señala dos tipos de capacidades, que el empresario de la información debe de desarrollar y así mismo señala algunos puntos que tienen que ver con su personalidad empresarial:

1.- Capacidades técnicas

- Experiencia en el campo de trabajo de la empresa.
- Promover un producto que otros necesitan y pocos ofrecen.

2.- Capacidades administrativas

- Establecer claramente objetivos y metas realistas y moderadas.
- Visión panorámica de objetivos.
- Agresividad en aceptar riesgos e identificar oportunidades.
- Saber leer estados financieros.

³⁷BRONSOILER, Charlotte, Op. Cit., p. 71.

Personalidad empresarial

- Actitud individualista.
- No tener reparos en trabajar largas y numerosas horas hasta lograr los objetivos planteados.
- Tenacidad en la persecución y obtención de resultados.
- Tendencias empresariales desde una temprana edad.
- Saber cuidar al cliente.

Por último es necesario mencionar una serie de cosas que todo empresario debe de tomar en cuenta:

1. Saber que el cliente siempre tiene la razón.
2. Tiene que estar bien informado en cómo está funcionando el mercado y su competencia.
3. No esperar a que el cliente venga a tocar a su puerta para preguntar por el producto.
4. Debe de especializarse en un producto para conseguir clientes importantes.

Ventajas y desventajas de ser un empresario de la información

El poder ser dueño de su propia empresa, el bibliotecólogo empresario encontrará una serie de puntos que estarán a su favor y en contra como por ejemplo:

- “No existe un jefe superior a pesar de esto se comparte la responsabilidad, así que todos tienen que estar atentos para que las cosas salgan bien.

- No tiene problemas con empleados porque va a tener gente de su confianza.
- En muchas ocasiones no hay vacaciones.
- No hay horario de trabajo.
- Conoce gente, gana gente y gana amigos”.³⁸

Por otra parte existirán una serie de barreras a las que se enfrentará este profesional como empresario:

- Actitudes y hábitos de los clientes.
- Rechazo al cambio.
- Economía.
- Aprender a ser empresarios.

El bibliotecólogo empresario debe poseer las habilidades necesarias y capacidades para hacer frente a las problemáticas ya mencionadas, que en ocasiones pueden poner en riesgo su existencia en el mercado.

Uniones y Asociaciones para el empresario de la información

En la actualidad existen gran variedad de uniones y asociaciones, en las cuales el empresario de la información puede formar parte, o simplemente estar al tanto de noticias y novedades disponibles desde cada sitio Web, estas son:

- The Business and Reference and Services Section (BRASS), de la American Library Association (ALA).

³⁸MENDOZA MORALES, Soledad, Op. Cit., p. 43.

- American Society for Information Science and Technology (ASIS&T).
- Association for Library Collections and Technical Services (ALCTS).
- Association of Independent Information Professional (AIIP).
- Special Libraries Association (SLA).

Como se puede ver, esta serie de asociaciones, son de suma importancia para el bibliotecólogo empresario, ya que en ocasiones necesitará información especializada de su quehacer profesional, que sólo expertos en la materia podrán proporcionarle, además que algunas de estas asociaciones ofrecen beneficios para aquellos que formen parte de ellas como por ejemplo, suscripciones a publicaciones, servicios exclusivos, descuentos para los eventos que patrocinen y hasta comunicación con los demás miembros, lo cual es muy interesante debido a que se podrían compartir experiencias e información para mejorar tanto de forma personal como profesional.

1.10 EL “*INFORMATION BROKER*”³⁹

*“Los empresarios se encuentran en todas las profesiones, y el “Information Broker” representa un elemento empresarial en bibliotecología”.*⁴⁰

Además de existir el bibliotecólogo como empresario, es decir, que desee tener sus propias instalaciones y equipo de trabajo, también existe un punto medio para lograrlo y empezar a generar fondos para fundarla, denominado como “*Information*

³⁹El término “*Information Broker*” es entendido como: Corredor de Información.

⁴⁰LEACH, Lynda Nash. Do you have what it takes to be a successful information broker? En: Information brokers and reference services. New York. Haworth. 1988. p. 175.

Broker”, el cual es un profesional de la información que puede tener o no las intenciones de crear una empresa como tal, sino que puede ser un empresario individual, que no le tenga que entregar cuentas a nadie más, ni se vea en la necesidad de tener un equipo de trabajo. Al respecto, Turnbull,⁴¹ comenta que los “*Information Broker*” surgieron de empresas de información o centros de información y gracias a su experiencia, decidieron incursionar en el mercado.

Enseguida, Rosen⁴² resume lo que es y lo que implica ser un “*Information Broker*”

Los “*Information Brokers*” en muchas de las ocasiones son vistos como bibliotecarios de consulta que trabajan por su cuenta, los cuales deben entender que la información es poder y entender las necesidades actuales de sus clientes, deben tener una excelente habilidad para escuchar, comunicar y entrevistar; deben ser flexibles y adaptables; deben ser organizados, saber sintetizar e interpretar la información; deben ser capaces de enseñar y trabajar con clientes no muy usuales y con diversos materiales de la biblioteca; y deben poseer algunas habilidades administrativas. Adicionalmente debe de contar con una mentalidad lógica y analítica, deben ser confidentes, tener una buena memoria, perseverancia y ser eficientes. Dichas habilidades también deben complementarse con otras que un bibliotecario conoce, tal es el caso de saber negociar, saber interpretar estadísticas y manejar las relaciones públicas.

⁴¹TURNBULL Muñoz Federico, Op. Cit., p. 3.

⁴²ROSEN, Brenda C. The age of the information broker: an introduction. En: information brokers and reference services. New York: Haworth, 1988. p. 24.

Es por lo anterior, que el “*Information Broker*”, al igual que el empresario de la información, debe darse a la tarea de desarrollar y poseer diversas habilidades y capacidades para salir adelante, o de lo contrario será muy difícil alcanzar los objetivos.

Uniones y Asociaciones para “*Information Brokers*”.

El “*Information Broker*” puede contar con las siguientes asociaciones para apoyarse en su labor diaria, estas son:

- American Society for Information Science and Technology (ASIS&T).
- Association of Independent Information Professionals (AIIP).
- Association for Information Professionals (AIP).
- Library and Information Technology Association (LITA).
- Public Record Retrievers Network (PRRN).
- Strategic for Competitive Intelligence Professionals (SCIP).

En ocasiones existen “*Information Brokers*” que se especializan en un área en particular, por lo cual sería recomendable que se integraran a asociaciones especializadas en dicho tema, como por ejemplo:

- American Association of Law Libraries (AALL).
- Medical Library Association (MLA).
- American Business Association (ABA).

Al igual que las asociaciones para empresarios de la información, estas ofrecen beneficios para aquellos que sean miembros de ellas.

Como se mencionó desde un principio, el “*Information Broker*” es un empresario individual, la cual a su vez es una figura jurídica, así que si un bibliotecólogo quiere dedicarse a esto, tendrá que estar informado al respecto.

En este primer capítulo se habló específicamente sobre lo que son las empresas de información, de sus características y de los elementos que las conforman, así como de las posibilidades que tiene el bibliotecólogo emprendedor en crear dicho tipo de empresa y convertirse en empresario, y a la par de esto se tocó la figura emprendedora que es denominada como “*Information Broker*” o Corredor de Información, pero aún falta conocer el estado en el que se encuentra la Industria de Información en México, la cual engloba a este tipo de empresas, es por ello que en el siguiente capítulo se hablará de esta industria y se dará a conocer cuáles y cuantas empresas de información existen actualmente en México y que es a lo que se dedican, y por último, se abordarán algunos factores negativos que pueden detener el desarrollo de este tipo de empresas en el país.

CAPÍTULO 2: LA SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO

2.1 LA INDUSTRIA DE LA INFORMACIÓN EN MÉXICO

En México existe una industria, en donde se engloban todas aquellas instituciones, organizaciones o empresas de carácter lucrativo y no lucrativo, que tienen como propósito el desarrollo de recursos de información y se preocupan por el procesamiento, organización, almacenamiento y recuperación de estos; la cual se conoce como Industria de la Información. Es importante mencionar que dicha industria tiene dos vertientes, la primera es aquella relacionada con las telecomunicaciones (radio, televisión, telefonía e internet) y la segunda con la bibliotecología y ciencias de la información.

Dentro de la bibliotecología y ciencias de la información tiene cinco categorías, las cuales son:

1. “Instituciones Gubernamentales.
2. Instituciones Educativas.
3. Sociedades Eruditas y profesionales.
4. Organismos internacionales.
5. Empresas privadas”.⁴³

⁴³RAMOS SIMÓN, Luis Fernando. Op. Cit. p. 58.

Hay que señalar que las empresas privadas serán aquellas que le interesen al bibliotecólogo en este momento.

Turnbull⁴⁴ apunta que dicha industria está presente en el país, pero no hay un organismo que controle sus actividades, sino que es regulada por otras asociaciones como la Asociación Mexicana de Bibliotecarios A.C. (AMBAC), la Asociación Mexicana de la Industria de las Tecnologías de la Información (AMITI), la Americana Mexicana de Telecomunicaciones (AMEXTEL), la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) e Internet Society México (ISOC México).

En cuanto al tiempo que lleva esta industria en México, se puede decir que tiene un poco más de cuatro décadas, debido a que uno de sus primeros impulsores fue el Centro de Información Científica y Humanística (CICH) de la UNAM que inicio sus labores en el año de 1971. La función de dicho centro era el de ofrecer servicios de información para usuarios internos o externos, tales como: investigaciones bibliográficas retrospectivas, servicios documentales, disseminación selectiva de información, actualización de citas bibliográficas a un autor, servicio de suscripciones, etcétera., y de igual manera fue responsable de desarrollar cuatro bases de datos, Blat, Clase, Periódica y CIIN;⁴⁵ cabe hacer mención que el centro se disuelve en 1997.

El Fondo de Información y Documentación para la Industria (INFOTEC) es otro de los responsables de iniciar con esta industria, dicho fondo “se creó en 1974 como

⁴⁴TURNBULL MUÑOZ, Federico, Op. Cit., p. 1-2.

⁴⁵UNAM. Dirección General de Planeación. Centro de información científica y humanística. Centro de Información Científica y Humanística. [En línea]. Disponible en: <<http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/anteriores/1994/cich.php>>. [Consultado: 8 de febrero de 2014].

fideicomiso público del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y Nacional Financiera (Nafin)”,⁴⁶ y ofrece servicios de información, de consultoría y de capacitación, así como boletines mensuales, patentes, directorios, índices, revistas, etcétera. Y por último se encuentra el Servicio de Consulta a Bancos de Información (SECOBI), que fue creado en 1976 por el Conacyt “con el propósito de apoyar a la investigación y al desarrollo del país, brindando un servicio de información mundial de cualquier área o tema de interés.”⁴⁷

Como se observa, los servicios de información siempre han sido parte importante dentro de la sociedad por lo cual se ha buscado desarrollar instituciones que se encarguen de llevar a cabo dicha labor, debido a que estas de alguna forma impulsan el desarrollo del país, brindando a sus habitantes productos que satisfagan sus necesidades de información y que impactan en sus objetivos personales; por lo cual es razón suficiente para que los bibliotecólogos creen y den a conocer empresas privadas que apoyen de igual forma a las personas y en mayor medida a otras empresas, instituciones u organizaciones que necesiten de servicios de información para desarrollarse de mejor forma.

En México, las empresas privadas dedicadas a la rama de la información, surgieron a inicios de los ochenta, entre las que se destacan: Grupo Sistemas lógicos (1983), Grupo Difusión Científica (1988), NyE Omicron (1979) e Infytec (1976, después Incytec). Al

⁴⁶INFOTEC. Nuestra historia. [En línea]. Disponible en:<
http://www.infotec.com.mx/en_us/infotec/nuestra_historia_infotec>. [Consultado: 8 de febrero de 2014].

⁴⁷Secretaría de Economía. Banco de datos SECOBI (Servicio de Consulta a Bancos de Información). [En línea]. Disponible en: <<http://www.contactopyme.gob.mx/mercados/info/secobi.html>>. [Consultado: 8 de febrero de 2014].

transcurrir el tiempo se fue incrementando el número de esta clase de empresas, las cuales llegaron a ser de carácter nacional o internacional, lo cual a su vez origina cierta tipología. A continuación Turnbull⁴⁸ muestra la manera en que se agrupa dicho mercado:

- Oficinas directas de empresas internacionales, como por ejemplo EBSCO, Swets, Thomson Reuters.
- Empresas mexicanas que representan a una o más empresas internacionales, pero que también proveen productos propios y adecuados al mercado nacional, como por ejemplo Grupo Difusión Científica representa a Cengage Learning e Infoestratégica a Dialog.
- Empresas e instituciones nacionales que proveen productos o servicios de información desarrollados por ellos mismos, como por ejemplo, Sistemas Lógicos con Logicat, IN4MEX con acceso a publicaciones periódicas nacionales en formato electrónico.

De lo anterior se deduce que la Industria de la Información es compleja, al igual que las empresas de información que emanan de ella ya que no solo basta con crear una, sino hay que saber el tipo de empresa que se quiere construir y tener en un futuro. Se recomienda que el bibliotecólogo emprendedor opte por crear su propia empresa, pero antes a de poseer las bases necesarias, las cuales se obtendrán ya sea informándose o ganando experiencia en el campo laboral, esto con el fin de evitar que otros

⁴⁸TURNBULL MUÑOZ, Federico, Op. Cit., p. 3-4.

profesionales o compañías extranjeras vayan acaparando esta oportunidad de trabajo que le corresponde a este profesional de la información, porque quien mejor que ofrecer servicios de información que un bibliotecólogo especialista de la información que se preocupa por el desarrollo de la profesión y el país.

2.2 EMPRESAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO

A continuación se describirán la mayoría de las empresas de información que existen en el país. Con el fin de proporcionar cierta información sobre ellas como lo son, sus productos y servicios, su país de origen, su fundador, y otros datos más que podrían resultar interesantes al momento de estudiarlas e identificarlas.

Apoyo al Desarrollo de Archivos y Bibliotecas de México, A.C

ADABI de México es una asociación civil, fundada en el año de 2003, que se encarga de “fortalecer el desarrollo de las instituciones y la conservación de archivos y bibliotecas de México”.⁴⁹ Los servicios de ADABI son sumamente variados y especializados, los cuales se dividen en archivística, libro antiguo, conservación de fuentes o con respecto a las publicaciones que maneja y con su Centro de Conservación, Restauración y Encuadernación (CCRE); pero en general los servicios entran en alguna de las siguientes categorías.

- Asesoramiento y capacitación en archivística y documentos
- Asesoramiento de Infraestructura

⁴⁹ADABI de México. ¿Qué hacemos? [En línea]. Disponible en: <<http://www.adabi.org.mx/content/lateral/queHacemos.jsfx>>. [Consultado: 13 de febrero de 2014].

- Rescate de archivos públicos, privados y bibliotecas antiguas (limpieza, organización y clasificación de documentos)
- Descripción de acervos (elaboración de instrumentos de consulta)
- Preservación de fuentes documentales
- Conservación, restauración y encuadernación de fondos antiguos bibliográficos
- Difusión y publicaciones

Esta asociación se ubica en Cerro de San Andrés #312, Col. Campestre Churubusco. Del. Coyoacán. México, D.F. C.P. 04200. ADABI se puede contactar a través de:

Tels.: 5549-6913 y 5336-5619.

Correo electrónico: contacto@adabi.org.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.adabi.org.mx/>.

BibliOrion

BibliOrion es una compañía mexicana proveedora de servicios creada el 16 de febrero de 1991⁵⁰ por Oscar Martínez Lizardi. Está conformada por profesionales en bibliotecología, archivonomía e informática. Sus servicios radican en organización técnica, venta de material bibliográfico, digitalización, fumigación, restauración, encuadernación, desarrollo de sitios web, edición digital y cursos virtuales y presenciales. Así mismo es una empresa interesada en el software libre y código abierto,

⁵⁰Bibliorion. Información. [En línea]. Disponible en: <<https://www.facebook.com/bibliorion.company/about>>. [Consultado: 14 de febrero de 2014].

por lo cual maneja dos sistemas integrales de administración bibliotecaria con estas características, llamados Koha>Kobli y Openbiblio, y por otra parte también cuenta con bibliOrion e-learning el cual es un software dirigido al aprendizaje electrónico.

Esta compañía se ubica en Orión #7 Mz. 83 Lt. 4. Col. Ciudad Galaxia Los reyes. Chicoloapan. Edo. de México. C.P. 56383. BibliOrion se puede contactar a través de:

Tel.: 2636-4107.

Cel.: 55-1377-8869.

Correo electrónico: info@bibliorion.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.bibliorion.com/>.

Biblomodel, S.A. de C.V.

Biblomodel es una empresa mexicana, creada el 19 de diciembre de 1981, esta se encarga de la manufactura y comercialización de mobiliario para bibliotecas y oficinas. Realiza la planeación y distribución de espacios de acuerdo a las necesidades de cada biblioteca con ayuda de animaciones gráficas y paseos virtuales, hace el diseño de muebles especiales; además de ser proveedor para bibliotecas: de metálicos, etiquetas, señalizaciones, mobiliario, estantería, estantería compacta, paneles, archiveros, libreros metálicos, estaciones de trabajo, etcétera.

Esta empresa tiene dos sucursales en México, una en el D.F. y otra en Monterrey, aparte de estar presente en Estados Unidos, Centroamérica, Sudamérica, Europa y Asia.

Biblomodel se ubica en Av. Presidente Masaryk #111, PH-1, Col. Chapultepec Morales, Del. Miguel Hidalgo. México D.F. CP. 11570, y en Humberto Junco Voigt #2307, Col.

Valle Oriente, San Pedro Garza García, Nuevo León, México, C.P. 66290. La empresa se puede contactar a través de:

Tels.: 5027-3000 (México D.F.), 8363-9007 y 8363- 9014 (Monterrey).

Correo electrónico: marketing@biblomodel.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://biblomodel.alapar.com/>.

EBSCO México Inc., S.A. de C.V.

EBSCO ((Elton B. Stephens COmpany) es una empresa creada por el abogado estadounidense Elton Bryson Stephens en 1958. Esta institución ofrece a bibliotecas, empresas y centros de investigación un amplio conjunto de herramientas de gestión de recursos electrónicos, textos completos y bases de datos secundarias para revistas electrónicas, paquetes electrónicos y suscripciones en papel,⁵¹ sus productos cubren diferentes áreas de las ciencias y humanidades.

Esta compañía cuenta con oficinas en todos los continentes, lo cual refleja el poderoso sistema de información que es y lo necesaria que es la información en todo el mundo.

EBSCO México se ubica en Benjamín Hill #188 Col Hipódromo Condesa, Del. Cuauhtémoc. México, D.F. C.P. 06170. La compañía se puede contactar a través de:

Tels.: 5273-1585, 5273-8218 y 5273-3132.

⁵¹EBSCO. Sobre EBSCO Information Services. [En línea]. Disponible en: < <http://www2.ebsco.com/es-es/app/AboutUs/Pages/abouteis.aspx>>. [Consultado: 14 de febrero de 2014].

Correo electrónico: eismexico@ebSCO.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www2.ebSCO.com/es-mx/Pages/index.aspx>.

Educomsa, S.A. de C.V.

Educomsa es una empresa mexicana, creada en 1989 cuyo principal propósito es brindar a sus clientes recursos de información electrónicos como lo son libros y revistas electrónicas, además de brindar acceso a bases de datos referenciales y de texto completo. Son distribuidores autorizados de Ovid, de igual forma cuentan con servicios de InterScience y de Springer, ofreciendo de este último la herramienta SpringerLink. La temática de la información que manejan gira entorno a la ciencia, tecnología y medicina; igualmente ofrecen soluciones electrónicas para bibliotecas y otras instituciones.

Esta empresa se ubica en Irapuato #14 Col. Condesa, Del. Cuauhtémoc. México, D.F. C.P. 06170. La empresa se puede contactar a través de:

Tels.: 5273-5342 y 5272-6806.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.educomsa.com.mx/>.

e-Technologies Solutions México

e-Tech Solutions es una empresa que se creó en mayo del 2000 en la ciudad de Ann Arbor, Michigan. Sus productos se basan en contenido electrónico que apoyan a la

educación a distancia y a las bibliotecas digitales. Cuenta con una gran variedad de libros y revistas electrónicas, además ofrecen simuladores, bases de datos y otras herramientas útiles para bibliotecas; la temática que manejan en sus recursos que ofrecen es muy variada, dado que se puede encontrar materiales de historia, arte, literatura, ciencias sociales, medicina, tecnología, etcétera.

e-Tech se encuentra en diversos países de América y en cuanto a México se refiere cuenta con dos sucursales, que se ubican en: Av. Ejército Nacional #718. Piso 3 Oficina 301. Col. Polanco Reforma. México, D.F. CP 11550 y José Benítez 2186 Oficina 9. Col. Obispano. Monterrey, N.L. CP64060. e-Tech se puede contactar a través de:

Tels.: 5254-3722, 5399-3799 (México D.F.) y 504-1254 (Monterrey).

Correos electrónicos:

- ventasmexico@etechwebsite.com.
- mercadotecnia@etechwebsite.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.etechwebsite.com/es/>.

Grupo Difusión Científica, S.A. de C.V.

GDC es una empresa mexicana fundada en 1988 y dirigida por Norma Montesdeoca León. Esta “se dedica a proveer productos y servicios de información en diversos formatos a instituciones académicas, sector salud, industria farmacéutica y a diversas unidades de información y documentación de los sectores público y privado tanto en

México como en América Latina”.⁵² Entre sus productos se encuentran la distribución de libros técnicos y científicos, así como de obras de consulta, GDC trabaja con algunas de las editoriales más importantes en el mundo, proporciona mobiliario, herramientas tecnológicas, etcétera. También cuenta con fuentes de información electrónica, que cubren todas las áreas del conocimiento. Igualmente son distribuidores del sistema integral de administración de bibliotecas Altair. GDC ofrece además servicios de digitalización, organización documental, consultoría y asesoría, relacionados al manejo de bases de datos y otros temas que tienen que ver con las bibliotecas como lo son: formación de usuarios, desarrollo de colecciones, mercadotecnia en servicios bibliotecarios, etcétera.

Esta empresa se ubica en Av. Emiliano Zapata #285 Col. Sta. Cruz Atoyac, Del. Benito Juárez. México, D.F. C.P. 03310. GDC se puede contactar a través de:

Tels.: 5090-2800 y 5090-5300.

Correo electrónico: difusion@difusion.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.difusion.com.mx/difusion/>.

⁵²Delfos. Verificación de empresas. [En línea]. Disponible en:<
http://www.dtic.co.cu/FTP/informes/df_v_2.3_018_05vc.pdf>.p.16. [Consultado: 15 de febrero de 2014].

Grupo Sistemas Lógicos, S.A. de C.V.

Grupos Sistemas Lógicos, es una compañía mexicana, creada en 1983 por Charlotte Bronsoiler Frid y Alfredo Bronsoiler Frid; que está conformada por profesionales en bibliotecología e informática. Son representantes de Ex Libris para américa Latina exceptuando a Brasil,⁵³ igualmente son responsables de la marca Logicat, el cual es un sistema integral para la administración de bibliotecas y archivos.

Grupos Sistemas Lógicos posee oficinas en Chile, Colombia y México. Con lo que respecta a México esta empresa se ubica en Francisco Petrarca 133-PH. Col. Chapultepec Morales. Del. Miguel Hidalgo. México, D.F. C.P. 11570. Grupo Sistemas Lógicos se puede contactar a través de:

Tel.: 5254-5052.

Correos electrónicos:

- Dirección General: charlotte@gsl.com.mx.
- Gerencia Operativa: bronsoiler@gsl.com.mx.
- Logicat: logicat@gsl.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.gsl.com.mx/gslm/>.

⁵³Grupo Sistemas Lógicos. Quiénes somos. [En línea]. Disponible en: <http://www.gsl.com.mx/gslm/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=55>. [Consultado: 16 de febrero de 2014].

Hipertext, S.A. de C.V.

Hipertext es una empresa mexicana, fundada por Eduardo Olea en el 2003, sus productos se enfocan exclusivamente en el campo de la medicina, proporcionando importantes fuentes de información a nivel mundial, soporte técnico especializado y capacitación. Son distribuidores exclusivos de Ovid Technologies por lo cual todos sus productos giran alrededor de esta empresa, teniendo a su disposición diversas bases de datos, libros y revistas electrónicas en el área de la salud.

Dicha empresa se ubica en Insurgentes Sur #1898 Piso 12 Col. Florida. Del. Álvaro Obregón. México, D.F. C.P. 01020 y Pabellón Ejecutivo Clemencia Borja Taboada 503-A. Col. Jurica Acueducto. Querétaro, Qro. C.P. 76230; Hipertext también cuenta con una oficina en Atlanta. La compañía se puede contactar a través de:

Tels.:5488-0192 (México D.F.) y 234-2719 (Querétaro).

Correo electrónico: eduardo_olea@hipertext.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://hipertext.com.mx/>.

Ibarra, Corte y Doble de Lámina, S.A. de C.V

Ibarra es una empresa mexicana, fundada por Ignacio Ibarra García y Miguel Ibarra García, que lleva un poco más de tres décadas en el mercado. Esta compañía se encarga de brindar exclusivamente accesorios y mobiliario para bibliotecas y archivos. Sus productos se basan en racks, estanterías, mesas, sillas, bancos, lockers y cestos.

Dicha empresa se ubica en: Prolongación Av. San Antonio #137. Col. Carola. México, D.F. C.P. 01180. Ibarra se puede contactar a través de:

Tels.: 5515-5201 y 5515-5202.

Correo electrónico: ventas@ibarracorteydoblez.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.ibarracorteydoblez.com/>.

Information Handling Services de México

IHS se fundó en Estados Unidos en 1959 por Richard O'Brien, hoy en día es una compañía que proporciona sistemas de información, bases de datos para el desarrollo y suministro de sistemas integrales de información para el mercado industrial e instituciones de educación superior, comercializando bases de datos técnicas y publicaciones (estándares, códigos, regulaciones, etcétera.).⁵⁴ Sus productos se enfocan principalmente en análisis y software especializados de diversas áreas, como por ejemplo la economía, energía, defensa, seguridad y química. Es importante destacar que son representantes de las publicaciones del Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE), la cual es una asociación dedicada a la estandarización y que está conformada por profesionales vinculados con las nuevas tecnologías.

⁵⁴ABRAMS, William S. Directorio de consultores, recursos y sitios de internet relacionados con bibliotecas mexicanas. [En línea]. Disponible en: <<http://www.dirbibmex.org/directorio.docx>>. p. 679. [Consultado: 17 de febrero de 2014].

IHS cuenta con oficinas en diversos países del mundo; en México se ubica en Insurgentes Sur #813. Ampliación Nápoles. Del. Benito Juárez. México D.F. C.P. 03810. Esta empresa se puede contactar a través de:

Tel.: 3067 6440.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.ihs.com/es/mx/index.aspx>.

Importaciones MASE S.A. de C.V.

Importaciones MASE es una empresa mexicana, establecida por Sergio del Valle Torrijos, el 7 de septiembre de 1989, se especializa en sistemas integrales de archivo y almacenamiento, y sistemas de control de archivo y organización de documentos. Entre sus productos se encuentran, proveer de mobiliario a diversas unidades de información, como por ejemplo muebles multimedia, planeros, estantería móvil, lockers, etcétera. así mismo ofrece servicios relacionados con el mantenimiento, instalación y organización documental.

Esta compañía se encuentra en Oriente 182 #285 Col. Moctezuma. Del. Venustiano Carranza. México, D.F. C.P. 15530. La compañía se puede contactar a través de

Tel.: 5784-8217.

Correo electrónico: contacto@mase.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.mase.com.mx/>.

In4MEX, S.A. de C.V.

In4MEX es una empresa mexicana con más de 10 años en el mercado, se especializa en la localización de documentos y en el desarrollo de sistemas de localización de información. De igual forma esta empresa ofrece una biblioteca y hemeroteca digital, que contiene un acervo que cubre todas las áreas del conocimiento y está conformado por las publicaciones más importantes de habla hispana.

Esta compañía se ubica en Puebla #74-3, Col. Roma. Del. Cuauhtémoc. México, D.F. C.P. 06700. In4MEX se puede contactar a través de:

Tels.: 5545-0228 y 5545-0376.

Correo electrónico: informes@in4mex.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.in4mex.com.mx/>.

InfoConsultores, S.C.

Infoconsultores es una empresa mexicana, fundada en 1989 por Heberto Reynel Iglesias. Se dedica a la distribución de libros académicos y especializados, electrónicos o impresos, que cubren diferentes áreas del saber humano, ofrecen sistemas integrales para la administración de bibliotecas como Alexandria y SIABUC, distribuyen equipo, mobiliario y consumibles para bibliotecas académicas y especializadas, se dedican al procesamiento de libros y a la edición de revistas y libros sobre ciencia y tecnología de la información, es conocida por la edición de la revista Información y ofrecen servicios

de capacitación y consultoría para el mejoramiento organizaciones y procedimientos bibliotecarios, o para el proyecto y la construcción de edificios para bibliotecas.

Infoconsultores se ubica en Michoacán #30-6. Col. Hipódromo. Del. Cuauhtémoc. México, D.F. C.P. 06100. La empresa se puede contactar a través de:

Tels.: 5264-7772, 5264-7814 y 5584-0209.

Correo electrónico: clientes@infoconsultores.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.infoconsultores.com.mx/>.

Infoestratégica, S.A. de C.V.

Infoestratégica es una compañía mexicana, fundada por José Luis Ascárraga Rossete. Sus productos se enfocan a consultorías en sistemas de información, son proveedores de distintas bases de datos entre los cuales sobresale el distribuidor de bases de datos Dialog, igualmente imparten cursos de formación sobre tecnologías de información, presenciales o a distancia y por último cuentan con una serie de herramientas tecnológicas que tienen como objetivo sistematizar la información que se genera dentro de las organizaciones.

Esta compañía posee tres oficinas, una en Colombia, otra en Chile y la última en México; esta última se ubica en Montecito 38 Piso12 Of. 35 World Trade Center Col.

Nápoles. Del. Benito Juárez. México, D.F. C.P. 03810. Infoestratégica se puede contactar a través de:

Tel.: 9000 0210.

Correo electrónico: mexico@infoestrategica.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.infoestrategica.com/>.

Información Científica Internacional, S.A. de C.V.

ICI, es instaurada en febrero de 1997 por Valentín Becerril Olivares. Esta empresa es considerada como la primera en tener en su equipo a bibliotecarios y archivistas profesionales. Sus productos giran en torno a equipo y mobiliario para bibliotecas, bases de datos, infraestructura, papelería, material didáctico, etcétera., sus servicios se basan en la organización de Unidades de Información, la conservación de documentos, automatización y digitalización, capacitación especializada, arquitectura de y reingeniería de servicios bibliotecarios, consultoría, y cursos. ICI de igual forma se ha dado a la tarea de ampliar aún más su mercado, por lo cual ha desarrollado una serie de locales que ofrecen productos exclusivamente para niños denominándose de esta forma como ICI niños.

Esta empresa se ubica en Cda. Carretera a San Pablo #60. Col. San Lucas Xochimanca. Del. Xochimilco. México D.F. C.P. 16300. La compañía se puede contactar a través de:

Tels.: 2156-1199, 2156-0770 y 2156-0917.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.iciweb.com.mx/>.

KM Soluciones Integradas, S.A. de C.V.

KM Soluciones Integradas es una empresa mexicana, fundada en 2004 por Reymundo Juárez Jiménez. Esta empresa al igual que ICI posee una plantilla de trabajadores especializados en el área de la información. La compañía ofrece productos y servicios enfocados a “bibliotecas y archivos de colegios, escuelas, universidades, dependencias de gobierno, sector privado (empresas y profesionales), sector salud y particulares”.⁵⁵ Los productos de esta empresa se enfocan en estantería y mobiliario, seguridad y tecnología, papelería especializada, software para bibliotecas y archivos, y venta de libros impresos y electrónicos. Mientras que sus servicios se basan en Gestión y administración del conocimiento, organización técnica, capacitación y actualización, desarrollo de colecciones, integración y desarrollo de servicios digitales, digitalización y soluciones para archivos.

KM Soluciones Integradas se ubica en San León #1707, Col. Villas de San Cristóbal, San Nicolás de los Garza. N.L. C.P. 66478. La compañía se puede contactar a través de:

Tels.: 8321-9353 y 01 800 823-5216.

Correo electrónico: ventas@kmsoluciones.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://kmsoluciones.com/>.

⁵⁵KM Soluciones Integradas. Quiénes somos. [En línea]. Disponible en: <<http://kmsoluciones.com/quienes-somos/>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

Library Outsourcing Service, S.A. de C.V.

Library Outsourcing Service es una empresa mexicana creada por Olga Lidia Medina Martínez en el año de 2003 y se encuentra principalmente constituida por profesionales de la información. Sus productos y servicios van dirigidos a diversas Unidades de Información. Entre sus productos están venta de libros, sistemas de seguridad e información, equipo de control, seguridad y oficina, mobiliario, papelería especializada y de oficina, y bases de datos. Sus servicios se engloban principalmente en organización técnica, capacitaciones, restauración-encuadernación, digitalización y fumigación. Así mismo Library Outsourcing Service, se ha preocupado en producir bibliografía especializada en el área de bibliotecología con el fin de poner al alcance de los bibliotecarios nacionales temas de vanguardia que ayuden al desarrollo bibliotecológico del país.⁵⁶

Esta compañía se ubica en Delfín Madrigal #60. Col. Santo Domingo Coyoacán. México D. F. C. P. 04369. Library Outsourcing Service se puede contactar a través de:

Tel.: 5421-7954.

Correo electrónico: tiendavirtual@library.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.libraryoutsourcing.com.mx/> o <http://www.library.mx/>.

⁵⁶Library Outsourcing Service. Presentación. [En línea]. Disponible en: <<http://www.libraryoutsourcing.com.mx/>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

Libros Cinco Continentes, S.A. de C.V.

Libros Cinco Continentes es una compañía mexicana, fundada el 19 de noviembre de 1993 por Aroldo Juan Romero González. Dicha empresa se dedica a la “búsqueda, adquisición y entrega de libros, sin importar el país donde hayan sido editados”,⁵⁷ por lo cual trabaja con más de 800 editoriales de todo el mundo.

Esta empresa se ubica en Kelvin 8. Col. Anzures. Del. Miguel Hidalgo. México, D.F. C.P. 11590. Se puede contactar con ella a través de:

Tels.: 5250-0282 (conmutador) y 5254-1194 (ventas).

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.libroscincocont.com.mx/>.

Organización Técnica del Conocimiento, S.A. de C.V.

OTC es una empresa mexicana, instaurada por Jorge Ramírez Flores, la cual está compuesta por profesionales de la información y es considerada como la agencia de catalogación más importante de América Latina. Sus principales productos son papelería especializada, mobiliario y equipo, y sistemas de seguridad. Sus servicios se basan en organización técnica de bibliotecas, planeación de espacios, fumigación encuadernación, digitalización, cursos y talleres.

⁵⁷Libros Cinco Continentes. Inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.libroscincocont.com.mx/>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

La empresa se ubica en Aniceto Ortega #817 planta baja Int. "D". Col. Del Valle. Del. Benito Juárez, México D.F. C.P. 03100. OTC se puede contactar a través de:

Tel.: 2156-4810.

Correo electrónico: ventas@otcmexico.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.otcmexico.com/>.

Puvill Libros, S.A.

Puvill Libros es una empresa creada en Barcelona 1945. Esta se especializa en la distribución de libros y publicaciones periódicas, tanto comerciales y no comerciales de España, México, Francia, Portugal, Andorra, Estados Unidos, etcétera. Los servicios que maneja esta empresa son, guías de las últimas publicaciones en España, Estados Unidos y México, encuadernaciones, procesos técnicos y físicos de los documentos, así como un catálogo de todos sus materiales con la posibilidad de hacer pedidos en línea.

Puvill Libros cuenta con oficinas en España, Estados Unidos y México; en este último se ubica en Pennsylvania #151 A, Desp. 103. Col. Parque San Andrés. Del. Coyoacán. México, D.F. C.P. 04040. Dicha compañía se puede contactar a través de:

Tel.: 5658-3100.

Correo electrónico: puvillmexico47@yahoo.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.puvill.com/>.

Remington Sistemas, S.A. de C.V.

Remington Sistemas es una empresa mexicana que lleva más de 100 años en el mercado, la cual está “dedicada al diseño, la fabricación y comercialización de mobiliario para archivación y almacenaje”.⁵⁸ Sus productos consisten en estanterías, casilleros, kardex, libreros, planeros, etcétera. También es posible que los productos se desarrollen a partir de las necesidades de los clientes.

Esta compañía se ubica en Cerrada de Almacenes #30 – C. Col. Pantaco - El Jagüey Del. Azcapotzalco. México D.F. C.P. 02519. Se puede contactar a través de:

Tels.: 5347-3471 al 76.

Correos electrónicos:

- ventas@remington.com.mx.
- proyectos@remington.com.mx.
- operaciones@remington.com.mx.
- remington@remington.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.remington.com.mx/>.

Servicios Bibliotecarios

Servicios Bibliotecarios es una empresa mexicana, creada por Guillermo Delgado Román el 21 de noviembre de 2012; con el propósito de “satisfacer las necesidades de

⁵⁸Remington Sistemas. Conócenos. [En línea]. Disponible en: <<http://www.remington.com.mx/#>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

organización documental que requiera cualquier institución en sus acervos bibliográficos con miras a obtener un impacto relevante en el crecimiento y desarrollo de la misma”.⁵⁹ Sus productos consisten en sistemas integrales para administración de bibliotecas, papelería especializada, encuadernación, estantería y mobiliario; y sus servicios en análisis documental, digitalización, asesoría y capacitación, y recuperación de información.

Servicios Bibliotecarios se ubica en Chichimecas #473, Col. Ajusco. Del. Coyoacán. México, D.F. C.P. 04300. La empresa se puede contactar a través de:

Tel.: 5618-7023.

Correo electrónico: serviciosbibliotecarios@prodigy.net.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.paginasprodigy.com.mx/serviciosabibliotecarios/avisoprivacidad.html>.

Sistemas Biblioinforma, S.A. de C.V.

Sistemas Biblioinforma es una empresa mexicana, fundada en 1992. Esta se encarga de la importación y distribución de libros a nivel nacional de textos universitarios, de posgrado y doctorado entre otros. Sus áreas son biológicas, sociales y técnicas. Igualmente trabaja revistas, cd's y videos.

⁵⁹Servicios Bibliotecarios. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.paginasprodigy.com.mx/serviciosabibliotecarios/avisoprivacidad.html>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

La empresa se ubica en 9ª Oriente No. 8 Col. Isidro Fabela. Del. Tlalpan, México, D.F.

C.P. 14030. Se puede contactar a través de:

Tels.: 5528-3230, 5666-8156 y 5665-3843.

Correo electrónico: sistemas@sibi.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://sibi.com.mx/catalogo/>.

Soluciones Integrales para Bibliotecas y Archivos, S.A. de C.V.

Soluciones Integrales para Bibliotecas y Archivos es una compañía mexicana creada en noviembre de 2000 por Abraham Salvador López García, la cual está conformada por “bibliotecarios, emprendedores, expertos en tecnología y representantes de ventas”.⁶⁰

Sus productos están conformados por mobiliario, equipo, consumibles, bases de datos como Source OCDE y software especializado como es el caso de SIABUC y GLIFOS.

Los servicios con los que cuentan son digitalización, instalación y soporte técnico, fumigación, consultorías, catalogación, clasificación, etcétera.

La compañía se ubica en Calzada Tenorios #123- Edificio 3 - Despacho 103 Col. Ex Hacienda Coapa. Del. Tlalpan. México, D.F. C.P. 14300. Se puede contactar a través de:

Tel.: 2156 – 6439.

⁶⁰Soluciones Integrales para Bibliotecas y Archivos. Quiénes somos. [En línea]. Disponible en: <http://www.sibasa.com/quien.html>. [Consultado: 23 de febrero de 2014].

Correos electrónicos:

- clientes@sibasa.com.
- alopez@sibasa.com.
- telemarketing@sibasa.com.
- ventas@sibasa.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.sibasa.com/>.

Soluciones Zago, S.A. de C.V.

Soluciones Zago es una empresa mexicana que se dedica a la automatización de procesos documentales. Sus productos están destinados a digitalizar documentos y en proveer softwares que permitan administrar la información digitalizada, por lo que se dedican a la venta de escáneres, multifuncionales de gran formato, plotters y software para administración documental. Mientras tanto sus servicios consisten en consultorías, digitalización, integración de sistemas de control de gestión, renta y soporte técnico para equipos de digitalización, etcétera.

Soluciones Zago se ubica en Melchor Ocampo #104-1. Col. San Rafael. Del. Cuauhtémoc. México, D.F. C.P. 06470. La compañía se puede contactar a través de:

Tels.: 5566-9105, 5566-7844 y 5546-7698.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.zago.com.mx/>.

Somohano Express, S.A. DE C.V.

Somohano Express es una empresa mexicana instaurada en 1985 por José Guadalupe Trujillo, que posteriormente fue adquirida por José Carlos Trujillo Somohano.⁶¹ Sus productos y servicios están enfocados al sector educativo y empresarial. La compañía se dedica a la venta de, mobiliario, plataformas para libros electrónicos, automatización de bibliotecas, etcétera. Y se especializan en libros de arte, diseño y arquitectura.⁶²

La empresa se ubica en Tenancingo #9. Col. Condesa. Del. Cuauhtémoc. México, D. F. C.P. 06140. Somohano Express se puede contactar a través de:

Tels.: 5211-4818 y 5211-4817.

Correos electrónicos:

- adomiguez@somohano.com.mx.
- ctrujillo@somohano.com.mx.
- express@somohano.com.mx.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.somohano.com.mx/>.

Technologies on the Web, S.A. de C.V.

Technologies on the web es una empresa mexicana, que se especializa en el ramo de tecnologías de la información. Es responsable de haber desarrollado el sistema integral

⁶¹Bexap. Historias de éxito: Somohano Express, excelencia en el servicio con SAP Business One. [En línea]. Disponible en: <<http://www.bexap.com/img/casos-exito/somohano.pdf>>.p.1. [Consultado: 23 de febrero de 2014].

⁶²Somohano Express. Información. [En línea]. Disponible en: <<https://www.facebook.com/somohanoexpress/info>>. [Consultado: 23 de febrero de 2014].

de administración de bibliotecas Altair, el cual es distribuido por Grupo Difusión Científica. Además esta empresa se dedica a la venta de mobiliario, papelería, software, dispositivos de seguridad y otras herramientas tecnológicas.

Technologies on the Web se ubica en Anona. Mz. 1 Lt. 3. Casa 2. Col. Estanzuela Primera Sección Tabasco. C.P. 86280. La empresa se puede contactar a través de:

Correo electrónico: ventastweb@gmail.com.

Para mayor información se puede consultar la página <http://www.tweb.com.mx/>.

Hasta aquí, es que llega la lista de las empresas de información que hay en México, aunque seguramente quedan fuera algunas que están surgiendo o que no pudieron ser halladas. Aun así, se muestra una cantidad considerable de este tipo de empresas, que el bibliotecólogo puede emplear para identificarlas e informarse más sobre ellas.

Con el propósito de resumir la información de cada una de empresas descritas, a continuación se muestra un cuadro que señala los servicios que ofrecen y en donde también se agrega si poseen o no alguna red social, dado que hoy en día se considera herramienta fundamental de contacto con los clientes.

Empresa	Venta y/o suscripción de publicaciones impresas y/o electrónicas	Obtención de documentos	Infraestructura, Mobiliario y Equipo	Bases de datos	Asesorías, Cursos o Consultorías	Conservación y/o Restauración	Software Especializado	Organización Documental	Suministros para Unidades de Información	Nacional o Internacional	Red Social
ADABI de México	X				X	X		X		N	X
BibliOrion	X				X	X	X	X		N	X
Biblomodel			X						X	N	X
EBSCO México Inc.	X			X			X			I	X
Educomsa	X			X			X			N	
e-Technologies Solutions México	X			X			X			I	X
Grupo Difusión Científica	X		X		X	X	X	X		N	X
Grupo Sistemas Lógicos						X	X	X		N	X
Hipertext	X			X	X		X			N	
Ibarra, Corte y Doblez de Lámina			X						X	N	X
IHS de México	X			X	X		X			I	X
Importaciones MASE			X					X		N	X
In4MEX	X	X		X			X			N	X
InfoConsultores	X		X		X		X	X	X	N	X

Empresa	Venta y/o suscripción de publicaciones impresas y/o electrónicas	Obtención de documentos	Infraestructura, Mobiliario y Equipo	Bases de datos	Asesorías, Cursos o Consultorías	Conservación y/o Restauración	Software Especializado	Organización Documental	Suministros para Unidades de Información	Nacional o Internacional	Red Social
Infoestratégica	X	X		X	X		X	X		N	X
Información Científica Internacional			X	X	X	X		X	X	N	X
KM Soluciones Integradas	X		X		X	X	X	X	X	N	X
Library Outsourcing Service	X		X	X	X	X	X	X	X	N	X
Libros Cinco Continentes	X	X								N	X
Organización Técnica del Conocimiento			X		X	X		X	X	N	X
Puvill Libros	X	X				X		X		I	X
Remington Sistemas			X							N	X
Servicios Bibliotecarios	X	X	X		X	X	X	X	X	N	X
Sistemas Biblioinforma											X
Soluciones Integrales para Bibliotecas y Archivos			X	X	X	X	X	X	X	N	X
Soluciones Zago			X		X	X	X			N	X
Somohano Express	X		X				X			N	X
Technologies on the Web			X				X		X	N	

Figura 3. Empresas de información en México.

Como se pudo observar, existe una cantidad considerable de estas empresas en México, pero quizás no las suficientes como para cubrir todo el territorio y población del país, lo que demuestra la gran oportunidad que se tiene en desarrollar un negocio de estos, el cual no ha sido tan aprovechado por los profesionales de la información. La información anterior bien podría ayudar a identificar lo que son y que hacen cada una de estas compañías, pero también brinda la posibilidad de que el bibliotecólogo, ya sea estudiante, pasante o titulado, que acuda a alguna de ellas a buscar empleo, lo cual podría generar experiencia que le permitiría crear mejores bases al momento de querer convertirse en un empresario de la información, y si no fuera este el caso, podría verlo como una forma para aumentar su currículum y así facilitar que lo contraten en algún otro lugar.

2.3 FACTORES QUE LIMITAN LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO

En México existen una serie de factores que frenan el desarrollo de esta clase de empresas, por lo que el bibliotecólogo debe salir adelante, sobreponiendo ante todo su espíritu emprendedor y no darse por vencido, ya que de lo contrario dejará pasar una oportunidad única en la vida.

Entre las principales causas que frenan dicho sector se tiene:

- Falta de experiencia y miedo al fracaso trayendo consigo inseguridad al profesional de la información.

- Desconocimiento por parte de las personas con respecto a los beneficios que brinda la información.
- Poco personal profesional interesado en formar parte de la industria de la información.
- Restringida participación del gobierno.
- Falta de recursos económicos.

Otro factor que también incide en esta problemática, es el relacionado con los planes de estudios de las diferentes escuelas en el país, dado que estos no poseen asignaturas bien definidas sobre el tipo de profesional de la información que se necesita y de lo que debe saber para hacer frente al mundo de hoy.⁶³ Son tres los puntos básicos que los programas de estudio deben de tomar en cuenta:

1. Buscar que el alumno adquiriera otro idioma y que aprenda a manejar diversas tecnologías, ya que son parte esencial en el ámbito laboral
2. Que la enseñanza deje de ser tradicional y se busque un enfoque más crítico, para que de esta forma haya profesionales que estén conscientes y dispuestos a participar y mejorar su entorno.
3. Tomar en cuenta las necesidades y requerimientos de información en el país y el nivel de crecimiento de las bibliotecas; enseñando que hay un campo laboral todavía más grande y que las bibliotecas no lo son todo.

⁶³CAMACHO FUENTES, Gustavo, Op. Cit. p. 28.

En fin, lo que debe de hacer el bibliotecólogo emprendedor, es esforzarse y nunca rendirse en cumplir sus objetivos. A pesar de tener ciertas limitantes, estas no son tan graves, sino que dificultan un poco su camino al querer convertirse en un empresario de la información.

A lo largo del segundo capítulo se habló sobre lo que implica la Industria de la Información en el ámbito de la bibliotecología, y cuáles son sus antecedentes, con el propósito de entender de donde surgen dichas empresas y de conocer de qué manera se clasifican. Otro aspecto fue hablar sobre la mayoría de las empresas de información que hay en México, con el fin de informar sobre el estado actual de estas y poder identificarlas, para aprender un poco sobre ellas y de los productos y servicios que ofrecen, además de animar al bibliotecólogo o algún otro profesional de la rama de la información en acudir o contactar alguna de ellas para buscar trabajo y desarrollar experiencia que le ayude en sus objetivos personales. Finalmente se habló sobre la problemática para la conformación y consolidación de una empresa, en donde inciden factores sociales, políticos, económicos y hasta educativos.

En el capítulo final se busca brindar la información y estrategias necesarias para construir y consolidar una empresa de información, iniciando en la planeación y de cómo elaborar un estudio de mercado, un plan de negocios, un resumen ejecutivo, y finalmente se abordarán los trámites que hay que realizar para dar de alta a la empresa. Todo esto con el propósito de que el profesional de la información tenga un documento útil que le facilite su entrada al mundo de los negocios, el cual en ocasiones es un poco complicado y más para un profesional que no está tan familiarizado con él.

CAPÍTULO 3: CREACIÓN DE EMPRESAS DE INFORMACIÓN

3.1 TIPOS DE EMPRESAS

Una empresa se define como la unidad económica-social de producción o distribución de bienes o servicios,⁶⁴ y uno de los primeros pasos para su construcción, es el de definir el tamaño de dicho negocio, por ello es necesario que el futuro empresario de la información conozca los tipos de empresas que hay en México, y las características que estas tienen. En el país, la estratificación de empresas está constituida por micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, dedicadas a su vez a la manufactura, comercio o servicios. Esta tipología de empresas se basa en la actividad, el número de trabajadores e ingresos anuales que obtendrá. A continuación se muestra un cuadro que resume solamente los primeros tres tipos de empresa, ya que iniciar con una gran empresa de información es algo mucho más complejo y sobre todo imposible de alcanzar en un principio para el bibliotecólogo emprendedor que apenas empieza su camino en el mundo de los negocios.

⁶⁴Ley Federal del Trabajo. Artículo 6. [En línea]. Disponible en: <<http://info4.juridicas.unam.mx/juslab/leylab/123/17.htm>>. [Consultado: 19 de octubre de 2014].

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de costos de ventas anuales (mdp)	*Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	De 11 hasta 30	Desde \$ 4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	De 11 hasta 50	Desde \$ 4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	De 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	De 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	De 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

***Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.**

Figura 4. Estratificación de empresas en México (2013).

Fuente: Secretaría de Gobernación. Reglas de operación del fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa (fondo PyME) para el ejercicio fiscal 2013. [En línea]. Disponible en: <http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5289919&fecha=28/02/2013>. [Consultado: 25 de octubre de 2013].

Del cuadro anterior, se observa que aún la mediana empresa de información se muestra un poco compleja, por lo cual se le recomienda al bibliotecólogo emprendedor en optar por la micro o pequeña empresa de inicio, y de ahí partir a lo que sería la mediana empresa y en un próximo escenario a la gran empresa, por ejemplo en la actualidad se pueden considerar como grandes empresas en México a Infoestratégica e Información Científica Internacional (ICI), las cuales muy probablemente iniciaron como empresas pequeñas, teniendo así un limitado números de trabajadores y presupuesto, pero debido

al gran esfuerzo de sus fundadores, estas empresas han crecido demasiado como para llegar a posicionarse entre las empresas de información más importantes del país, por lo que llegar a construir una gran empresa de información es algo que podría llevar años para el bibliotecólogo emprendedor, pero el esfuerzo y tiempo para lograrlo será muy bien recompensado.

3.2 ESTUDIO DE MERCADO

Sea cual sea el tamaño de una empresa de información, ésta debe de llevar a cabo un estudio de mercado.

El estudio de mercado, consiste en una investigación que ayudará al bibliotecólogo emprendedor a la toma de decisiones empresariales y aumentará las probabilidades de éxito de la empresa. Dicha investigación debe ser lo primero que el bibliotecólogo interesado en crear su propia empresa debe hacer antes de materializarla, este estudio mostrará las necesidades y nichos de mercado de sus futuros clientes y así crear mejores productos para satisfacerlos, y también ayudará a conocer si es que el lugar en donde se encontrará la empresa de información es el más apropiado o no, ya que posiblemente pueda que no haya la concentración de clientes potenciales que se espera o porque se esté rodeado de grandes competidores, que puedan poner en riesgo su existencia.

3.2.1 Público objetivo

Dentro del estudio de mercado se determina el público objetivo o mercado meta, es decir, los futuros clientes de la empresa de información, como por ejemplo hombres, mujeres, niños, jóvenes, etcétera. Otros elementos que se deben conocer sobre ellos son:

- ¿Cuál es el volumen del público objetivo?
- ¿Cómo es la distribución actual del consumo entre los diferentes competidores del negocio?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción de dicho público objetivo? (con los actuales competidores)
- ¿Cuál es la percepción del precio que consideran equivalente, es decir, el que están dispuestos a desembolsar por nuestros productos o servicios?⁶⁵

3.2.2 Segmentación del mercado

Para una adecuada elección del público objetivo, el bibliotecólogo emprendedor tendrá que hacer una segmentación del mercado, la cual consiste en delimitar a un más a la clientela de la empresa de información, para ello se usan diferentes variables como sexo, edad, estado civil, nivel académico, aficiones, nivel económico, etcétera.

⁶⁵Centro Europeo de Empresas e Innovación. Guía de apoyo al emprendedor: cómo realizar un estudio de mercado. [En línea]. Disponible en: <http://www.ceeicr.es/uploads/tx_icticontent/GUIA_ELABORACION_ESTUDIOS_DE_MERCADO_01.pdf>.p.8. [Consultado: 10 de mayo de 2014].

3.2.3 Las 4 P de la mercadotecnia

Una vez segmentado el mercado, el bibliotecólogo emprendedor comenzará por desarrollar un proceso en donde interviene el producto, el precio, la promoción y el punto de venta.

- **Producto:** Con base a la información recabada del público objetivo, se comenzará la realización de los bienes y/o servicios que la empresa de información ofrecerá, así mismo se verán conceptos como marca, logotipo, atributos y beneficios del producto y posteriormente cuando el producto se encuentre en una etapa de madurez, este podrá ser candidato a modificaciones.
- **Precio:** En cuanto al precio, tendrán que analizarse las siguientes interrogantes ¿Qué valor tiene tu producto? ¿Cuánto vale algo similar en el mercado? ¿Tu producto va a ser exclusivo? ¿Qué precio fijar? ¿Por encima de la competencia? ¿Por debajo? ¿A igual altura? ¿Cómo percibe el precio nuestro futuro cliente?⁶⁶ Es sustancial que el bibliotecólogo asigne adecuadamente los precios de sus productos ya que este factor permitirá crear mejores estrategias ante sus competidores.
- **Promoción:** La promoción de los productos de la empresa de información debe responder lo siguiente, ¿De qué forma se darán a conocer los productos? ¿Dónde están los clientes? Es importante que el bibliotecólogo opte por herramientas de

⁶⁶Ibíd., p. 30.

promoción tradicional, así como nuevas tendencias, ya que de esta forma podrá atraer a clientes potenciales y asegurar la preferencia de los clientes reales.

- Punto de venta: El punto de venta se refiere al medio que se usará para ofrecer los productos al cliente, ya sea comercio electrónico y/o tradicional, y la forma en que se distribuirán los bienes. Para obtener esto, se tendrá que responder y hacer lo siguiente, ¿Cómo haré llegar mis bienes o servicios al cliente?, elegir si los bienes se venderán en un local o llegarán al domicilio del cliente y si se usa un local comercial, deberá tomarse en cuenta dónde se ubicará y con qué características contará.⁶⁷

Las variables anteriormente mencionadas sobre el estudio de mercado, pertenecen a un análisis interno, las cuales pueden ser controladas por la empresa de información, pero existen otras que no son controlables y pertenecen a lo que es un análisis externo.

3.2.4 Macroentorno

El macroentorno es un término proveniente de la mercadotecnia,⁶⁸ que se refiere al conjunto de factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos, que afecta, para bien o para mal, la relación que una empresa tiene con su mercado. Es por ello que el profesional de la información debe hacer un estudio de dichos elementos, para de esta forma tomar las mejores decisiones y que estas sean las más acordes para su empresa de

⁶⁷Marketing mix: las 4 p del marketing. [En línea]. Disponible en: <<http://pixel-creativo.blogspot.mx/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>>. [Consultado: 10 de mayo de 2014].

⁶⁸Centro Europeo de Empresas e Innovación, Op. Cit., p. 32.

información y así evitar inconvenientes en un futuro y de alguna forma sacar ventaja de ello.

3.2.5 Análisis del sector y del mercado de referencia

Esta variable consiste en examinar qué es lo que está ocurriendo con el consumo actual de productos similares que el bibliotecólogo quiere ofrecer a sus clientes. Este análisis se realizará en las zonas donde se piensa construir la empresa de información y también se recabará información de empresas como las ya mencionadas en el *capítulo 2*, con el propósito de analizar a los futuros competidores y de los que también puede aprender algunas cosas.

A continuación se muestra la información que se debe obtener en cuanto al producto y a la competencia:

1. “Cuál es la cifra de ventas (en dinero) que actualmente se factura en el mercado de referencia.
2. ¿Cuál es el volumen de ventas (en unidades, servicios, etcétera.) que actualmente se comercializan?
3. ¿Cuántas empresas del sector están vendiendo o comercializando esos productos en dicho mercado?
4. ¿Cómo se reparten la cuota de mercado dichas empresas?
5. ¿Cuál es la Empresa líder?

6. ¿Cuál es la segunda empresa en el ranking de cuotas de mercado, en caso de que exista una clara y definida segunda empresa?
7. ¿Qué estrategia de imagen utiliza la empresa líder y su seguidora más cercana?
8. ¿Qué canales de distribución utilizan?
9. ¿Qué posicionamiento tienen respecto al precio en el mercado?
10. ¿Si procede, qué clase de tecnología utilizan?”⁶⁹

3.2.6 Fuentes de información para un estudio de mercado

Las fuentes de información que el bibliotecólogo emprendedor deberá emplear para realizar un estudio de mercado se dividen en dos grandes grupos, estas son, las primarias y secundarias.

En primera instancia se tiene que las fuentes de información primarias son todas aquellas que proporcionan datos de todo lo que le concierne y haya sido elaborado con anterioridad por la propia empresa de información, como por ejemplo estudios de mercado, resultados de encuestas y cuestionarios, estadísticas y todo lo demás que pueda proporcionar información exclusivamente sobre su mercado; a este tipo de fuentes primarias se les denomina como internas, ya que han sido elaboradas dentro de la propia empresa, pero si no fuera este el caso, el bibliotecólogo emprendedor tiene la posibilidad de acudir a fuentes primarias externas, las cuales son elaboradas por instituciones o empresas, encargadas en realizar distintos estudios, entre ellos estudios

⁶⁹Ibíd., p. 34-35.

de mercado o algún otro tipo de investigación, que la empresa de información pueda necesitar, llegando a ser gratuitos o no.

En cambio, las fuentes de información secundarias son aquellas que proporcionan información no básica para la empresa de información, es decir que se sale fuera de sus intereses principales, pero que aun así conservan una relación que el bibliotecólogo puede emplear para realizar su estudio de mercado, tan solo basta que dicho profesional analice e interprete correctamente la información para poder aprovecharla al máximo. Dichas fuentes se tratan principalmente de informes estadísticos, censos, noticias y publicaciones especializadas sobre información empresarial general y sectorial,⁷⁰ las cuales son elaboradas en su mayoría por universidades, instituciones gubernamentales o privadas, medios de comunicación, asociaciones empresariales, etcétera.

3.2.7 Técnicas de recolección de datos

Dentro de un estudio de mercado, el bibliotecólogo emprendedor deberá de poseer información específica sobre su mercado, es decir, deberá ir elaborando sus propias fuentes primarias de información, ya que será imposible que toda la información que él busque la pueda encontrar en un solo lugar o estar pagando constantemente por ella, sino que el deberá darse a la tarea de conseguirla por sí mismo. Para esto deberá de emplear una serie de técnicas que le permitan obtener toda la información cuantitativa o cualitativa necesaria para llevar a cabo su estudio.

⁷⁰Confinem. Las fuentes de información externa de la empresa. [En línea]. Disponible en: <http://www.mirelacion.es/blog/fuentes-informacion-externa/>. [Consultado: 24 de mayo de 2014].

Entre las técnicas para la recolección de datos cuantitativos⁷¹ más comunes en un estudio de mercado son:

- Encuestas
- Paneles

Por otro lado, las técnicas para la recolección de datos cualitativos⁷² más comunes en un estudio de mercado son:

- Observación directa
- Entrevista a profundidad
- Reuniones en grupo

En fin, es de gran relevancia que el bibliotecólogo opte por alguna de estas técnicas, ya que la información conseguida por estos medios es sumamente valiosa para cualquier empresario que quiera conocer más a detalle a su mercado.

Una vez realizado el estudio de mercado correspondiente para la empresa de información, el bibliotecólogo emprendedor tendrá un mejor panorama del mercado al que se enfrentará y a partir de esto aprenderá más sobre el negocio que quiere y asegurará aún más la supervivencia de la empresa.

⁷¹Centro Europeo de Empresas e Innovación, Op. Cit., p. 53.

⁷²Ibíd., p. 55.

3.3 PLANEACIÓN, PLAN DE NEGOCIOS Y RESUMEN EJECUTIVO

Para la creación de una empresa de información, existen documentos clave que el empresario de la información debe de redactar, para materializar su idea. Además servirán como intermediarios para la toma de decisiones y para conseguir apoyo o financiamiento, estos son: la planeación, el plan de negocios y el resumen ejecutivo.

3.3.1 Planeación

Todo bibliotecólogo que desee ser empresario debe tener en cuenta que la planeación es la fase básica de la administración, esta ayudará a alcanzar objetivos y será punto clave para llevar con éxito la organización, dirección y control de una empresa de información que inicia sus labores. Por sí misma, la planeación es un proceso intelectual, que le permitirá saber al bibliotecólogo emprendedor en qué punto se encuentra, en cuanto a la creación de su empresa se refiere y le dará la oportunidad de trazar su camino, es decir que la planeación ayudará a proyectarse al futuro deseado con los medios efectivos para conseguirlo.

Dentro de este proceso existen una serie de preguntas iniciales y fundamentales, que el futuro empresario de la información debe de responder, estas son:

- ¿Qué voy a hacer?
- ¿Cómo lo haré?
- ¿Dónde se llevará a cabo?

- ¿Cuándo lo haré?

- ¿Quién ha de hacerlo?

Esta serie de preguntas y sus futuras respuestas le permitirán al bibliotecólogo emprendedor mirar hacia adelante, anticipar algunos problemas acerca de la ejecución y a crear soluciones razonables al momento de establecer la empresa de información.

Planes

Dentro de la planificación de la empresa de información, el emprendedor deberá darse a la tarea de crear una serie de planes que regirán cada departamento de la organización, esto con el fin de que la empresa funcione adecuadamente tanto en sus inicios como en un futuro. De acuerdo con Evans,⁷³ dentro de la planificación deben desarrollarse una serie de planes, los cuales permitan alcanzar los objetivos de la empresa de información; estos pueden ser a corto, mediano y largo plazo, y es importante que el bibliotecólogo emprendedor tome en cuenta el crecimiento de cada uno de ellos dentro de su empresa, ya que éstos planes servirán de apoyo en distintas etapas de la vida de la compañía, aparte que permitirán que todos los objetivos sean alcanzados.

1. Objetivos: Son el primer plan que se debe desarrollar y estos deben crearse antes de que la empresa de información como tal exista, dado que son la guía para una administración exitosa. Es importante que estos sean específicos, medibles, y

⁷³EVANS, G. Edward. Técnicas de administración para bibliotecarios. México: UNAM, Dirección General de Bibliotecas, 1980. p. 110.

alcanzables. De acuerdo con la literatura los objetivos pueden clasificarse en generales, específicos y operativos.

2. Políticas: Son lineamientos que guían y regulan las acciones de los integrantes de la compañía, lo cual ayuda a que los objetivos sean logrados, y a diferencia de los objetivos que persiguen el propósito último de la empresa, las políticas participan diariamente.
3. Procedimientos: Son guías que proporcionan los detalles de una operación. A diferencia de las políticas que guían el pensamiento, los procedimientos guían la acción.
4. Reglas: las reglas son indicaciones que señalan la manera en que se debe desarrollar algo y estas deben ser cumplidas por todos, sin excepción alguna, por lo que todos los trabajadores deben estar enterados de ellas para evitar problemas.
5. Programas: Conjunto de políticas, procedimientos, reglas, distribución de trabajo, recursos necesarios y todos los demás elementos necesarios para llevar adelante determinada acción.⁷⁴
6. Presupuestos: Plan que señalará los ingresos y egresos de la empresa de información y los costos de determinadas operaciones. La estimación del presupuesto tiene lugar antes de cualquier acción dado que este dará el panorama

⁷⁴Ibíd., p. 122-123.

del estado monetario en el que se encuentra la empresa, ya sea para desarrollar servicios, adquirir equipo y/o contratar personal.

7. Estrategias: Se trata de planes que incluyen ideas nuevas e innovadoras, que permiten alcanzar objetivos y metas, e igualmente ayudarán a entrar en la competencia con otras empresas del mismo sector, ya que permiten contar con distintas alternativas para salir adelante.

Es importante señalar que dentro de la empresa ha de haber planes generales y particulares para cada departamento contemplado en la empresa de información, estos pueden contar con uno o más de los planes anteriormente mencionados, dado que gracias a estos, será posible que la organización alcance sus objetivos marcados desde el inicio de su planeación de una manera más fácil.

Recomendaciones para la planeación

Aquí algunos puntos que hay que tomar en cuenta para una adecuada planeación.

- La planeación debe ser hecha por una persona, en este caso por el bibliotecólogo fundador o por un departamento de la empresa diseñado para cumplir con esta función, y la ejecución debe ser llevada por otra persona o departamento.
- Debe ir por escrito.
- No tener demasiados objetivos y poco realistas.

- No dejar de desarrollar planes actuales y estratégicos, ya que estos darán la posibilidad de hacerle frente a la competencia.
- No utilizar planes estandarizados para todo, sino que hay que estimular la creatividad en la planeación.
- No centrarse solamente en planes a corto plazo.
- Si es necesario, antes de la planeación hay que observar y evaluar para ver que hacer o no hacer (fase de control)

3.3.2 Plan de negocios

El plan de negocios es un documento donde el bibliotecólogo emprendedor deberá reflejar toda la información relacionada con la empresa que desee crear. La extensión de dicho plan puede llegar a ser conciso o detallado y este no debe ser estático, sino que en todo momento debe de reflejar lo que es la empresa de información, es por ello que se recomienda una revisión constante de este. El plan de negocios servirá para corroborar lo que vendrá a ser el resumen ejecutivo, debido a que la extensión de este dificultará un poco su revisión y no es hasta más adelante que este pueda ser consultado por las personas que deseen saber más sobre la empresa.

Elementos del plan de negocios

Dentro de la literatura existen varios modelos sobre un plan de negocios, para el presente trabajo se mostrará el que presenta la revista Entrepreneur,⁷⁵ con el cual se llegó a trabajar en su momento y obteniendo de él excelentes resultados.

Dicho modelo presenta cinco estructuras principales, las cuales son:

1. Estructura ideológica: Aquí se plasma el nombre, el slogan, la meta, los objetivos, la misión, los valores y se proporciona una pequeña descripción que refleje las ventajas competitivas de la empresa de información.
2. Estructura del entorno: Se presenta un análisis de la misma empresa, del sector en el que se encuentra, de sus competidores y de sus clientes potenciales.
3. Estructura mecánica: Incluye las estrategias de mercadotecnia, es decir se detallan los productos, sus precios, puntos de venta y se habla de qué forma se darán a conocer tanto los productos como la misma empresa.
4. Recursos humanos: Se habla sobre cuántos y cuáles serán los puestos de trabajo que habrá en la empresa, informando sobre funciones, responsabilidades y sueldos.
5. Estructura financiera. Se hace mención de los recursos económicos que se necesitan para formar la empresa, de las fuentes que se emplearán para

⁷⁵Entrepreneur. Tu plan de negocios paso a paso. [En línea]. Disponible en: <<http://www.soyentrepreneur.com/14096-tu-plan-de-negocios-paso-a-paso.html>>. [Consultado: 3 de mayo de 2014].

conseguirlos y el tiempo en que dichos recursos serán recuperados para empezar a obtener ganancias.

A continuación se hablará de forma más detallada de los elementos que conforman cada una de estas estructuras.

Estructura ideológica

-Nombre de la empresa

Éste debe de ser original y fácil de recordar, por lo que se recomienda que sea corto, distintivo, inconfundible, novedoso, único y fácil de pronunciar. Una vez elegido el nombre para la empresa de información, este deberá ser registrado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), dicho trámite tiene un costo de \$ 2,303.33.⁷⁶ En dicho instituto puede registrarse cualquier signo, palabra, denominación, figura, forma tridimensional, logotipo, diseño, etcétera. A continuación se proporcionan las direcciones electrónicas correspondientes a precios de servicios del IMPI y a la guía que describe el proceso para registrar una marca.

⁷⁶Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Tarifas marcas, avisos y nombres comerciales. [En línea]. Disponible en: <<http://www.impi.gob.mx/marcas/Paginas/TarifasMarcasAvisosNombres.aspx>>. [Consultado: 4 de mayo de 2014].

Direcciones electrónicas:

Tarifas marcas, avisos y nombres comerciales (IMPI)

- <http://www.impi.gob.mx/marcas/Paginas/TarifasMarcasAvisosNombres.aspx>

Guía de usuarios de signos distintivos (IMPI)

- <http://www.impi.gob.mx/marcas/Paginas/GuiaSignosDistintivos.aspx>

-Misión

Es el propósito y razón de ser de la empresa de información. En ella el bibliotecólogo emprendedor describirá lo que es su negocio, a quiénes irán dirigidos los productos que ofrece y que hace diferente a su empresa respecto a las de sus competidores. Es importante que dicho escrito no supere los diez renglones de extensión, para de esta forma captar la atención del cliente.

-Visión

Es lo que la empresa de información espera ser y lograr en un futuro. Esta debe ser posible de alcanzar, ser inspiradora, compartida por el equipo de trabajo y ha de ser sencilla y clara para facilitar su comunicación. Comparada con la misión esta debe ser un poco más breve.

-Valores organizacionales

Son el conjunto de principios que permitirán reflejar los intereses y convicciones más importantes de la empresa e igualmente son punto importante para relacionarse con trabajadores y clientes. Los valores deben estar relacionados con los objetivos, misión y visión de la empresa de información.

En algunos casos, los valores organizacionales resultan ser un elemento opcional para algunas empresas de información dado que algunas de ellas no los dan a conocer, pero en este caso se le recomienda al bibliotecólogo emprendedor, desarrollar dichos principios, ya que de forma inconsciente ayudan a motivar y a guiar al equipo de trabajo y así mismo el buen uso de los valores podría generar en el cliente un sentido de pertenencia hacia la empresa.

-Ventajas competitivas

En este apartado el bibliotecólogo emprendedor hará mención sobre el valor agregado de sus productos y qué los hace diferente a los de sus competidores.

-Descripción del emprendedor

Aquí el profesional de la información explicará porque quiere crear su propia empresa, hablará sobre sus habilidades, aptitudes, actitudes y experiencia en el mercado, y el tiempo que le invertirá a su negocio. Dicho apartado se puede dividir en tres puntos, los cuales son: compromiso, competencias y carácter.

Estructura del entorno

-Análisis FODA

El análisis FODA⁷⁷ consta de un cuadro que muestra las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa de información, mientras las fortalezas y debilidades son internas (controlables), las oportunidades y amenazas son externas (incontrolables). Este análisis, puede ayudar a la empresa de información a tomar mejores decisiones y a saber en qué condiciones se encuentra con respecto a sus competidores. A continuación se describe cada uno de los apartados del FODA.

Fortalezas: Este es un aspecto interno, en el que debe explicarse que es lo que hace única a la empresa. Algunos ejemplos serían, recursos humanos motivados, procesos eficientes de producción, estilo de administración adecuado, exclusividad de algún producto de punta, etcétera. Enseguida se mencionan unas preguntas que el bibliotecólogo emprendedor puede contestar para identificar dichas fortalezas.

- ¿Qué cosas son las que tu empresa de información hace mejor, que las de tu competencia?
- ¿Tu empresa de información es fuerte en el mercado o en el segmento al que va dirigida? ¿Por qué?

⁷⁷Entrepreneur, Op. Cit.

- ¿Tu equipo de trabajo está comprometido con la empresa y con la visión a futuro?⁷⁸

Oportunidades: Aspecto externo que permite obtener ventajas competitivas. La empresa de información no controla las oportunidades, pero puede obtener beneficios. Algunos ejemplos son, crecimiento acelerado del cliente principal, caída del competidor principal, la llegada de una nueva tecnología que ayude en la producción, nuevas tendencias en el consumo, una nueva ley, etcétera. Las preguntas que pueden ayudar al bibliotecólogo emprendedor a identificar sus oportunidades son:

- ¿El mercado en el que opera la empresa de información está en crecimiento?
- ¿Los productos o servicios satisfacen tendencias de consumo, o podrían adaptarse para hacerlo?
- ¿Existen nuevas tecnologías o cambios en el marco regulatorio que la empresa de información puede aprovechar?⁷⁹

Debilidades: Las debilidades son un aspecto interno que señalan las características y capacidades que no se encuentran en óptimas condiciones para favorecer a la empresa de información y que más bien provocan problemas en su operación. Al igual que las fortalezas, la compañía tendrá control sobre ellas y es posible que las debilidades puedan convertirse en fortalezas y viceversa. Algunos ejemplos serían, situaciones que

⁷⁸Análisis FODA: diagnóstico para decidir. . [En línea]. Disponible en: <<http://www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>>. [Consultado: 9 de mayo de 2014].

⁷⁹Ídem.

provoquen desmotivación en el equipo de trabajo, pérdida de exclusividad de un producto que se pensaba era único en el mercado, defectos en otros productos y/o servicios, etcétera. A continuación se presentan las preguntas que el bibliotecólogo emprendedor deberá responder para identificar las debilidades de su empresa.

- ¿Qué cosas son las que tu empresa no hace bien, incluso peor que otros?
- ¿Cuáles son las razones detrás de los problemas existentes?
- ¿Los defectos vienen de la mano de insuficientes recursos o de una mala asignación de los mismos?⁸⁰

Amenazas: Se trata de aspectos externos que al igual que las oportunidades no pueden controlarse, y que pueden afectar de forma desfavorable a la empresa de información. Las amenazas con el tiempo pueden llegar a volverse oportunidades y viceversa. Algunos ejemplos serían, que el cliente principal elija a otra empresa para cubrir sus necesidades, que el competidor principal se fortalezca aún más, que se origine nueva competencia, que se dicte una nueva ley que pueda afectar las actividades de la empresa, etcétera. Las siguientes preguntas sirven para identificar las amenazas de la empresa de información:

- ¿Qué cosas hacen los competidores de mejor forma que tu empresa de información?
- ¿Qué obstáculos legales, impositivos o normativos enfrenta tu negocio?

⁸⁰Idem.

- ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de tus productos y/o servicios?⁸¹

El análisis FODA ayudará al futuro empresario de la información en diseñar estrategias para utilizar las fortalezas en forma tal que la compañía pueda aprovechar las oportunidades, enfrentar las amenazas y superar las debilidades.

Una vez elaborado este análisis, será necesario que el bibliotecólogo emprendedor incluya la siguiente información sobre sus clientes y competidores.

- Descripción del público meta
- Datos demográficos del mercado
- Frecuencia con el que se adquieren los productos de tu sector
- Competidores

Los apartados anteriores podrán ser llenados gracias al estudio de mercado previo a la creación de la empresa de información.

Estructura mecánica

-Precio de bienes y/o servicios

En este apartado se hará mención de todos los productos de la empresa de información y de sus respectivos precios, para fijar los precios, se recomienda conocer los de la

⁸¹Idem.

competencia ya que esto permitirá crear cuotas más atractivas para los clientes. En caso de optar por precios bajos, se necesitarán poseer medios de producción eficientes para así evitar pérdidas al momento de su elaboración; y nunca hay que fijar precios sin justificar su porque ya que de lo contrario podría traer problemas.

-Planes de pago

Aquí se hablará sobre las formas de pago que los clientes tendrán para liquidar sus productos, es decir si un bien o servicio resulta ser algo caro, este podrá ser cubierto a través de pagos semanales, quincenales, mensuales, etcétera.

-Fuerza de ventas

La fuerza de ventas consiste en informar del total de trabajadores que se emplearán para estar en contacto con los clientes de la empresa de información, pudiendo ser reales o potenciales. La fuerza de trabajo ha de ayudar en transmitir las características de los productos y la forma de obtenerlos, también serán responsables en la creación de la imagen de la empresa y en recopilar información por medio de los clientes para posteriormente comunicarla a la organización. Por ello en este apartado se recomienda incluir un perfil y las habilidades que dichas personas necesitan para cumplir esta labor.

-Canales de distribución

Dependiendo de los productos que manejará la empresa de información, se comunicará sobre la forma en que los clientes tendrán acceso a ellos. Es decir, hay que indicar si la venta será de forma tradicional o por medio de una página web y si es que la

distribución será a domicilio. En caso de optar por un local, se hablará sobre sus especificaciones y de su ubicación. Esta información podrá ser obtenida con la ayuda del estudio de mercado y específicamente en el apartado de punto de venta.

-Canales de comunicación

Tiene como propósito, hablar sobre las herramientas que se usarán para promocionar a la empresa y a sus productos. Estos pueden ser medios tradicionales como lo son, trípticos, carteles, folletos, volantes, publicidad de boca a boca, etcétera., o bien podrían optar por otros más actuales como por ejemplo, uso de redes sociales, correos electrónicos, creación de páginas web, etcétera. Es importante que el bibliotecólogo emprendedor elija la forma más viable para promocionarse, ya que si no se podrían generar gastos innecesario en la empresa o simplemente que el medio elegido no sea el adecuado para llamar la atención de los clientes. Esta información podrá ser obtenida, gracias al apartado de promoción que se desarrolla en el estudio de mercado.

Recursos Humanos

En este apartado del plan de negocios, el bibliotecólogo emprendedor hará mención del total de personal que se requiere, de su función y responsabilidades, y de las actitudes y aptitudes que deberán poseer para cumplir con su labor y alcanzar los objetivos de la empresa de información. Es importante que se haga mención de los sueldos y prestaciones que tendrá cada integrante debido a que son parte significativa que se debe considerar dentro de la inversión inicial de la empresa de información.

Estructura Financiera

Antes de abordar los puntos por los que estará formada esta última estructura, es necesario definir lo que es la inversión inicial de un negocio.

-Inversión Inicial

La inversión inicial consiste en el capital necesario para comenzar con un proyecto, en este caso una empresa de información, o bien, consiste en poseer los recursos económicos que servirán para que la empresa se pueda mantener, antes de generar sus propias ganancias. En base a esta última definición, es primordial que el bibliotecólogo emprendedor recupere dicha inversión de forma rápida, ya que aparte de empezar a obtener ganancias, se podrán saldar cuentas con aquellos que financiaron todo el proyecto o parte de este, dado que en muchos casos, la mayor parte de una inversión inicial proviene de instituciones bancarias, de conocidos y/o de alguna organización de apoyo PyME. Diversos autores señalan que el tiempo en que se debe de recuperar una inversión de este tipo, es de aproximadamente tres años y lo que debe de contemplar es lo siguiente:

- Local: Lugar de trabajo, especificar si será propio o no.
- Maquinaria: Todo aquello que sea necesario para realizar la actividad.
- Herramientas y útiles: Como por ejemplo objetos de papelería, computadoras, teléfonos, impresoras, paquetes ofimáticos, copiadoras etcétera.
- Mobiliario: Equipamiento de oficina y decoración.

- Equipo de trabajo: sueldos de los trabajadores, costos de capacitación, seguros, etcétera.
- Trámites: Toda aquella documentación para dar de alta a la empresa de información, y la cual tiene un costo, como por ejemplo el registro del nombre de la empresa de información.
- Otros: Todo aquello que no se encuentre en los rubros anteriores, como por ejemplo alguna clase de asesoramiento.

Una vez mencionada lo que es la inversión inicial, se empezará hablar sobre la estructura financiera.

-Estado de resultados pro-forma

En dicho apartado, el bibliotecólogo emprendedor, deberá elaborar un documento, el cual será una proyección de escenario respecto a ciertas variables, estas son, “cuántas unidades venderás y a qué precio, costo de ventas por unidad, costos fijos, costos variables, intereses (si tienes un crédito) e impuestos”.⁸² En caso de usar el plan de negocios para conseguir financiamiento, este permitirá que las instituciones y/o personas encargadas en invertir en la empresa de información tengan una estimación aproximada de los ingresos que tendrá la empresa en un futuro, ya que les permitirá conocer si su inversión es viable y si es que dichos recursos podrán ser devueltos en la forma y el plazo acordados.

⁸²Entrepreneur, Op. Cit.

-Balance general pro-forma

Aquí el bibliotecólogo emprendedor informará sobre los recursos materiales y económicos que posee en un principio para su empresa de información y la forma en que fueron conseguidos. De igual manera se hablará de donde se piensa conseguir el capital faltante para la empresa de información.

-Flujo de caja pro-forma

Consiste en un reporte en donde bibliotecólogo emprendedor incluirá la información respecto al plazo destinado para cubrir las cuentas que se tienen con las instituciones o personas que apoyaron el financiamiento de la empresa de información. Este apartado deberá contestar estas dos preguntas, “¿cuándo voy a requerir de capital? y ¿de dónde se obtendrán esos recursos?”,⁸³ todo esto refiriéndose a los pagos que el bibliotecólogo emprendedor deberá hacer para cubrir parte de la inversión inicial y a otros pagos que se tengan con proveedores.

-Análisis del punto de equilibrio

En este análisis, el futuro empresario de la información informará sobre el total de unidades que la empresa de información debe vender para empezar a generar sus propias ganancias y además ayudará a calcular los recursos que irán dirigidos para la empresa, los propietarios y para solventar la inversión inicial de la empresa de

⁸³Resumen ejecutivo. [En línea]. Disponible en: <http://moodle.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/unida/RH/AN/ANS13/AN13_Lectura.pdf>. p. 197. [Consultado: 20 de mayo de 2014].

información, si es que todavía no se recupera. “El punto de equilibrio es donde los ingresos son iguales a los costos y se obtiene de la división de éstos fijos totales entre el margen de contribución (ganancia) por unidad. El margen se calcula de la resta del precio de venta unitario menos el costo variable unitario”.⁸⁴ A continuación un ejemplo:

Se tiene un producto, donde los costos fijos anuales por producirlo son de \$30,000.00; el precio del producto se plantea que será de \$100.00 y el costo variable de producir cada uno es de \$60.00. ¿Cuál será el punto de equilibrio con estos datos?

$$X = 30,000 / (100-60) = 750$$

Lo anterior quiere decir que se tendrán que vender 750 unidades para lograr cubrir los \$30,000.00 (costos de producción). Ya que si se multiplica 40 (margen de contribución) x 750, se obtendrá la cantidad señalada y para poder cubrirla se necesitará vender un número mayor a las unidades obtenidas.

Por otro lado, si se desea conocer la cantidad necesaria para estar en el punto de equilibrio, se tendrá que dividir los costos fijos totales entre el margen de contribución por unidad expresado en porcentaje (%).

Para obtener el margen de contribución expresado en porcentaje (%) se hará la siguiente operación, con los datos del problema pasado se tiene que:

$$60 \text{ (costo variable)} / 100 \text{ (precio)} = 0.6 \text{ (equivale al 60\%)}$$

⁸⁴Idem.

Una vez obtenido el porcentaje se hará lo siguiente:

$$X = 30,000 / 0.6 = 50,000$$

Esto significa que al vender \$50,000.00 se logra el punto de equilibrio.

Es por lo anterior que para comenzar a tener ganancias y alcanzar el punto de equilibrio, el precio del producto ofrecido en la empresa de información debe ser mayor al costo por producirlo y no igual o menor a este, y se debe superar el número de unidades o conseguir la cantidad obtenida por medio de las operaciones anteriores. Ya que de lo contrario habrá pérdidas monetarias para la empresa.

-Análisis de escenarios

En este apartado, el bibliotecólogo emprendedor analizará la información presentada en el estado de resultados, visto con anterioridad, y de ahí se simularán dos tipos de escenarios, uno optimista y otro pesimista. El optimista se hará en base a los ingresos que se esperan obtener en un año, y a este se le aumentará cierto porcentaje de ganancia, por ejemplo de 20%, por otro lado, al escenario pesimista se le restará a esa misma cantidad anual, un porcentaje menor que al señalado en el optimista, por ejemplo un 5%. Esto se debe, a que se espera que en un negocio haya más ganancias que pérdidas, o de lo contrario sería ilógico que alguien invirtiera en algo que no sea redituable.

La idea del análisis de escenarios es que el profesional de la información conozca cuál será la ganancia en cada uno de los dos casos, así como el comportamiento del resto de las variables, como costos, gastos e inversiones y lograr tener una visión más amplia de

lo que se puede esperar del plan de negocios planteado,⁸⁵ como por ejemplo, que este tenga mayor oportunidad en ser aceptado por las instituciones o personas que vayan a financiar la empresa de información.

-Conclusiones del plan de negocios

En la estructura financiera, el bibliotecólogo emprendedor deberá desarrollar tres puntos que representan las conclusiones del plan de negocios. Estas servirán para que los inversionistas evalúen si es viable o no el proyecto Debido a la dificultad que hay para explicar los dos primeros puntos, por no ser pertenecientes al campo de la bibliotecología y estar enfocados a la contaduría, se brindarán fuentes de información electrónica en donde el bibliotecólogo emprendedor puede informarse sobre el tema.

Valor Presente Neto (VPN)

Página Web de la biblioteca del Instituto Tecnológico de Sonora, en ella informan que el VPN es un método para evaluar proyectos de inversión. Igualmente presentan y desarrollan la fórmula para calcularlo.

- http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p9.htm⁸⁶

Página Web de la Universidad de Colombia que ofrece también información sobre el VPN y además menciona cómo se emplea y funciona.

⁸⁵Ibíd., p. 197-198.

⁸⁶Instituto Tecnológico de Sonora. Aplicación de la evaluación financiera: valor presente neto (VPN). [En línea]. Disponible en: <http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p9.htm>. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

- <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/vpn.htm>⁸⁷

Tasa interna de rendimiento (TIR)

Página Web de la Universidad de Colombia, la cual explica que la TIR es una tasa de interés impuesta por los inversionistas.

- <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%209/9-1-2.htm>⁸⁸

Artículo realizado por la Economista Cinthia Fernández Ruiz, el cual explica a profundidad lo que implica el TIR y el VPN, los cuales son los dos parámetros más usados al momento de calcular la viabilidad de un proyecto.

- http://www.aempresarial.com/servicios/revista/263_9_HKOKIYVJACRKBSFZUYGHEUAJMOOSQBAAPLJNHTOJLYLWQQWLP.pdf⁸⁹

Adicionalmente a las fuentes señaladas con anterioridad, se le recomienda al bibliotecólogo emprendedor investigar más sobre el tema, y buscar asesorías con otros especialistas del área de administración y/o contaduría:

⁸⁷ARISTIZABAL LÓPEZ, Nelson. Valor presente neto. [En línea]. Disponible en: <<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/vpn.htm>>. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

⁸⁸NAVARRO CASTILLO, Diego. Tasa interna de retorno. TIR. [En línea]. Disponible en: <<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%209/9-1-2.htm>>. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

⁸⁹FERNÁNDEZ RUIZ, Cinthia. Entre la TIR y el VPN para la evaluación de un proyecto. [En línea]. Disponible en: <http://www.aempresarial.com/servicios/revista/263_9_HKOKIYVJACRKBSFZUYGHEUAJMOOSQBAAPLJNHTOJLYLWQQWLP.pdf>. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

El tercero y último punto del apartado de las conclusiones de la Estructura Financiera, es el siguiente:

-Periodo de recuperación:

En este punto el bibliotecólogo emprendedor debe informar en cuanto tiempo cree recuperar la inversión inicial de la empresa de información, para saber esto se debe emplear la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de recuperación de la inversión} = \text{Inversión/Flujo de efectivo anual}$$

Por ejemplo, se tiene que para crear una empresa de información se necesita una inversión inicial de \$1000,000.00, y para eso la empresa tiene estimado ganar \$200,000.00 durante 8 años. Entonces ¿Cuánto tiempo tardaría la empresa en recuperar la inversión inicial?

$$\text{Periodo de recuperación de la inversión} = 1000,000/200,000 = 5$$

El resultado sería que la empresa de información tardaría 5 años en cubrir una inversión inicial de \$1000,000.00, con ganancias anuales que oscilan los \$200,000.00 durante 8 años.

Varios autores comentan que la estructura financiera vendría a ser la parte “más complicada” del plan de negocios, pero a su vez, será la que aportará más información a los inversionistas y al mismo bibliotecólogo emprendedor, para saber si la creación de la empresa de información es viable o no.

3.3.3 Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo, es una versión reducida del plan de negocios, éste documento permitirá que el futuro empresario de la información de a conocer con mayor facilidad sus ideas e información respecto a su empresa. Es decir, será la versión sintetizada del plan de negocios, y será entregado a las personas que se encuentren interesadas en conocer la empresa o deseen de alguna forma contribuir con ella o proporcionando recursos económicos necesarios para iniciar; como es el caso de las instituciones bancarias.

A causa de esto el resumen ejecutivo debe de expresar de forma clara y concisa lo que es la empresa, de lo contrario podría existir un rechazo por parte de las personas, si es que el documento está mal elaborado. Y si es que los interesados en la compañía quisieran profundizar más con respecto a ella, se les otorgaría el plan de negocios.

Elementos del Resumen Ejecutivo

Al igual que un plan de negocios, el resumen ejecutivo debe de contar con unos puntos clave para su fácil comunicación, estos son:

Elemento	Descripción
La empresa	Nombre, slogan (opcional), y actividad que realiza.
Forma Jurídica	Forma jurídica apropiada para la empresa de información (Sociedad Civil o Sociedad Anónima).
Antecedentes	De los bibliotecólogos fundadores y/o de la empresa de información.
Misión	Su propósito y razón de ser de la empresa.
Visión	Futuro deseado, lo que se quiere lograr.
Sector de actividad	Industrial, comercial o de servicios (siendo este último el elegido para una empresa de información).
Ventajas competitivas	Elementos distintivos que diferencian a la empresa de competidores como Library Outsourcing Service, Servicios Bibliotecarios, Grupo Difusión Científica, etcétera.
Mercado objetivo	A quién van enfocados los productos.
Mercadotecnia	Productos (bienes y/o servicios), precios, instrumentos de promoción y puntos de venta.
Plan de operaciones y producción	Localización de la empresa de información, ubicación, dimensiones y recursos materiales necesarios para producir los bienes o servicios.
Personal clave	Se hará mención de los puestos y cantidad de trabajadores que son piezas clave en la empresa de información.
Factores financieros	Aproximación de ventas y ganancias y retorno de inversión inicial.
Necesidades financieras	Desglose del capital necesario para crear la empresa.

Figura 5. Elementos de un Resumen ejecutivo.

Basado en: CASTRO ABANCÉNS, Ignacio y RUFINO RUS, José Ignacio. Creación de empresas para emprendedores. Madrid: Ediciones Pirámide, 2012. p. 40-43.

Es importante aclarar que la información que el bibliotecólogo emprendedor plasme en cada uno de los puntos anteriores debe ser concisa y clara, debido a que la extensión de un resumen ejecutivo radica entre una a dos páginas, aunque algunos autores afirman que puede alcanzar las cinco, pero el profesional de la información debe ser muy cuidadoso para no caer en errores, como en incluir demasiada información que no sea necesaria. Igualmente es necesario cuidar la redacción, ortografía y presentación ya que esto asegurará que el documento se considere serio y profesional, lo que hará que sea bien recibido por las personas a quienes va dirigido, aumentando las posibilidades de que sea aprobado.

3.4 TRÁMITES PARA CREAR UNA EMPRESA DE INFORMACIÓN EN MÉXICO

Una vez que el bibliotecólogo emprendedor haya realizado el estudio de mercado, la planeación, el plan de negocios y el resumen ejecutivo, el siguiente paso corresponde a investigar sobre los trámites que se necesitan para constituir la empresa e iniciar operaciones. Los trámites para crear una empresa cambian según se trate de una persona física o moral y también interviene el estado y municipio de la república mexicana, en donde se piensa establecer.

En primera instancia se definirá lo que es una persona física y después se mencionarán los trámites que deberá de realizar.

De acuerdo con el Sistema de Atención Tributaria (SAT) una persona física es un “individuo con capacidad para contraer obligaciones y ejercer derechos”.⁹⁰ Es decir que son todos aquellos bibliotecólogos emprendedores que quieren trabajar por su cuenta, como por ejemplo el bibliotecólogo empresario o un “*Information Broker*”, ya que una persona física puede prestar servicios, realizar actividades comerciales, trabajar por salarios, etcétera.⁹¹ Para las personas físicas existen determinados regímenes fiscales, los cuales son una serie de derechos y obligaciones que se determinan a partir de la actividad que realicen y a los ingresos que estos posean. En este caso, el bibliotecólogo empresario ocupará el siguiente régimen fiscal:

- De las personas físicas con actividades empresariales y profesionales

Dicho régimen incluye la prestación de servicios profesionales, además de que el bibliotecólogo empresario tendrá la posibilidad de emitir facturas (bienes) y recibos (servicios). Para mayor información sobre dicho régimen, el bibliotecólogo emprendedor puede consultar la Ley del Impuesto sobre la Renta,⁹² en su Título IV, Capítulo 2, Sección I del Artículo 100 al 110.

Por otra parte, el SAT divide al régimen anterior en dos partes, el de honorarios (servicios profesionales) y el de actividades empresariales. El primero de estos, como su nombre lo indica, incluye exclusivamente a las personas físicas que ofrecen servicios

⁹⁰Sistema de Atención Tributaria. ¿Soy persona física o persona moral? [En línea]. Disponible en: http://www2.sat.gob.mx/sitio_internet/6_388.html. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

⁹¹Secretaría de Economía. Regímenes fiscales de las personas físicas. [En línea]. Disponible en: <http://www.tuempresa.gob.mx/-/regimenes-fiscales-de-las-personas-fisicas#L132>. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

⁹²México. Secretaría de Economía. Ley del impuesto sobre la renta. [En línea]. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf>>. p. 114-122. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

profesionales, en este caso el bibliotecólogo empresario se limitará a ofrecer servicios y en cambio si opta por el de actividades empresariales, este podrá dedicarse exclusivamente a la venta de bienes, aunque también existe la posibilidad de poseer los dos, es decir el de actividades empresariales y profesionales mencionado anteriormente, pero para esto hay que acudir al SAT para una mejor orientación ya que este es mencionado solamente en la Ley de Impuestos sobre la Renta. Enseguida se proporcionará una página web para que el bibliotecólogo emprendedor consulte las obligaciones de los dos regímenes anteriores.

Obligaciones Fiscales (SAT):

- http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/Paginas/default.aspx⁹³

En la página anterior solo basta con identificar el régimen de interés y seleccionar alguna de las obligaciones establecidas.

Es importante señalar que los trámites presentados a continuación para personas físicas y más adelante para personas morales, serán los del D.F. ya que como se mencionó anteriormente, cada estado del país y sus respectivos municipios, traen consigo ciertos trámites que son particulares de estos, lo cual haría bastante complejo y largo este apartado si es que se abarcara cada uno de los 31 estados faltantes y sus municipios.

⁹³Sistema de Atención Tributaria. Obligaciones fiscales. [En línea]. Disponible en: <http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/Paginas/default.aspx>. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

Otra razón por la cual se optó por el D.F. como punto de referencia para establecer una empresa de información, es que la mayoría de empresas vistas en el *Capítulo 2* están establecidas en la capital o por lo menos poseen una sucursal dentro de ella. A pesar de existir 16 delegaciones, los trámites no cambian, sólo el lugar en donde se realizarán.

Aun así para los bibliotecólogos emprendedores que deseen crear su empresa en algún otro estado se les proporcionará una guía para consultar los trámites que se deben realizar por cada estado y municipio, e igualmente se ofrecerá una breve explicación de cómo utilizarla.

Guías de Trámites (SIEM):

- http://www.siem.gob.mx/guiasdetramites/Bus_Cmap.asp⁹⁴

La página Web ofrece información específica sobre los diferentes trámites que deben realizar las empresas de información. Para acceder a dicha información se debe realizar una búsqueda por sector y de ahí elegir actividades de servicios, una vez desplegadas todas las actividades se deberá elegir “otros servicios profesionales, técnicos y especializados no mencionados anteriormente” dado que las empresas de información no tienen un rubro como tal dentro de las actividades de servicios del SIEM, una vez hecho esto se partirá a seleccionar el estado y municipio y de ahí se desplegará un diagrama de flujo de todos los trámites que hay para el estado y municipio elegidos, y de ahí se tiene la posibilidad de acceder a la descripción de cada uno, con tan sólo

⁹⁴Sistema de Información Empresarial Mexicano. Guías de trámites para iniciar y operar un negocio. [En línea]. Disponible en: <http://www.siem.gob.mx/guiasdetramites/Bus_Cmap.asp>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

seleccionarlo. Es importante que el bibliotecólogo emprendedor investigue un poco sobre dichos trámites, ya que en ocasiones se presenta información un poco desactualizada que puede afectar el proceso, sobre todo con el nombre del trámite ya que este puede que cambie y que a su vez dificulte su localización.

Los trámites que a continuación se presentan fueron identificados gracias a la guía de trámites del SIEM mencionada con anterioridad y estos fueron corroborados y actualizados con información proveniente de las páginas Web del Sistema de Atención Tributaria (SAT),⁹⁵ del mismo Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM),⁹⁶ de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS),⁹⁷ del Catálogo Único de Trámites y Servicios,⁹⁸ del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)⁹⁹ y del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT),¹⁰⁰ estos son:

⁹⁵Sistema de Atención Tributaria. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.sat.gob.mx/Paginas/Inicio.aspx>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

⁹⁶Sistema de Información Empresarial Mexicano. Página de Inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.siem.gob.mx/siem/>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

⁹⁷Secretaría de Trabajo y Previsión Social. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.stps.gob.mx/bp/index.html>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

⁹⁸Catálogo único de trámites y servicios. [En línea]. Disponible en: <<http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/index.jsp>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

⁹⁹Instituto Mexicano del Seguro Social. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.imss.gob.mx/>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

¹⁰⁰Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://portal.infonavit.org.mx/wps/wcm/connect/infonavit/inicio>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Título	Descripción	Lugar	Respuesta	Costo	Vigencia	Información
Inscripción al registro federal de contribuyentes	Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes.	Sistema de Atención Tributaria (por internet o personalmente).	Inmediata o hasta 3 días hábiles.	Gratuito.	Indefinida.	http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/tramites/inscripcion_rfc/Paginas/default.aspx
Certificación de zonificación para uso de suelo	Trámite que permite obtener el documento que hace constar lo que los programas vigentes disponen en materia de uso del suelo y Normas de Ordenación para un predio determinado sobre si un uso del suelo está permitido o prohibido; o para aquel predio al que se le haya autorizado cambio de uso de suelo.	Dirección General de Administración urbana/ventanilla Única de la SEDUVI Av. insurgentes Centro No. 149, Col. San Rafael, Del. Cuauhtémoc, México D.F.	5 días hábiles.	\$ 926. 00.	1 año.	http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/certificado_unico_de_zonificacion_de_uso_del_suelo
Visto bueno de seguridad y operación (sólo superficies mayores a 400 m ²)	Trámite a través del cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.	Ventanilla Única Delegacional en horario de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes.	Inmediata o hasta 3 días hábiles.	Gratuito.	3 años.	http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/visto_bueno_de_seguridad_y_operacion
Declaración de apertura	Trámite para obtener el documento con el que deberán contar los titulares de establecimientos, cuyo giro no requiere de licencia de funcionamiento para su operación.	Ventanillas Únicas Delegacionales en horario de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes.	Inmediata.	Gratuito.	Indefinida.	http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/tramites/avisos_rfc/Paginas/fichas_73_cff.aspx

Título	Descripción	Lugar	Respuesta	Costo	Vigencia	Información
Dictamen Técnico u Opinión Técnica para la instalación, modificación, colocación o retiro de anuncios y/o publicidad exterior en inmuebles afectos al patrimonio cultural urbano y/o en áreas de conservación patrimonial	Documento que deberán obtener las personas físicas o morales previamente a la tramitación de la solicitud de permiso, autorización o licencia para la instalación, modificación, colocación o retiro de anuncios y/o publicidad exterior, permanentes o temporales, en inmuebles afectos al patrimonio cultural urbano y/o en área de conservación patrimonial.	Ventanilla Única de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda ubicada en Insurgentes Centro 149, Planta Baja, Colonia San Rafael, C.P. 06470. Delegación Cuauhtémoc, en horario de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes.	15 días hábiles.	Gratuito.	1 año.	http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/dictamen_tecnico_u_opinion_tecnica_para_la_instalacion
Licencia para la fijación, instalación o colocación de anuncio	Trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje.	Ventanilla Única Delegacional en horario de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes.	De 10 a 26 días.	Variable.	1 año.	http://www.vcarranza.df.gob.mx/v_10_1_lic_fija.html
Registro empresarial ante el IMSS y el Infonavit (para cuando menos un empleado)	El Patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT Y SAR.	Subdelegaciones del IMSS.	5 días hábiles.	Gratuito.	Indefinida.	http://www.imss.gob.mx/patrones http://portal.infonavit.org.mx/wps/wcm/connect/infonavit/patrones

Título	Descripción	Lugar	Respuesta	Costo	Vigencia	Información
Constitución de la comisión mixta de capacitación, adiestramiento y productividad	Este trámite se realiza cuando las empresas cuenten con más de 50 trabajadores, tiene la naturaleza de conservación de información. Lo debe realizar toda empresa en donde rijan las relaciones de trabajo comprendidas en el Artículo 123, Apartado A de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos.	Dirección General de Capacitación / Adolfo Ruiz Cortines No 3313 col. San Jerónimo Aculco, en horario de 9:30 a 14: 30 horas.	No tiene plazo oficial de respuesta.	Gratuito.	Indefinida.	http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/inclusion_laboral/capacitacion/comision_mixta_capacitacion.html
Autorización del Programa Interno de Protección Civil	Solo en caso de ser indicado por medio de los resultados del cuestionario de riesgo para protección civil, de lo contrario no aplica. Consiste en la autorización de un Programa Interno que permita salvaguardar la integridad física de los habitantes, los empleados y las personas que concurren a los bienes inmuebles, así como la protección de las instalaciones, bienes e información vital, ante la ocurrencia de un riesgo, emergencia, siniestro o desastre.	Ventanilla Única Delegacional en horario de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes.	30 días.	Gratuito.	Indefinida (deberá actualizarse cuando se modifique el giro o tecnología, o bien, en el caso de inmuebles, cuando sufran una modificación sustancial).	http://www.gamadero.df.gob.mx/micrositios/unac/index.php?option=com_content&view=article&id=208:cuestionario-de-diagnostico-de-riesgo-para-proteccion-civil&catid=67:proteccion-civil&Itemid=71 http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/autorizacion_del_programa_interno_de_proteccion_ci

Título	Descripción	Lugar	Respuesta	Costo	Vigencia	Información
Acreditación del Sistema de Administración y Seguridad en el Trabajo	Podrán participar todos los patrones que deseen de manera voluntariamente que la autoridad laboral les acredite su sistema de administración y seguridad en el trabajo. Los patrones que cuenten con un sistema de este tipo, acreditado por la STPS, aplicarán un factor de prima para cubrir el seguro de riesgos de trabajo menor, en comparación a aquellos patrones que no cuenten con dicho sistema.	Dirección General de Seguridad y Salud en el Trabajo. Avenida Anillo Periférico Sur No. 4271, Edificio "A", Nivel 5, Colonia Fuentes del Pedregal, Código Postal 14140, Delegación Tlalpan, México, D.F.	De 5 a 40 días máximo.	Gratuito.	1 año.	http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/dgsst/acreditacion.html http://207.248.177.30/tramites/FichaTramite.aspx?val=22794
Elaboración del plan y programas de capacitación, adiestramiento y productividad	Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).	Dirección General de Capacitación Adolfo Ruíz Cortines No. 3313 Col. San Jerónimo Aculco , México D.F.	Inmediata.	Gratuito.	No debe exceder de 4 años.	http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/inclusion_laboral/capacitacion/PlanProgramasCapacitacionAdiestramiento_STPS.html http://www.tuempresa.gob.mx/tramites-asociados-con-la-operacion-de-empresas/-/asset_publisher/bsTriEo0Scq5/content/aprobacion-de-planes-y-programas-de-capacitacion-y-adiestramiento-ante-la-secretaria-del-trabajo-y-prevision-social-stps-/10192

Título	Descripción	Lugar	Respuesta	Costo	Vigencia	Información
Inscripción en el padrón de impuesto sobre nominas	Trámite por medio del cual se integra al padrón de contribuyentes de la localidad.	Tesorería del D.F. Izazaga No. 89 6to° Piso, Col. Centro, México	Inmediata	Gratuito.	No aplica.	http://www.finanzas.df.gob.mx/faq/index.html?tema=4
Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)	Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).	Cámara correspondiente de acuerdo a las actividades que se realizan.	Inmediata	Comercio y servicios (cuotas máximas):	1 año.	http://www.siem.gob.mx/siem/porta/circunscripcion/donde_registro.asp
				4 o más empleados		http://www.siem.gob.mx/siem/como.asp?sec=3
				3 o menos empleado		http://www.siem.gob.mx/siem/como.asp?sec=2
				Hasta 2 empleados	http://www.siem.gob.mx/siem/como.asp?sec=4	
				\$ 640. 00,		
				\$ 300. 00,		
				\$ 100. 00.		

Figura 6. Trámites para una empresa de información (personas físicas).

Fuente: Elaboración propia.

Nota: El primer trámite se refiere a la Constitución de la persona física, y todos los demás al Inicio y Operación de la misma.

Una vez aclarado lo qué es una persona física y los trámites que este debe de seguir se procede a definir lo que es una persona moral.

El SAT define a una persona moral como “una agrupación de personas que se unen con un fin determinado”.¹⁰¹ Es decir que las Sociedades Civiles y Sociedades Anónimas que por lo regular son elegidas como figura jurídica por las empresas de información son personas morales. Al igual que las personas físicas, las personas morales también poseen regímenes fiscales y estos se dividen en tres, el régimen general, el de las personas morales con fines no lucrativos y el simplificado, el primero de estos será el que está dirigido a las empresas de información, debido a que este tiene fines lucrativos y no tiene limitación de actividades,¹⁰² por lo cual la comercialización de servicios y/o de bienes entran aquí. Para conocer más acerca de este régimen y de sus obligaciones, el bibliotecólogo emprendedor puede consultar la siguiente página del SAT o bien puede acudir a él para una mejor orientación.

Obligaciones del régimen general (SAT):

- http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/personas_morales/regimen_general/Paginas/default.aspx¹⁰³

¹⁰¹Sistema de Atención Tributaria. ¿Soy persona física o persona moral?, Op. Cit.

¹⁰²Secretaría de Economía. Regímenes fiscales de las personas morales. [En línea]. Disponible en:<<http://www.tuempresa.gob.mx/-/regimenes-fiscales-de-las-personas-morales>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

¹⁰³Sistema de Atención Tributaria. Personas morales del régimen general. [En línea]. Disponible en:<http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/personas_morales/regimen_general/Paginas/default.aspx>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

A continuación se señalarán los trámites que un bibliotecólogo emprendedor tendrá que llevar a cabo para formar una empresa de información como persona moral, estos son:

Título	Descripción	Lugar	Respuesta	Costo	Vigencia	Información
Autorización de uso de denominación o razón social	Trámite para obtener de la Secretaría de Economía (SE) y la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), la autorización de uso de denominación o razón social. Consta de tres etapas (de solicitud, resolución y reserva). Se debe de elegir un Fedatario Público Autorizado (notario o corredor público).	En las oficinas de la SER, ubicadas en, Plaza Juárez número 20, Colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc en la Ciudad de México, de 9 a 14:30 horas.	1 a 4 días hábiles.	Gratuito.	180 días.	http://consulmex.sre.gob.mx/fresno/index.php/constitucion-de-sociedades http://www.economia.gob.mx/ev-entos-noticias/informacion-relevante/7883-boletin134-12
Aviso de uso de los permisos para la constitución de sociedades	<p>Trámite para informar a la Secretaría de Economía que el permiso que autorizó fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social.</p> <p>El Fedatario Público Autorizado o Servidor Público que haya sido elegido, deberá dar el Aviso de Uso correspondiente a través del Sistema, dentro de los 180 días naturales siguientes a la fecha de la Autorización correspondiente, a fin de hacer del conocimiento de la Secretaría de que ha iniciado el uso de la Denominación o Razón Social Autorizada por haberse constituido la Sociedad o Asociación o formalizado su cambio de Denominación o Razón Social ante su fe.</p>	A través del Fedatario.	No aplica.	Gratuito.	Indefinida.	http://consulmex.sre.gob.mx/fresno/index.php/constitucion-de-sociedades http://www.tuempresa.gob.mx/tramites-denominaciones-y-razones-sociales/-/asset_publisher/d35Nrf2gghDq/content/solicitud-de-autorizacion-de-uso-de-denominacion-o-razon-social-ante-la-secretaria-de-economia/10192 http://www.dof.gob.mx/nota_det

alle.php?codigo=5268195&fecha=14/09/2012

Título	Descripción	Lugar	Respuesta	Costo	Vigencia	Información
Protocolización de Acta Constitutiva con notario público.	Se elabora un documento, el cual tiene los datos de una sociedad o una asociación y se encuentra firmado por sus integrantes.	A través del Fedatario.	Depende del Fedatario.	Depende del tipo de Sociedad y del Fedatario.	Indefinida.	http://www.tuempresa.gob.mx/-/el-proceso-de-constitucion-de-la-persona-moral
Inscripción de Actas Constitutivas de las Sociedades Mercantiles, Cíviles o Asociaciones	Trámite que proporciona el Registro Público de Comercio para dar publicidad y certeza jurídica al nacimiento de una nueva Sociedad Mercantil, Civil o Asociación.	Ventanilla Única del Registro Público de la Propiedad y el Comercio Villalongín número 15, primer piso, Colonia Cuauhtémoc, Delegación Cuauhtémoc C.P. 06500. Atención de Lunes a Viernes de 8:00 a 14:00 horas.	2 a 5 días hábiles.	De \$ 1486. 00 a \$ 14, 889. 00.	Indefinida.	http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/inscripcion_de_actas_constitutivas_de_las_sociedad

Figura 7. Trámites para una empresa de información (personas morales).

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Todos los trámites anteriores, junto con el primero de personas físicas conforman la parte de Constitución de la empresa y el segundo de las mismas en adelante pertenecen a la parte de Inicio y Operación de ambas.

Cabe mencionar que la información de los trámites para personas morales fue obtenida a través de los sitios web del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM),¹⁰⁴ del Catálogo Único de Trámites y Servicios,¹⁰⁵ de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE),¹⁰⁶ del Diario Oficial de la Federación (DOF)¹⁰⁷ y de la Secretaría de Economía (SE)¹⁰⁸ y de su portal “tuempresa”.¹⁰⁹ Y es importante aclarar que a pesar de que algunos trámites para este tipo de personas sean gratuitos hay que considerar los servicios otorgados por el notario público, por lo que el bibliotecólogo emprendedor debe informarse correctamente sobre los precios de dicho profesional desde el inicio de la tramitología.

Por otra parte, hay que señalar que todos los trámites mencionados en este apartado, pueden llegar a tener modificaciones en su momento, por lo cual el profesional de la información tendrá que darse a la tarea de informarse de su vigencia, ya sea a través de un notario público, un contador o alguien más que pueda ayudarlo en esta cuestión; mientras tanto los mencionados en este trabajo, son los necesarios para crear una empresa de información, y en caso contrario de que hayan sido modificados, los señalados aquí podrán ser usados como una especie de guía, además de que se

¹⁰⁴Sistema de Información Empresarial Mexicano. Página de Inicio., Op. Cit.

¹⁰⁵Catálogo único de trámites y servicios., Op Cit.

¹⁰⁶Secretaría de Relaciones Exteriores. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.sre.gob.mx/>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

¹⁰⁷Diario oficial de la federación. Página de Inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.dof.gob.mx/>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

¹⁰⁸Secretaría de Economía. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.economia.gob.mx/>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

¹⁰⁹Secretaría de Economía. Portal tuempresa. [En línea]. Disponible en: <<http://www.tuempresa.gob.mx/inicio>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

identificarían todas aquellas instituciones que son imprescindibles para registrar a una empresa.

Una vez identificados todos y cada uno de los elementos necesarios para conformar una empresa de información en México, el bibliotecólogo emprendedor tendrá las bases necesarias para poder emprender su camino en el mundo de los negocios e instaurarse dentro de la industria de la información.

Por otra parte, cuando el profesional de la información haya realizado todo lo mencionado en este capítulo y sea propietario de una empresa de información, será preciso que este se enfoque en gran medida a lo que es la planeación de esta.

Dentro de la planeación, el bibliotecólogo empresario deberá optar porque dicha función sea realizada a través de un departamento especialmente diseñado, o con la ayuda de sus socios, ya que la planeación de una empresa no es recomendable para una sola persona.

Como se mencionó en el apartado de planeación, aquí es donde se deberán crear una serie de planes que ayuden a alcanzar todos los objetivos de la empresa, pero también se ha de poner atención a elementos tales como el local, mobiliario, equipo, personal, tecnología y presupuesto.

Con respecto a las instalaciones, se debe tomar en cuenta las adecuaciones para los servicios y espacios ergonómicos para los trabajadores y clientes de la empresa.

También ha de considerarse la ubicación de las estructuras y equipo de seguridad, y prever el mantenimiento y remodelación.

En cuanto al mobiliario y equipo, este deberá ser elegido conforme a las necesidades y espacios de la empresa. Estos aditamentos ayudarán a que las tareas internas de la empresa sean llevadas a cabo de una manera más cómoda, segura, rápida y organizada. Siempre pensando en un ambiente laboral más agradable.

Lo concerniente a los recursos humanos, debe ser planeado de tal forma que se indiquen los puestos que se deben cubrir dentro de la empresa, estableciendo y delimitando actividades y cargas de trabajo. Además de considerar características personales, actitudes y aptitudes que estos deben de poseer para formar parte del equipo, y de las formas de reclutamiento y selección, así como de los programas de entrenamiento o capacitación que son necesarios incluir.

Se recomienda que el personal que se contemple para una micro o pequeña empresa de información sea el siguiente:

- Director: Establece las diferentes directrices y funciones que se lleven a cabo dentro de la empresa de información, además de supervisar las labores, promover el desarrollo en la empresa, elaborar la planeación y actualizar el plan de negocios y resumen ejecutivo de la empresa.
- Coordinador: Auxilia a la dirección en la toma de decisiones con respecto a las dificultades que se lleguen a presentar, contribuye a la supervivencia y el auge de la organización en el mercado y ejecuta la planeación.

- Profesionales de la información: Encargados del rastreo e identificación de información relevante y pertinente para la prestación de servicios y/o para la venta de bienes.
- Mercadólogos: Personal encargado de la mercadotecnia de la empresa. En un inicio podría ser llevada por el mismo director junto con sus socios o equipo de trabajo, pero posteriormente cuando la empresa comience a crecer será necesario contar con personal que se enfoque a esta área.
- Secretarias: Personal que atiende las llamadas de los clientes, proveedores u otros, para comunicarlas al director, coordinador, bibliotecólogos o mercadólogos; y que debe agendar las actividades del día.

Consecutivamente la empresa de información podrá añadir personal que se encargue de asuntos financiero, de aspectos informáticos, tendrá que contar con un número mayor de profesionales de la información para los distintos servicios y/o productos que se ofrecerán y deberá tener en cuenta a los jefes de cada departamento que conformaran a la empresa, cómo los mencionados en el apartado de recursos humanos del *capítulo 1*.

La tecnología será otro elemento adicional que debe tomarse en consideración en la planeación de la empresa de información, ya que no es lo mismo operar con equipo o maquinaria que en la actualidad son obsoletos, porque esto podría traer consigo problemas en la elaboración de los productos y se podrían desperdiciar recursos importantes para la empresa de información, es por ello que el bibliotecólogo empresario debe de tomar en cuenta un balance entre calidad y costo al momento de

adquirir dichas herramientas. Igualmente la tecnología puede emplearse para promocionarse, como es el caso de las redes sociales, boletines por correo electrónico, campañas de publicidad en línea, videos, podcast, etcétera. Y hace que las empresas de información sean más competitivas.

En cuanto el presupuesto, el empresario de la información o el encargado de finanzas, tendrá que llevar un excelente control sobre las estimaciones de egresos e ingresos que se tendrán, ya que a partir de aquí se distribuirá el capital que irá dirigido para el pago de insumos, mobiliario, equipo, maquinaria, infraestructura, proveedores, trabajadores, servicios, inversionistas, etcétera. Además sirve para alcanzar los objetivos planteados y saber cuáles son los gastos necesarios e innecesarios, para de esta forma tomar decisiones de consumo responsables y cuidadosas.

Es importante mencionar que el bibliotecólogo empresario debe establecer y llevar planes a corto, mediano y largo plazo, estos planes permitirán que la empresa de información crezca y avance constantemente en el mercado. Por ejemplo la creación de una página Web, aumentar el número de clientes, contratar nuevos trabajadores, comprar equipo y maquinaria básica para la empresa vendrían a ser planes a corto plazo que por lo regular se cumplen en semanas o hasta en un año. Los planes a mediano plazo tienen una duración de dos a cinco años y en ellos se busca por ejemplo aumentar los ingresos de la compañía, crear nuevos productos, adquirir nueva maquinaria y equipo, captar más clientes y pagar deudas. Por último los planes a largo plazo tienen

una duración de más de cinco años, un ejemplo sería, la expansión de la compañía a otros estados del país o a otros países.

Como se pudo observar, este capítulo trató sobre todo lo que el bibliotecólogo emprendedor debe de saber para fundar su empresa, tal es el caso del estudio de mercado, el plan de negocios, el resumen ejecutivo, así como de los trámites que hay que tener en cuenta para constituir e iniciar operaciones de una empresa. También se hizo mención de algunas consideraciones que el empresario de la información tiene que tener en cuenta con respecto a la planeación, al momento de iniciar operaciones. Aunque también es importante que ponga atención a las otras fases del proceso administrativo, la organización, la dirección y el control, ya que el adecuado manejo de estas, aseguran su triunfo empresarial.

CONCLUSIONES

A lo largo de los tres capítulos que conforman el presente trabajo se identificaron aspectos relevantes a mencionar:

Las empresas de información son entidades creadas por personas emprendedoras, pertenecientes al campo de la información y documentación que desean formar parte de la industria de la información de su país, a través de la creación y desarrollo de bienes y/o servicios que se encarguen de satisfacer las necesidades de información de determinados mercados. Estas empresas como cualquier otro tipo, necesitan de ciertos elementos para un adecuado funcionamiento, en primera lo más importante es contar con recursos humanos eficaces y eficientes, es decir estos deben ser capaces de saber hacer las cosas y hacerlas bien, ya que dependiendo del momento, la empresa podrá necesitar de uno o del otro. Aunado a esto, la correcta elección de recursos materiales aumentará la calidad y facilitará la producción de otros recursos, aparte de ayudar a realizar otras actividades; y los recursos económicos marcarán gran diferencia al momento de adquirir nuevos recursos materiales y humanos para la empresa, además de saldar otros aspectos financieros. También una adecuada comunicación, motivación y liderazgo son elementos que deben formar parte de una excelente empresa de información.

En México existen diversas empresas de información, pero desafortunadamente el bibliotecólogo no es el único interesado en ellas, sino que hay otros profesionales de

carreras afines y de otras totalmente diferentes que buscan crear o ya poseen un negocio de este tipo. De igual forma, es de suma importancia que más profesionistas de la información se preparen para hacer frente a otra clase de empresas que provienen del extranjero y que poco a poco se van a instaurando en el país, para ello será importante que los planes de estudio de las diferentes escuelas del país apoyen al alumno en bibliotecología en otorgarle las bases necesarias para hacer frente al mundo globalizado, y que el estudiante desarrolle una actitud emprendedora, la cual implica ser innovador y no tenerle miedo al riesgo. A lo largo del trabajo no fue posible identificar a todas las empresas de información que hay en el país, pero si se logró recabar información de la mayoría de estas.

La creación de empresas de información ayudará a fortalecer la industria de la información y por ende el sector económico de México, por lo que contribuirá con la creación de un mayor número de empleos aparte de que logrará satisfacer las necesidades de información de otras empresas, personas, instituciones y organizaciones, lo cual impacta en su propio desarrollo y a su vez en el del país. En el campo de la bibliotecología, como ya fue mencionado, la creación de este tipo de empresas puede que favorezcan al cambio de la figura social del bibliotecólogo en México, la cual no es muy buena en la actualidad dado que diversas personas no saben en realidad que implica la carrera y sólo por oír la palabra bibliotecología o bibliotecólogo lo asemejan con bibliotecas y libros, de ahí que la gente lo vincule a algo aburrido o absurdo, porque cabe señalar que una gran parte de este país no está tan familiarizada con dichos centros del saber, debido a que la lectura ha sido un tanto menospreciada en la cultura

mexicana. Ahora bien con lo anterior puede decirse que la figura de empresario de la información puede cambiar esta perspectiva, ya que el término empresario o ser dueño de una empresa siempre han sido sinónimos de poder para la sociedad, lo cual la mayoría de las veces es visto como bueno. Es importante señalar que siendo empresario no es el único camino de cambiar la figura social sino que es una de las tantas oportunidades que hay en la bibliotecología para lograrlo, pero eso sí, siempre siendo creativo e innovador.

Para la creación de las empresas de información, se proporcionaron todos los puntos que el bibliotecólogo emprendedor necesitará saber dominar para ver alcanzado su objetivo. A nivel de recomendación, es importante que este profesional trate de adquirir primero experiencia antes de conformar su propia empresa, ya que no sólo basta con desearlo, sino que también hay que aprender ciertas cosas que son importantes en el mundo de los negocios, y que desgraciadamente no se pueden adquirir en la vida académica. Por lo cual se le recomendó al bibliotecólogo emprendedor en laborar primero en una de estas empresas o en desempeñarse antes como un corredor de información. Además es de suma importancia que los bibliotecólogos emprendedores busquen e indaguen en otras disciplinas, con el propósito de obtener nuevas habilidades y conocimientos, esto a través de segundas carreras, maestrías, doctorados, cursos, diplomados, especialidades, entre otros. Finalmente será necesario que dicho profesional se informe por parte de los mismos empresarios de la información por que quien mejor para aconsejarlo que alguien que ya posee su propia empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMS, William S. Directorio de consultores, recursos y sitios de internet relacionados con bibliotecas mexicanas. [En línea]. Disponible en: <<http://www.dirbibmex.org/directorio.docx>>. 1166 p. [Consultado: 17 de febrero de 2014].

ADABI de México. ¿Qué hacemos? [En línea]. Disponible en: <<http://www.adabi.org.mx/content/lateral/queHacemos.jsfx>>. [Consultado: 13 de febrero de 2014].

Análisis FODA: diagnóstico para decidir. . [En línea]. Disponible en: <<http://www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>>. [Consultado: 9 de mayo de 2014].

ARISTIZABAL LÓPEZ, Nelson. Valor presente neto. [En línea]. Disponible en: <<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/vpn.htm>>. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

Bexap. Historias de éxito: Somohano Express, excelencia en el servicio con SAP Business One. [En línea]. Disponible en: <<http://www.bexap.com/img/casos-exito/somohano.pdf>>. 3 p. [Consultado: 23 de febrero de 2014].

Bibliorion. Información. [En línea]. Disponible en: <<https://www.facebook.com/bibliorion.company/about>>. [Consultado: 14 de febrero de 2014].

BRONSOILER, Charlotte. El bibliotecario profesional como empresario. En: El significado del bibliotecario: una ontología para el futuro profesional. México: CNB, 1998. p. 69-78.

CAMACHO FUENTES, Gustavo. Diseño de una empresa de consultoría en servicios de información. Tesis de licenciatura. UNAM, FFyL, 1986. 169 p.

CASTRO ABANCÉNS, Ignacio y RUFINO RUS, José Ignacio. Creación de empresas para emprendedores. Madrid: Ediciones Pirámide, 2012. 186 p.

Catálogo único de trámites y servicios. [En línea]. Disponible en: <<http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/index.jsp>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Centro Europeo de Empresas e Innovación. Guía de apoyo al emprendedor: cómo realizar un estudio de mercado. [En línea]. Disponible en: <http://www.ceeicr.es/uploads/tx_icticontent/GUIA_ELABORACION_ESTUDIO_S_DE_MERCADO_01.pdf>. 74 p. [Consultado: 10 de mayo de 2014].

Confinem. Las fuentes de información externa de la empresa. [En línea]. Disponible en: <http://www.mirelasolucion.es/blog/fuentes-informacion-externa/>. [Consultado: 24 de mayo de 2014].

Delfos. Verificación de empresas. [En línea]. Disponible en: <http://www.dtic.co.cu/FTP/informes/df_v_2.3_018_05vc.pdf>. 26 p. [Consultado: 15 de febrero de 2014].

Diario oficial de la federación. Página de Inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.dof.gob.mx/>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

EBSCO. Sobre EBSCO Information Services. [En línea]. Disponible en: <<http://www2.ebsco.com/es-es/app/AboutUs/Pages/abouteis.aspx>>. [Consultado: 14 de febrero de 2014].

Entrepreneur. Tu plan de negocios paso a paso. [En línea]. Disponible en: <<http://www.soyentrepreneur.com/14096-tu-plan-de-negocios-paso-a-paso.html>>. [Consultado: 3 de mayo de 2014].

EVANS, G. Edward. Técnicas de administración para bibliotecarios. México: UNAM, Dirección General de Bibliotecas, 1980. 317 p.

FERNÁNDEZ RUIZ, Cinthia. Entre la TIR y el VPN para la evaluación de un proyecto. [En línea]. Disponible en: <http://www.aempresarial.com/servicios/revista/263_9_HKOKIYVJACRKBLSFZUYGHEUAJMOOSQBAAPLJNHTOJLYLWQQWLP.pdf>. 2 p. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

GALICIA VELASCO, Guadalupe Araceli. Elementos para la creación de un modelo gerencial para empresas vinculadas con la industria de la información. Informe de licenciatura. UNAM, FFyL, 2012. 62 p.

Grupo Sistemas Lógicos. Quiénes somos. [En línea]. Disponible en: <http://www.gsl.com.mx/gslm/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=55>. [Consultado: 16 de febrero de 2014].

INFOTEC. Nuestra historia. [En línea]. Disponible en: <http://www.infotec.com.mx/en_us/infotec/nuestra_historia_infotec>. [Consultado: 8 de febrero de 2014].

Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://portal.infonavit.org.mx/wps/wcm/connect/infonavit/inicio>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Tarifas marcas, avisos y nombres comerciales. [En línea]. Disponible en: <<http://www.impi.gob.mx/marcas/Paginas/TarifasMarcasAvisosNombres.aspx>>. [Consultado: 4 de mayo de 2014].

Instituto Mexicano del Seguro Social. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.imss.gob.mx/>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Instituto Tecnológico de Sonora. Aplicación de la evaluación financiera: valor presente neto (VPN). [En línea]. Disponible en: <http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p9.htm>. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

KM Soluciones Integradas. Quiénes somos. [En línea]. Disponible en: <<http://kmsoluciones.com/quienes-somos/>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

KOTLER, Philip. Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación, 2011. 522 p.

LEACH, Lynda Nash. Do you have what it takes to be a successful information broker? En: Information brokers and reference services. New York. Haworth. 1988. p. 173-183.

Ley Federal del Trabajo. Artículo 6. [En línea]. Disponible en: <<http://info4.juridicas.unam.mx/juslab/leylab/123/17.htm>>. [Consultado: 19 de octubre de 2014].

Library Outsourcing Service. Presentación. [En línea]. Disponible en: <<http://www.libraryoutsourcing.com.mx/>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

Libros Cinco Continentes. Inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.libroscincocont.com.mx/>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

Marketing mix: las 4 p del marketing. [En línea]. Disponible en: <<http://pixel-creativo.blogspot.mx/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>>. [Consultado: 10 de mayo de 2014].

MENDOZA MORALES, Soledad. El bibliotecario como empresario: la creación de la empresa citas latinoamericanas (CITLAT). Tesis de licenciatura. ENBA, 2000. 149 p.

México. Ley general de sociedades mercantiles. [En línea]. Disponible en: <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/268/3.pdf>>. 60 p. [Consultado: 25 de octubre de 2013].

México. Secretaría de Economía. Ley del impuesto sobre la renta. [En línea]. Disponible en: <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf>>. 236 p. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

NAVARRO CASTILLO, Diego. Tasa interna de retorno. TIR. [En línea]. Disponible en: <<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%209/9-1-2.htm>>. [Consultado: 19 de mayo de 2014].

PAYNE, Adrian. La esencia de la mercadotecnia de servicios. México: Prentice Hall, 1996. 252 p.

RAMOS SIMÓN, Luis Fernando. Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales. Madrid: Síntesis, 1998. 234 p.

Remington Sistemas. Conócenos. [En línea]. Disponible en: <<http://www.remington.com.mx/#>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

Resumen ejecutivo. [En línea]. Disponible en: <http://moodle.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/unida/RH/AN/ANS13/AN13_Lectura.pdf>. 15 p. [Consultado: 20 de mayo de 2014].

RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín. Administración de pequeñas y medianas empresas. México: Cengage Learning, 2010. 361 p.

ROSEN, Brenda C. The age of the information broker: an introduction. En: information brokers and reference services. New York: Haworth, 1988. p. 5-26.

Secretaría de Economía. Banco de datos SECOBI (Servicio de Consulta a Bancos de Información). [En línea]. Disponible en: <<http://www.contactopyme.gob.mx/mercados/info/secobi.html>>. [Consultado: 8 de febrero de 2014].

Secretaría de Economía. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.economia.gob.mx/>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

Secretaría de Economía. Portal tuempresa. [En línea]. Disponible en: <<http://www.tuempresa.gob.mx/inicio>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

Secretaría de Economía. Regímenes fiscales de las personas físicas. [En línea]. Disponible en: <http://www.tuempresa.gob.mx/-/regimenes-fiscales-de-las-personas-fisicas#L132>. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

Secretaría de Economía. Regímenes fiscales de las personas morales. [En línea]. Disponible en: <<http://www.tuempresa.gob.mx/-/regimenes-fiscales-de-las-personas-morales>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

Secretaría de Economía. Sociedades anónimas. [En línea]. Disponible en: <http://www.tuempresa.gob.mx/asesoria/legal/mercantil/-/asset_publisher/b7z6f2vqvKZd/content/id/26524>. [Consultado: 25 de octubre de 2013].

Secretaría de Economía. Sociedades Civiles. [En línea]. Disponible en: <<http://www.tuempresa.gob.mx/-/sociedades-civiles>>. [Consultado: 24 de octubre de 2013].

Secretaría de Gobernación. Reglas de operación del fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa (fondo PyME) para el ejercicio fiscal 2013. [En línea]. Disponible en: <http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5289919&fecha=28/02/2013>. [Consultado: 25 de octubre de 2013].

Secretaría de Relaciones Exteriores. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.sre.gob.mx/>>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

Secretaría de Trabajo y Previsión Social. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.stps.gob.mx/bp/index.html>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Servicios Bibliotecarios. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.paginasprodigy.com.mx/serviciosbibliotecarios/avisoprivacidad.html>>. [Consultado: 22 de febrero de 2014].

Sistema de Atención Tributaria. ¿Soy persona física o persona moral? [En línea]. Disponible en: http://www2.sat.gob.mx/sitio_internet/6_388.html. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

Sistema de Atención Tributaria. Obligaciones fiscales. [En línea]. Disponible en: <http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/Paginas/default.aspx>. [Consultado: 26 de mayo de 2014].

Sistema de Atención Tributaria. Página de inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.sat.gob.mx/Paginas/Inicio.aspx>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Sistema de Atención Tributaria. Personas morales del régimen general. [En línea]. Disponible en: <http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/personas_morales/regimen_general/Paginas/default.aspx>. [Consultado: 28 de mayo de 2014].

Sistema de Información Empresarial Mexicano. Guías de trámites para iniciar y operar un negocio. [En línea]. Disponible en: <http://www.siem.gob.mx/guiasdetramites/Bus_Cmap.asp>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Sistema de Información Empresarial Mexicano. Página de Inicio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.siem.gob.mx/siem/>>. [Consultado: 27 de mayo de 2014].

Soluciones Integrales para Bibliotecas y Archivos. Quiénes somos. [En línea]. Disponible en: <<http://www.sibasa.com/quien.html>>. [Consultado: 23 de febrero de 2014].

Somohano Express. Información. [En línea]. Disponible en: <<https://www.facebook.com/somohanoexpress/info>>. [Consultado: 23 de febrero de 2014].

Special Libraries Association. Competencies for Information Professionals of the 21st Century. [En línea]. Disponible en: <http://sla.org/wp-content/uploads/2013/01/0_LRNCCompetencies2003_revised.pdf>. 17 p. [Consultado: 27 de octubre de 2013].

TAYLOR, Allan y PARISH, James Robert. Career opportunities in library and information science. New York: Ferguson, 2009. 365 p.

TURNBULL MUÑOZ, Federico. Industria de la información en México. [En línea]. Disponible a través de e-lis. 8 p. [Consultado: 27 de octubre de 2013].

UNAM. Dirección General de Planeación. Centro de información científica y humanística. Centro de Información Científica y Humanística. [En línea]. Disponible en:
<<http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/anteriores/1994/cich.php>>.
[Consultado: 8 de febrero de 2014].