



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE BIBLIOTECOLOGIA

GUIA DE PROCEDIMIENTOS QUE SE APLICAN EN EL
DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE DE EBSCO
MEXICO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE SUSCRIPCIONES



INFORME ACADEMICO
DE PRACTICA PROFESIONAL
* QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN BIBLIOTECOLOGIA
P R E S E N T A
JUAN GUILLERMO GARCIA CORAZA



ASESOR: LIC. HUGO FIGUEROA ALCANTARA

COLEGIO BIBLIOTECOLOGIA

CIUDAD DE MEXICO



2004

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
U.N.A.M.



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

A la Universidad Nacional Autónoma de México, por sus aulas, teatros, cines, y tantos otros espacios que sin duda han contribuido a que hoy en día tenga una perspectiva crítica de la vida.

A todos mis maestros, por la formación recibida en las aulas tanto del Colegio de Ciencias y Humanidades plantel Oriente, como de la Facultad de Filosofía y Letras.

Al Lic. Hugo Figueroa, por su tiempo, apoyo y asesoría siempre objetiva hasta la culminación de este trabajo.

Al Lic. Oscar Saavedra, Gerente General de EBSCO México, por brindarme la oportunidad de laborar para esta empresa y de esta forma poder desarrollar el presente trabajo.

A mis sinodales, Licenciados Jorge Cabrera, Blanca Estela Sánchez, César Augusto Ramírez y Brenda Cabral, por su gran apoyo para concluir este proyecto.

DEDICATORIAS

A Martha, mi madre, por ese tesón para impulsarme en la vida.

A la memoria de mi padre Memo, quien mucho hubiera disfrutado compartir este momento conmigo.

A mi compañera y pareja de toda la vida, Jeannette, por su amor incondicional durante estos años... y los que faltan.

A mis hermanas Verónica y Claudia, sin cuyo apoyo, esto no hubiera sido posible.

A mis hermanos Gerardo, Jonathan, Erica y Marlene para que sea un ejemplo a seguir.

A mis sobrinos Kristian, Kimberly y Alan, que apenas empiezan este viaje.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
---------------------	----------

CAPÍTULO 1 LAS AGENCIAS DE SUSCRIPCIONES

1.1	Sobre las publicaciones periódicas y seriadas	3
1.2	Concepto de agencia de suscripciones	5
1.3	Sobre el mercado de las agencias de suscripciones	6
1.4	Sobre los sectores involucrados dentro de la industria de las agencias de suscripciones	7
1.4.1	De la casa editorial	8
1.4.2	De la agencia de suscripciones	10
1.4.3	De la biblioteca	12
1.5	Antecedentes	12
1.6	Servicios	17
1.6.1	Servicios tradicionales	17
1.6.1.1	Consolidación de suscripciones	17
1.6.1.2	Atención a clientes	20
1.6.1.3	Administración de suscripciones en-línea	20
1.6.2	Servicios adicionales	23
1.6.2.1	Establecimiento de suscripciones a bases de datos	23
1.6.2.2	Auxilio en el desarrollo de colecciones hemerográficas	24
1.6.2.3	Venta de fascículos retrospectivos	26

CAPÍTULO 2 EBSCO MÉXICO. DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE

2.1	Panorama general de EBSCO Industries	27
2.1.1	Cronología de hechos importantes	28
2.2	EBSCO Information Services	29
2.2.1	Contexto	29
2.2.2	Divisiones de EBSCO Information Services	29

2.2.2.1	EBSCO Subscription Services (ESS)	30
2.2.2.1.1	Panorama general	30
2.2.2.1.2	Servicios	30
2.2.2.2	EBSCO Publishing (EP)	35
2.2.2.2.1	Antecedentes	35
2.2.2.2.2	Servicios	36
2.2.2.2.3	EBSCO Book Services	36
2.2.2.2.3.1	Descripción	36
2.2.2.2.3.2	Características del Servicio	36
2.3	EBSCO México	37
2.3.1	Contexto	37
2.3.2	Objeto Social	38
2.3.3	Infraestructura	39
2.3.4	Recursos Humanos	39
2.4	Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México	40
2.4.1	El servicio al cliente desde la perspectiva de EBSCO	40
2.4.2	Breve Cronología del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México	42
2.4.3	Misión	43
2.4.4	Objetivo	43
2.4.5	Personal	43
2.4.6	Funciones	44
2.4.6.1	Funciones generales	45
2.4.6.1.1	Establecimiento de suscripciones	45
2.4.6.1.1.1	Solicitud de proformas	46
2.4.6.1.1.2	Envío de instrucciones de aplicación de pagos	47
2.4.6.1.1.3	Recepción y remisión de facturas definitivas a clientes	48
2.4.6.1.2	Reclamos de fascículos faltantes	48
2.4.6.1.2.1	Reclamos de títulos de clientes con servicio de entrega directa	48
2.4.6.1.2.2	Reclamos de títulos de clientes con servicio de entrega consolidada (JETS)	49
2.4.6.1.2.3	Reclamos de apoyo a otras oficinas de EBSCO	49

2.4.6.1.2.4	Procedimientos alternos derivados de la reclamación de fascículos	50
2.4.6.1.2.4.1	Cancelación de suscripciones	50
2.4.6.1.2.4.2	Ajustes en órdenes	50
2.4.6.1.2.4.3	Correcciones en órdenes	51
2.4.6.1.3	Control general de estados de cuenta contables de los clientes	51
2.4.6.1.3.1	Revisión de los estados de cuenta contables de clientes activos e inactivos	51
2.4.6.1.3.2	Control de créditos	51
2.4.6.1.3.3	Control de débitos	52
2.4.6.2	Funciones adicionales del departamento de servicio al cliente de EBSCO México	52
2.4.6.2.1	Solicitud de generación de cuentas para el servicio electrónico de administración de suscripciones EBSCONET	52
2.4.6.2.2	Solicitud de generación de cuentas para el servicio a publicaciones electrónicas EBSCOhost: Electronic Journal Service (EJS)	53
2.4.7	Relación interdepartamental del Área de Servicio al Cliente de EBSCO México	54
2.4.7.1	Área de ventas	54
2.4.7.2	Departamento de Procesamiento de Órdenes	54
2.4.7.3	Administración	55
2.4.7.3.1	Asistencia Administrativa	55
2.4.7.3.2	Recepción	55
2.4.7.3.3	Área de archivo	55
2.4.7.3.4	Área de control del servicio consolidado JETS	55
2.4.7.4	Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos	56

CAPÍTULO 3 GUÍA DE PROCEDIMIENTOS QUE SE APLICAN EN EL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE DE EBSCO MÉXICO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE SUSCRIPCIONES

3.1	Solicitud y recepción de proformas	57
3.1.1	Tipología de proformas de EBSCO México	58
3.1.1.1	Proformas de suscripciones impresas y/o electrónicas	58
3.1.1.2	Proformas de bases de datos propietarias de EBSCO	58
3.1.1.3	Proformas de servicios electrónicos especializados producidos por EBSCO	58
3.1.2	Formatos de las proformas de EBSCO México	59
3.1.2.1	Formato tradicional de proformas en inglés	59
3.1.2.2	Formato tradicional de proformas en español	59
3.1.2.3	Formato interno de EBSCO México	60
3.1.3	Solicitud de proformas de suscripciones impresas y/o electrónicas	61
3.1.3.1	Formato de requisición	63
3.1.3.2	Canalización de la solicitud	66
3.1.3.3	Envío del mensaje de solicitud	66
3.1.3.4	Recepción de proformas	67
3.1.3.5	Remisión de proformas a clientes	68
3.1.3.5.1	Envío de proformas a clientes por correo electrónico	69
3.1.3.5.2	Envío de proformas a clientes en original por correo de superficie o servicio de mensajería	69
3.1.4	Solicitud y elaboración de proformas de bases de datos propietarias de EBSCO	70
3.1.4.1	Generación de ofertas	70
3.1.4.2	Solicitud	72
3.1.4.3	Elaboración	72
3.1.4.4	Remisión de proformas a clientes	75
3.1.5	Solicitud y elaboración de proformas de servicios	75

electrónicos especializados producidos por EBSCO	
3.1.5.1 Solicitud	75
3.1.5.2 Elaboración	76
3.1.5.3 Remisión de proformas a clientes	76
3.2 Instrucciones de aplicación de pagos	77
3.2.1 Identificación del cliente	78
3.2.2 Identificación del producto o servicio comprado	78
3.2.3 Envío de mensaje del Ejecutivo de Servicio al Cliente al Departamento de Contabilidad de las oficinas centrales de EBSCO en EE.UU.	79
3.2.3.1 Características del mensaje	79
3.2.3.2 Personal a quien debe dirigirse el mensaje	79
3.2.3.3 Asunto del mensaje (subject)	80
3.2.3.4 Información que deben contener las instrucciones de aplicación de pagos	80
3.2.3.4.1 Información básica	80
3.2.3.4.2 Información opcional	84
3.3 Recepción y remisión de facturas definitivas	86
3.3.1 Características de las facturas definitivas de EBSCO México	86
3.3.2 Tipos de facturas definitivas	88
3.3.3 Generación de facturas definitivas	90
3.3.4 Impresión de facturas definitivas	91
3.3.5 Canalización y recepción de facturas definitivas	91
3.3.6 Revisión de facturas definitivas	92
3.3.7 Elaboración de cartas de facturas definitivas	92
3.3.8 Envío de facturas definitivas a clientes	93
CONCLUSIONES	94
ANEXOS	97
OBRAS CONSULTADAS	100

INTRODUCCIÓN

El incremento de la información en las publicaciones periódicas y seriadas ha proliferado en las últimas décadas. La tecnología ha dado pie al surgimiento de nuevas formas de almacenamiento y recuperación de este tipo de documentos, que hoy se traducen en el desarrollo de una gran cantidad de medios y soportes, lo cual ha ocasionado que los profesionales de la información hayan replanteado las formas de selección, adquisición, organización y administración de sus colecciones hemerográficas así como de los recintos depositarios de este tipo de materiales. Por otra parte, la elección entre establecer las suscripciones de publicaciones periódicas y seriadas directamente con los editores o hacerlo mediante la contratación de los servicios que ofrecen las agencias de suscripciones, considerando la cantidad de trabajo y el control riguroso contable, administrativo y bibliográfico que conlleva esta actividad, hace que ésta última opción se torne más conveniente, sobre todo para aquellas unidades de información que suscriben un número considerable de publicaciones.

La tarea de las agencias de suscripciones es la de asegurar colecciones hemerográficas completas, mediante las gestiones correspondientes que involucra la administración de suscripciones, que van desde la cotización y establecimiento de órdenes hasta el control de envío de fascículos. Todas estas actividades conllevan procesos basados en las formas de operación de los sistemas utilizados propios de cada agencia de suscripciones.

EBSCO Information Services, la agencia de suscripciones más grande del mundo, ofrece diversos servicios de información para sus clientes, y sirve al mercado latinoamericano a través de su oficina regional en México. Esta oficina brinda sus servicios a un número considerable de universidades, instituciones educativas y corporaciones en América Latina, lo cual hace a EBSCO México una empresa indispensable en el ámbito de la información en esta área geográfica.

La atención al cliente representa uno de los baluartes más importantes para EBSCO; es por ello que la capacitación de su personal a ese respecto es preponderante. Los

procedimientos que conlleva esta actividad son complejos y su ejecución requiere de conocimiento, precisión y rapidez para garantizar su óptima realización.

EBSCO México cuenta con un Departamento de Servicio al Cliente, que se integra en su mayoría por bibliotecarios profesionales, quienes por su formación académica y relación con el medio bibliotecario, comprenden las necesidades de información de sus clientes, así como la importancia que conlleva ser uno de los factores determinantes para asegurar colecciones hemerográficas completas. La tarea no es fácil, pero con el apoyo de la infraestructura tecnológica y humana, así como los conocimientos necesarios, el equipo de EBSCO México hace todo lo posible por lograrlo.

Los procesos que involucra la administración de suscripciones son complejos y diversos, pero sin duda los que adquieren mayor importancia son los relacionados con el establecimiento de suscripciones. Justo es el objeto de la guía, ofrecer los lineamientos básicos que permitan al personal del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México llevar a cabo los procesos para el establecimiento de suscripciones y de esta manera iniciar el servicio de manera óptima y así establecer el primer eslabón de la cadena *Casa Editorial-Cliente-Agencia de Suscripciones*, que permita desarrollar la administración de suscripciones a través de EBSCO México en tiempo y forma.

Para tal fin, el presente trabajo se encuentra organizado en tres capítulos. El primero de ellos, incluye un preámbulo al contexto de las agencias de suscripciones como empresas indispensables dentro del ámbito de la industria de la información, como agentes intermediarios entre el editor y la biblioteca. En el segundo capítulo se presenta un panorama general de EBSCO Information Services, desde sus antecedentes, divisiones de trabajo y servicios, haciendo especial hincapié en la oficina regional para América Latina, enfocándose especialmente en las actividades que son llevadas a cabo en su Departamento de Servicio al Cliente.

El tercer capítulo es propiamente la guía, que incluye la descripción de los tres procedimientos que se aplican en el Departamento de Servicio al Cliente para el establecimiento de suscripciones que son: la solicitud y remisión de proformas, las instrucciones de aplicación de pagos y la recepción y remisión de facturas definitivas a clientes.

CAPÍTULO 1

LAS AGENCIAS DE SUSCRIPCIONES

1.1 Sobre las publicaciones periódicas y seriadas

El término genérico que se ha manejado tradicionalmente para referir los documentos que son provistos a través de las agencias de suscripciones es el de *publicaciones periódicas y seriadas*, no obstante, hoy en día, este concepto ha sido reemplazado por uno más amplio que es el de *recursos continuos*.¹

De acuerdo con la Biblioteca del Congreso de Washington, un recurso continuo es “un recurso bibliográfico que se edita a destiempo sin una conclusión predeterminada. Los recursos continuos incluyen a las *publicaciones periódicas y seriadas* y a los *recursos integrados en actualización*”²

De acuerdo con Grieder, las publicaciones periódicas pueden ser definidas como aquellas publicaciones editadas en partes sucesivas a intervalos más o menos regulares y cuya publicación ha de ser continua indefinidamente en el futuro.³

Una publicación seriada, -apunta Grieder- es una publicación editada como un número o trabajo separado, que puede presentarse de forma individual como material monográfico que se relaciona con una área específica y que además se publica sucesivamente con un título colectivo. Una publicación seriada también puede ser considerada como publicación periódica, ya que está planeada para ser publicada indefinidamente. Existen dos tipos de estas series monográficas: las series académicas y las series editoriales. Las primeras son publicadas por instituciones académicas y generalmente vienen numeradas. Las segundas, son editadas por firmas comerciales y

¹ Negrini, Giliola. *Electronic resources: an analysis aimed at focusing a typology* [en línea]. Roma: ISSN National Centre for Italy, CNR - Istituto di studi sulla ricerca e documentazione scientifica, Roma, 2000. <<http://www.isrds.rm.cnr.it/DataBase/elsources/Eabstract.html>> [Consulta: 10 de enero de 2004]

² Tillett, Barbara B. New definitions: continuing resource. En *2002 Revision of AACR2 & LC Implementation: Dec. 1, 2002* [en línea]. USA: American Library Association, 2002 <http://www.loc.gov/catdir/pcc/it/AACR2rev_ovrvbt02_files/v3_document.htm> [Consulta: 10 de enero de 2004]

³ Grieder, Theodore. *Acquisitions: where, what and how: a guide to orientation and procedure for students in librarianship, librarians, and academic faculty*. Contributions in librarianship and information science; 22. ISSN 0084-9243, ISBN 0-8371-9890-9. Connecticut: Greenwood press, 1978, p128.

pueden o no presentar una numeración; claro que su contenido puede ser altamente académico.⁴

Por otra parte, John Merriman, en su introducción al documento presentado por la Asociación de Agencias de Suscripciones e Intermediarios (AASI) titulado "*the work of subscription agents*" sostiene que una publicación periódica puede ser publicada en periodos regulares, como semanal, mensual, trimestral, anual, etc., o bien, a intervalos irregulares; y que además pueden publicarse en una variedad de formatos: papel, CD-ROM, disquete, en línea a través de Internet, etc.; aunque la mayoría de las publicaciones continúan editándose indefinidamente, muchas de ellas tienen una duración limitada. También destaca a las series monográficas como publicaciones seriadas susceptibles de ser establecidas a través de una agencia intermediaria.⁵

Las publicaciones periódicas y seriadas han sido redefinidas por la Biblioteca del Congreso como "un recurso continuo editado en partes sucesivas usualmente numeradas, que no tiene un fin predeterminado. Ejemplos de publicaciones periódicas y seriadas son: las revistas impresas y electrónicas de tipo científico y de divulgación, directorios, reportes anuales, periódicos y series monográficas" ⁶

La Biblioteca del Congreso de Washington define al "recurso integrado" como sigue: "un recurso bibliográfico que se agrega o cambia a través de actualizaciones que no permanecen separadas y que se encuentran integradas dentro de un conjunto. Los recursos integrados pueden ser finitos o continuos. Ejemplos de recursos integrados pueden ser las hojas sueltas y los sitios web en constante actualización."⁷

⁴ *Ibid.*

⁵ Merriman, John. The work of subscription agents: introduction. En *ASA Documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 2002. <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa02.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]

⁶ Tillett, Barbara B. Revised definition: serial. En *2002 Revision of AACR2 & LC Implementation: Dec. 1, 2002* [en línea]. USA: American Library Association, 2002 <http://www.loc.gov/catdir/pcc/ir/AACR2rev_ovrvbt02_files/v3_document.htm> [Consulta: 10 de enero de 2004]

⁷ Tillett, Barbara B. New definition: integrating resource. En *2002 Revision of AACR2 & LC Implementation: Dec. 1, 2002* [en línea]. USA: American Library Association, 2002 <http://www.loc.gov/catdir/pcc/ir/AACR2rev_ovrvbt02_files/v3_document.htm> [Consulta: 10 de enero de 2004]

Durante la 29 Reunión del Panel Asesor de la Agencia ISBN Internacional (AI) llevada a cabo en la Biblioteca Estatal de Berlín del 14 al 15 Octubre de 2002, se abordó el tema de los recursos continuos, en donde se llegó a la conclusión de que “estos pueden ser bases de datos o documentos electrónicos disponibles en un sitio en la red. Lo específico de los recursos continuos es que la persona u organización que los publica trata de actualizarlos continuamente (¡cada mes, cada año o incluso diariamente!). El grupo llegó a la conclusión de que si el editor tiene la intención de actualizar continuamente el recurso, entonces se parece más a una serie y recomendaría que se identifique con un ISSN. Pero si la intención del editor es publicarlo una vez o publicar solamente un número muy restringido de veces, entonces se parece más a una monografía, en cuyo caso el ISBN sería el sistema de numeración adecuado”⁸

1.2 Concepto de agencia de suscripciones

De acuerdo con W.T Cox Subscriptions, una agencia de suscripciones es una compañía que trata directamente con los editores en representación del usuario final o biblioteca. Mediante la utilización de los servicios de una agencia, la biblioteca ahorra tiempo y dinero, debido a que elimina virtualmente todo el papeleo y los costos de operación asociados con la suscripción de múltiples publicaciones.⁹

“Las agencias de suscripciones actúan primeramente como intermediarios entre los compradores y los editores de publicaciones; proporcionan una sola opción de compra para publicaciones de todo el mundo”¹⁰

Una agencia de suscripciones es una empresa cuyo curso principal dentro de su negocio es interactuar como agente en representación de los suscriptores para comprar suscripciones de las publicaciones solicitadas directamente con los editores. Las siguientes no se consideran como agencias de suscripciones: cualquier agencia de

⁸ 29 Reunión del Panel Asesor de la Agencia ISBN Internacional (AI) Berlin, Biblioteca Estatal- 14-15 Octubre 2002 [en línea]. <<http://www.isbn-international.org/publicaciones/boletin17.pdf>> [Consulta: 10 de enero de 2004]

⁹ W.T.Cox Subscriptions. *We're your single source!: why use a subscription agent?* [en línea]. North Carolina, USA <<http://www.wtcox.com/aboutus.html>> [Consulta: 3 de noviembre de 2003]

¹⁰ Knibbe, Andrew. The go between: a subscription role in electronic publishing. *The Journal of Electronic Publishing* [en línea]. Junio de 1999, vol. 4, no. 4, ISSN: 1080-2711. <<http://www.press.umich.edu/jep/04-04/knibbe.html>> [Consulta: 22 de octubre de 2003]

gobierno o institución, librerías u otros negocios comerciales, universidades, hospitales y/o cualquier otra institución o persona que actúa en representación de otra persona o institución.¹¹

Globe Publication Pvt. Ltd sostiene que ser una agencia de suscripciones no se traduce meramente en la coordinación entre los suscriptores y los editores. Significa comprender las necesidades específicas de información de las instituciones, manteniendo un constante flujo de información, así como registros y cuentas claras, sobre todo en materia de fascículos faltantes, además de auxiliar a los clientes en la planeación de su presupuesto.¹²

1.3 Sobre el mercado de las agencias de suscripciones

La AASI sostiene que aunque los clientes principales de las agencias son por definición las bibliotecas, esto no las exime de ofrecer sus servicios también a suscriptores individuales así como a otro tipo de instituciones.¹³

De acuerdo con una investigación realizada por Basch y Sizer en 1986¹⁴, son 7 los grupos a los que sirven las agencias de suscripciones:

- ✓ Empresas
- ✓ Instituciones locales y extranjeras
- ✓ Instituciones educativas a nivel bachillerato, universidades, centros de investigación
- ✓ Dependencias gubernamentales
- ✓ Instalaciones médicas

¹¹ Physicians Postgraduate Press. Frequently asked questions: subscriptions. En *The Journal of Clinical Psychiatry* [en línea]. Tennessee, USA: Physicians Postgraduate Press <<http://www.psychiatrist.com/faq/index.htm>> [Consulta: 12 de octubre de 2003]

¹²Globe Publication Pvt. Ltd. *The lifeline between sources and users of specialized information*. [en línea] New Delhi, India: Globe Publication Pvt. Ltd. <http://www.globepub.com/about_group.asp> [Consulta: 22 de octubre de 2003]

¹³ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: the advantages of using an agent. En *ASA documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa06.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]

¹⁴ Basch, N. Bernard, y Sizer Warner, Alice. Subscription agencies: a new look at an old service. *Library Journal*, Abril 1988, vol. 113, no. 6, p. 57

- ✓ Bibliotecas públicas
- ✓ Escuelas primarias, preescolares, etc.

La AASI apunta que las agencias pueden especializarse en ciertas áreas del conocimiento como las ciencias biológicas, por ejemplo, e incluso fungir como distribuidores de materiales de editores especializados en un campo en particular.¹⁵

De la investigación de Basch y Sizer, se obtuvo que sólo 2 de las más grandes agencias de suscripciones resultaron ser las que brindaban sus servicios a todos estos sectores, a saber, Faxon y EBSCO, mientras que el resto de las agencias más bien se especializaban en áreas específicas.¹⁶

1.4 Sobre los sectores involucrados dentro de la industria de las agencias de suscripciones

Los servicios de administración de suscripciones a través de agencias intermediarias requieren invariablemente de la participación tres sectores principales, que son: **la biblioteca, la casa editorial y la agencia de suscripciones.**

De acuerdo con la AASI la provisión de servicios de suscripciones se basa en la confianza mutua entre el bibliotecario, el agente y el suscriptor, que de hecho funciona muy bien, y es que como se manejan grandes cantidades de capital antes de recibir el servicio, esta característica difiere en mucho a las prácticas comerciales comunes.¹⁷

Las agencias de suscripciones representan un vínculo de vital importancia en la cadena de la información *Autor-Editor-Bibliotecario-Lector*, ya que éstas se encargan de facilitarles las herramientas fundamentales para el acceso a la información que cada uno de estos factores requiere, a través del servicio eficiente que sus clientes esperan recibir y que ellas mismas tienen como objeto brindar.

¹⁵ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: the advantages of using an agent... *Op.cit.*

¹⁶ Basch, N. Bernard, *Op.cit.*

¹⁷ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: the advantages of using an agent... *Op.cit.*

Un bibliotecario involucrado en la compra de servicios de información, debe considerar los costos que implica a su institución fincar una orden de suscripción a publicaciones periódicas o seriadas y establecerla directamente ante los editores, sobre todo cuando se trata de hacer pagos en moneda extranjera, además de tomar en cuenta el costo de tener que lidiar constantemente con los editores para hacer sus propios reclamos. Todo esto implica un gasto mucho mayor que requiere la contratación de los servicios de una agencia de suscripciones.¹⁸

Debe entenderse claramente que las agencias de suscripciones, en virtud de ser intermediarios, son libres de cargar el costo por sus servicios a los precios de los títulos tanto como lo consideren; claro que el factor regulador es la competencia entre ellas.¹⁹

De acuerdo con la AASI el propósito común de las agencias de suscripciones debe ser proporcionar el título correcto para el lector correcto en el tiempo correcto y al precio correcto, y como se ha mencionado anteriormente, los sectores que indudablemente contribuyen al logro de estos fines son *la casa editorial, la agencia de suscripciones y el cliente*. Al respecto la AASI hace las siguientes recomendaciones para cada sector para optimizar y garantizar que el propósito se cumpla cabalmente:

1.4.1 De la casa editorial

- Las casas editoriales deben optimizar los sistemas de cómputo utilizados para fines de comercialización de sus publicaciones y así controlar ellas mismas la totalidad de sus suscripciones. Esto es, porque muchos editores, en afán de poder controlar sus registros de suscripciones y ofrecer alternativas al mercado internacional, han contratado agencias intermediarias de “cumplimiento” (*Fulfilment agencies*) para establecer suscripciones a regiones o países determinados fuera de sus demarcaciones geográficas. Esto -asevera la AASI- es lamentable, ya que el editor pierde el control de una parte vital de su propio

¹⁸ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: the advantages of using an agent... *Op.cit.*

¹⁹ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: the service for publishers. En *ASA documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa08.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]

negocio, además de que el servicio de alguna manera se degrada, haciendo que surjan aun más reclamos, dudas y quejas.

- Deben además, Informar sobre incrementos de precios como mínimo en el mes de agosto, para que se ajusten y reflejen en las proformas y facturas de las renovaciones del otoño. Es muy común que algunos editores no anuncien estos incrementos en tiempo y forma, lo cual ocasiona que los pagos enviados sean erróneos y en consecuencia no cobrados o regresados. Esta situación trae como consecuencia en muchos casos que los procesos sean lentos y hasta difíciles.

Para optimizar el servicio y ofrecer mejores alternativas de venta con el objeto de evitar que los bibliotecarios estén a disgusto con las casas editoriales, éstas deben evitar:

- Imprimir un número limitado de copias de acuerdo con las solicitudes previas, lo cual implica que no se satisfagan los reclamos, o establecer suscripciones con fechas de inicio retrospectivas o bien, renovaciones tardías.
- Acelerar el tiempo para establecer una orden.
- Producir volúmenes extra durante el año para los cuales se requiere un pago adicional.
- Que la publicación de fascículos de un volumen sea variable.
- El envío automático de suplementos o versiones en CD-ROM muy costosos sin esperar confirmación por parte del bibliotecario para poder enviarlos.
- Establecer políticas muy rígidas para las cancelaciones.
- Incrementar los precios de forma excesiva.
- Establecer políticas rígidas para los reclamos, que no contemplen las distancias y los tiempos de entrega que conlleva una suscripción.
- Aceptar pago por adelantado para luego retrasar severamente la publicación de los volúmenes, o que en ocasiones incluso, debido al atraso, se publiquen fascículos dobles o combinados.
- Enviar hasta tres recordatorios para pagar suscripciones a clientes que suscriben a través de agencias intermediarias.
- Utilizar envolturas de baja calidad que no ofrecen óptima protección y que por lo tanto el fascículo puede sufrir daños.

- Hacer cambios bibliográficos constantes en las publicaciones, sin tomar en cuenta las consecuencias y ajustes que implica tanto para el usuario final como para las agencias.

1.4.2 De la agencia de suscripciones

- La agencia debe contar con un óptimo sistema de establecimiento de órdenes que le permita establecer en tiempo y forma las suscripciones de los títulos que le fueron solicitados.
- Establecer sistemas de comunicación que permitan llevar a cabo un servicio satisfactorio a cada uno de sus clientes.
- Mantener los registros de las suscripciones precisos y fácilmente accesibles en términos de fechas comunes de expiración, cuando sea posible.
- Mantener precios actualizados así como proveer a sus clientes con información hemerográfica actual, respaldada por una amplia colección de fuentes referenciales para estar al día en relación a los cambios bibliográficos.
- Procesar y ordenar nuevas suscripciones de manera eficiente de los miles de editores posibles.
- Evitar cortes en la continuidad de la suscripción, mediante la renovación oportuna en tiempo y forma.
- Ofrecer la opción entre el manejo y administración de suscripciones por periodos de un año, o bien, de manera permanente.
- Producir facturas precisas, tomando en cuenta los requerimientos específicos de sus clientes, incluyendo precios firmes, facturas de una línea, etc., que es una característica que los editores no podrían hacer con cada uno de sus clientes directos.
- Responder eficientemente a reclamos de fascículos faltantes y otras dudas.
- Proporcionar información por adelantado sobre retrasos en la publicación de fascículos, cambios de títulos, etc.
- Producir catálogos y cotizaciones de precios.
- Pagar a los editores en tiempo y forma, y además tener la infraestructura y capacidad para pagar en las diferentes monedas existentes alrededor del mundo.

- Establecer relaciones interpersonales con el bibliotecario.
- Reducir la carga de trabajo de las bibliotecas, asumiendo una parte de la misma, particularmente durante la etapa de renovación.
- Establecer buenas relaciones con los editores y familiarizarse con sus métodos de trabajo.
- Auxiliar a la biblioteca tanto como sea posible con el manejo financiero y presupuestario, esto es, ofrecer términos de créditos y proponer planes de pagos que permitan a las bibliotecas hacer el mejor uso de sus fondos cuando existan bajos presupuestos o bien, vayan en declive.
- Proporcionar reportes de administración que auxilien al bibliotecario a manejar sus colecciones, tales como:
 - Reportes de comparaciones de incremento de precios por lo menos durante los últimos 3 años.
 - Reportes por áreas para determinar el presupuesto destinado a cada una de ellas.
 - País de origen de las publicaciones, de tal manera que la biblioteca pueda conocer las áreas geográficas de las cuales provienen las publicaciones que está comprando.
 - Control de cambios bibliográficos como editor, frecuencia, etc.
 - Estatus de la publicación: títulos retrasados, suspendidos, discontinuados, etc.
 - Catálogos o listados de editores que incluyan todos los títulos publicados por un mismo editor.
 - Restricciones para reclamar fascículos faltantes por parte del editor.
- Proporcionar sistemas de control para la administración de suscripciones y facilitar el acceso electrónico a los mismos.
- Gestionar la compra de fascículos retrospectivos.
- Gestionar los servicios que involucra el establecimiento de los accesos electrónicos de publicaciones.²⁰

²⁰ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: the service for librarians. En *ASA Documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa07.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]

1.4.3 De la biblioteca

Los problemas más frecuentes en las bibliotecas dentro de esta cadena son diversos, y al respecto, la AASI recomienda que las bibliotecas eviten:

- Cambiar constantemente de agencia de suscripciones.
- Licitación anual de suscripciones. La adquisición de publicaciones periódicas y seriadas es muy diferente a la de cualquier otro bien. De no establecerse un óptimo control, pueden originarse muchos problemas.
- Establecer diversas suscripciones con diferentes proveedores.
- Pagar una suscripción que ya se estableció con una agencia, directamente con los editores.
- No contar con controles de registro actualizados, lo que implica hacer reclamos innecesarios a las agencias.
- No contar con sistemas automatizados de control de suscripciones bien diseñados, que respondan a las implicaciones que conlleva su registro.
- Contratar personal no apto para el control de las suscripciones. Aunque el estatus del departamento de suscripciones varía de biblioteca en biblioteca, generalmente mucho del trabajo de rutina es llevado a cabo por personal inexperto o amateur, que comete muchos errores.
- Solicitar cancelaciones tardías o extemporáneas.
- Reclamar muy tarde.
- Renovar tarde, lo cual ocasiona que sus colecciones se desfasen.
- No estar al tanto de los cambios bibliográficos en las publicaciones.²¹

1.5 Antecedentes

Las agencias de suscripciones han proporcionado sus servicios por muchos años. La AASI sostiene que la agencia más antigua es W.H. Everett and Son Ltd., fundada en

²¹ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: a critical look at publishers, agents and libraries. En *ASA Documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa11.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]

1793,²² aunque Bash y Sizer, aseveran que Gustav Stechert fue el primer agente de suscripciones propiamente dicho ya de manera comercial, quien inició sus actividades hacia el año de 1872.²³

Hacia 1809 Dawsons ya se había establecido como un agente de suscripciones.²⁴

En el primer número del título *Library Journal* publicado en 1876, se incluye propaganda de al menos cinco agencias de suscripciones. En ese entonces, las agencias se abocaron en primera instancia al negocio de la importación de libros y diarios. Las suscripciones a publicaciones periódicas y seriadas regulares se establecían comúnmente de manera directa con el editor en la modalidad de envío puerta a puerta.²⁵

En 1917, Frederick W. Faxon compró la entonces ya en quiebra Boston Book Co., que más tarde se llamaría F.W. Faxon Co., y que luego se dedicaría al negocio de las suscripciones.²⁶

Hacia 1930, los bibliotecarios consideraban que "una agencia de suscripciones era casi una necesidad. Para ordenar y renovar cada suscripción directamente con cada editor sería necesario realizar muchas cartas"²⁷

Ordenar publicaciones extranjeras a través de una agencia resultaba una alternativa más viable, en virtud de que "las agencias reúnen los fascículos, los registran y envían en grandes cantidades, asegurando la entrega de los materiales en buenas condiciones"²⁸

En 1934 se fundó la Asociación de Agencias de Suscripciones e Intermediarios (AASI) que durante sus inicios la membresía estaba restringida para el Reino Unido, sin

²² *Op.cit.*

²³ Basch, N. Bernard, *Op.cit*

²⁴ Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: a critical look at publishers, agents and libraries... *Op.cit.*

²⁵ Basch, N. Bernard, *Op.cit.*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Drury, F. K. W. *Order work for libraries*, ALA, 1930, p. 21.

embargo más tarde se expandió a todo el mundo. Las agencias que pueden afiliarse a la AASI son aquellas cuyos ingresos anuales rebasan el millón de euros.

La AASI existe para lograr los más altos estándares de servicio tanto para los clientes como para los editores y para mejorar las relaciones y términos con los editores. La AASI también organiza conferencias para editores y bibliotecarios con el objeto de promover la discusión de tópicos que afectan la industria.²⁹

EBSCO Subscription Services surge después de la Segunda Guerra Mundial y fue nombrado así, por su fundador, Elton B. Stephens.

Las décadas de los años 50 y 60 vieron nacer el surgimiento del uso comercial de las computadoras. Cuando *Time*, *LIFE* y *Newsweek* computarizaron sus registros de suscripciones; la confusión fue tal que tomó hasta 3 meses a algunas agencias y bibliotecas para resolver reclamos y créditos por pagos anticipados.³⁰

Cabe aclarar que la primera agencia de suscripciones en contar con una computadora propia para fines de administración de suscripciones fue Faxon, en 1958. Durante la década de los 70 los sistemas computarizados de las agencias de suscripciones crecieron en tamaño y sofisticación y fue en esa misma década cuando cada vez más las bibliotecas fueron contratando los servicios de las agencias de suscripciones. Además, fue esta misma década la que presencié el incremento de los costos del servicio postal y de los precios de las publicaciones; incluso, los costos en los espacios físicos destinados para las publicaciones en las bibliotecas, se elevaron al máximo, puesto que algunas de las publicaciones más comerciales crecieron algunas pulgadas en espesor, en relación a la década pasada.³¹

La información de las computadoras de las agencias empezó a ser transferida a las computadoras de las bibliotecas y a ser utilizadas por los bibliotecarios para propósitos diferentes al manejo de suscripciones.

²⁹ ASA: *Association of Subscription Agents and Intermediaries* [en línea]. Londres: Jackson & Bond Ltd., 1999 <<http://www.subscription-agents.org/main.html>>[Consulta: 18 de octubre de 2003]

³⁰ Basch, N. Bernard, *Op.cit.*

³¹ Basch, N. Bernard, *Op.cit.*

En 1978, por ejemplo, la Escuela de Medicina de la Universidad de Massachussets utilizó la información computarizada de su agencia de suscripciones para identificar su colección de publicaciones y controlar su presupuesto, disciplina por disciplina de acuerdo con las prioridades de la escuela.³²

La Universidad de California en Berkeley así como la Universidad de Houston fueron pioneros en la transferencia de registros de pagos desde las computadoras de sus agencias de suscripciones a sus propias máquinas y en sus propios sistemas, lo cual se tradujo en un ahorro de tiempo, dinero y esfuerzo.³³

La década de los 80 representó la época de consolidación de la información computarizada dentro del ámbito de las publicaciones periódicas. Hacia 1983, diversas agencias anunciaron sus sistemas de administración de suscripciones (*DATALINX*, *EBSCONET*, *LINX*, *MACROLINX*, *PERLINE*) representando el comienzo de la expansión de las agencias de suscripciones dentro de un nuevo y muy amplio campo: auxiliar a las bibliotecas en materia de la administración de sus propias suscripciones desde sus propios espacios, que es un aspecto que hoy en día se ha expandido.³⁴

Hacia 1984 EBSCO manejaba ya 130,000 operaciones diariamente adicionando hasta 17,000 títulos por año a su base de datos, misma que para ese entonces incluía 55,000 títulos de revistas de diversas firmas editoriales.³⁵

En Marzo de 1986 Faxon estuvo considerada como una de las nuevas compañías privadas más importantes de Inglaterra, con ingresos anuales de hasta \$ 245 millones de dólares.

A finales de 1986, el precio promedio por suscripción a una publicación era de \$ 100 dólares. y para ese entonces la base de datos de Faxon incluía más de 200 mil títulos. De acuerdo con John Berry, hacia finales de la década de los 80 el 80% de las suscripciones se encontraban establecidas mediante agencias de suscripciones.³⁶

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

³⁴ *Op.cit.,p.58*

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*

De acuerdo con datos derivados de la investigación de Basch y Sizer, realizada a mediados de los 80's y en la que se involucraron a casi 200 agencias de suscripciones alrededor del mundo, se concluyó que: la gran mayoría de los servicios de suscripciones de esa década eran proporcionados por unas cuantas empresas. Más de la tercera parte de las suscripciones institucionales eran manejadas por Faxon y EBSCO. Otras compañías de importancia internacional que vale la pena destacar son: Swets & Zeitlinger de Holanda y B.H. Blackwell Ltd. De Inglaterra, que hoy en día se fusionaron para formar Swets-Blackwell, Otto Harassowitz de Weisaden, Martinus Nijhoff International de la Haya, Read-More Publications Inc, que ahora posee la firma británica Menzies, International Subscription Agency, Inc., anteriormente Boley International y que mas tarde comprara B.H. Blackwell ahora Swets-Blackwell, Major Scientific Subscriptions, de Texas, Serials Management Systems (SMS) de Canadá, Turner Subscriptions Agency, que era una compañía de Faxon y McGregor Subscription Service Inc., Mt Morris, III, de la firma británica Dawson.³⁷

De acuerdo con la AASI, durante los últimos 10 años muchas de las más importantes agencias establecidas a lo largo de la historia han desaparecido como resultado de absorciones, fusiones o simplemente cese de actividades comerciales, ¿por qué? La razón quizás principal, según la AASI, es que los servicios de las agencias de suscripciones conllevan actividades altamente especializadas y desarrollarlas de manera óptima requiere de fuertes inversiones en tecnología de computación, así como de la contratación de personal altamente calificado, requerimientos que no son fáciles de cubrir hoy en día.³⁸

Basta mencionar como ejemplo la reciente desaparición de la agencia Rowecom/Divine/Faxon, que fue una de las pioneras, e incluso la más importante en su tipo durante los inicios de las operaciones comerciales de suscripciones de publicaciones periódicas. Esta empresa fue comprada por EBSCO Industries en el año 2002.

³⁷ *Ibid.*

³⁸ *Ibid.*

1.6 Servicios

"Los servicios comerciales de información y suministro de documentos tienen como fin responder convenientemente a todo tipo de necesidad de información con agilidad y economía. Dentro de esta industria se pueden diferenciar varios tipos de proveedores, entre ellos, las agencias de suscripciones".³⁹

1.6.1 Servicios tradicionales

1.6.1.1 Consolidación de suscripciones

*¿Cuántas órdenes de compra has recibido este mes para suscripciones de revistas? ¿Cuánto tiempo tarda el personal en procesar esas órdenes, gestionar los pagos y darles seguimiento, cuando expira y cuanto dinero se ha gastado en cada suscripción?*⁴⁰

De acuerdo con Basch y Sizer, tradicionalmente una agencia de suscripciones sirve a las bibliotecas mediante la consolidación de suscripciones a publicaciones periódicas y seriadas. Las bibliotecas establecen sus órdenes con la agencia, la pagan a través de un cheque y entonces delegan la responsabilidad de la suscripción en la agencia. Por su parte, la agencia paga y establece la orden de la biblioteca ante los editores. La agencia se aboca a la reclamación de fascículos faltantes, duplicados y otros dolores de cabeza como llevar el control de los cambios bibliográficos dentro del mundo de las publicaciones periódicas y seriadas tales como cambios de nombre en los títulos, fusiones, combinaciones, títulos discontinuados, suspendidos, etc.⁴¹

Cuando una biblioteca u oficina trata directamente con los editores de diversas publicaciones, invierte invariablemente una gran cantidad de tiempo, dinero y esfuerzo. Es necesario enviar una orden por correo de superficie, recibir una factura individual,

³⁹ Sorli Rojo, Ángela y Merlo Vega, José Antonio. Suministro de documentos en Internet. *Revista Española de Documentación Científica*, Julio-Septiembre de 1998, vol. 21, no. 3, p.319

⁴⁰ Never handle subscription ordering again! *At your service: a special EBSCO publication for purchasing managers/agents*, n1. p1.

⁴¹ Basch, N. Bernard, *Op.cit.*,p.57

ser aprobada, pagada, conciliada, verificada y registrada, además de tener que dar seguimiento a cada publicación que deseé suscribir. "Si su biblioteca ordena múltiples suscripciones, se debe terminar todo este proceso para cada una ¡es una tarea muy costosa y que requiere de mucho tiempo!"⁴²

Grieder, recomienda que las suscripciones de bibliotecas a publicaciones periódicas y seriadas deben establecerse a través de agencias de suscripciones en virtud de que estas compañías se especializan en el manejo de las mismas; apunta que debiera ser así puesto que "el departamento de adquisiciones de la biblioteca no cuenta ni con el personal calificado ni con el tiempo requerido para llevar el control de la logística que involucra fincar suscripciones de publicaciones periódicas y seriadas de manera individual con cada editor".⁴³

Existe un número considerable de firmas de renombre internacional muy confiables, que fungen como agencias de suscripciones y que ofrecen sus servicios a las bibliotecas e instituciones que los requieran. Actualmente, las dos agencias de suscripciones más importantes a nivel internacional son Swets-Blackwell y EBSCO.

Dentro de las adquisiciones -apunta Grieder- el control de las publicaciones periódicas y seriadas se refleja en el kárdex, que funge como medio de registro de una suscripción, y sirve además como referencia para saber cuando inicia y vence una suscripción.⁴⁴

Una agencia de suscripciones hace que el manejo y administración de suscripciones a publicaciones periódicas y seriadas sea más fácil, logrando la simplificación de los procesos que conlleva esta actividad. Es recomendable desde luego, que el establecimiento de suscripciones se finque a través de un solo proveedor.

Charles A. Skewis, jefe de adquisiciones de la biblioteca Henderson de la Universidad de Georgia, expresa lo siguiente al respecto: "el equipo de la biblioteca Henderson decidió iniciar una revisión de sus 2,400 suscripciones. Nos percatamos inmediatamente de que nuestra práctica de suscribir directamente con los editores y a

⁴² W.T.Cox Subscriptions. *We're your single source... Op.cit.*

⁴³ Grieder, Ted, *Op.cit.* p.33

⁴⁴ *Op.cit.*

través de 6 agencias de suscripciones presentó un sinnúmero de problemas, porque estábamos utilizando demasiadas fuentes de suscripciones, lo cual ocasionó que no recibiéramos reportes de suscripciones similares que nos auxiliaran en la evaluación de los balances y estados financieros de nuestra colección, que se tradujo en mucho trabajo de nuestra parte. Fue por eso que tras haber evaluado varias opciones, elegimos a EBSCO como nuestra agencia de suscripciones en Marzo de 1997.⁴⁵

La AASI establece que existen muchas ventajas al consolidar suscripciones a través de agencias, sobre todo en los siguientes rubros:

1.- Administrativo

- Una sola fuente para todas las órdenes, reclamos y renovaciones.
- Manejo de información bibliográfica en detalle.
- Reclamos y órdenes fijas.
- Reportes de servicio y estatus de todas las órdenes, reclamos, cancelaciones y dudas en general.
- Acceso a herramientas bibliográficas tales como catálogos de las agencias de suscripciones.
- Consolidación de servicios para toda la colección, así como registro y envío de fascículos.
- Listados de control de suscripciones por presupuesto y costo.

2.- Costo-Beneficio

- Facturación simplificada en una sola moneda para toda la colección.
- Descuentos asociados al prepagar facturas.
- Representantes locales a quienes se les puede contactar por teléfono, comunicaciones escritas, etc.

3.- Tecnológico

- Acceso electrónico a las bases de datos de las agencias para recuperar información bibliográfica.

⁴⁵ Skewis, Charles A. y Durden, Iris B. Consolidating subscriptions services saves time, money for university library. At *Your Service: a special EBSCO publication for purchasing managers/agents* [en línea]. no. 52 <<http://ebSCO.com/home/ays/52consol.asp>> [Consulta: 22 de octubre de 2003]

- Las agencias proporcionan las mejores soluciones para la automatización de colecciones hemerográficas.
- Las agencias pueden proporcionar servicios electrónicos de información adicionales de interés y funcionalidad para las bibliotecas.
- Las comunicaciones con las agencias se establecen principalmente vía e-mail, lo cual se traduce en rapidez y eficiencia, así como en reducción de gastos.⁴⁶

1.6.1.2 Atención a Clientes

El propósito de utilizar los servicios de una agencia de suscripciones es contar con un representante confiable que lleve a cabo el manejo de la totalidad de las suscripciones establecidas con cada uno de los editores involucrados. Una de las ventajas más importantes de suscribir a través de una agencia se traduce en la seguridad de contar con alguien que es capaz y está dispuesto a solucionar todas las dudas y discrepancias de sus clientes.⁴⁷

La meta de una agencia de suscripciones es proporcionar sus servicios con la mayor calidad y en el menor tiempo posible. Todas las agencias de suscripciones cuentan con personal calificado y dedicado a atender las necesidades de sus clientes.

Un representante de servicios para cada cliente. "su representante es su vínculo para todos sus editores"⁴⁸

La atención inmediata a clientes se traduce en responder preguntas y solucionar problemas relacionados con el establecimiento de suscripciones de manera óptima para lograr la completa satisfacción de cada cliente.

1.6.1.3 Administración de suscripciones en-línea

El papel permanece como una opción para la comunidad bibliotecaria, pero con la tecnología de los últimos tiempos, existe una gran demanda de aquellos documentos dentro de la industria de la información que proporcionan información de forma más

⁴⁶The work of subscription agents: the service for librarians... *Op.cit.*

⁴⁷ EBSCO Subscription Services. *Welcome aboard: periodical problem solver*. Alabama, USA: EBSCO Industries, h.1

⁴⁸ W.T.Cox Subscriptions. *We're your single source*. *Op.cit.*

rápida y que involucra procesos simples a través de aplicaciones de computadora, que se adapten a los avances tecnológicos. Para ello, es necesario establecer relaciones sólidas con los editores así como afrontar la demanda de poner a disposición texto completo digitalizado.⁴⁹

Una buena agencia de suscripciones proporciona información detallada, así como la infraestructura para facilitar el acceso a las publicaciones electrónicas. Las agencias reducen a los bibliotecarios la ardua tarea de descifrar numerosos y variados acuerdos de licenciamiento que implica el acceso electrónico, que varían de acuerdo con el tipo de institución o cliente suscriptor. Por ejemplo, una biblioteca académica que brinda sus servicios a cientos de usuarios desde diversos sitios interconectados requieren de una licencia de acuerdo sustancialmente diferente de una biblioteca médica que cuenta con un número menor de usuarios. La agencia de suscripciones, se encuentra en la posición de proponer arreglos que reflejen las necesidades de la biblioteca en relación con los requerimientos de los editores.⁵⁰

De acuerdo con Cox, el modelo convencional para ofrecer precios a publicaciones impresas ha sido considerando la suscripción al título individual, relacionándolo a un producto físico que sólo puede ser consultado por un usuario a la vez. El advenimiento de la edición electrónica ha proporcionado la oportunidad de ofrecer modelos de precios y acceso que se adecuan a las necesidades de la biblioteca.⁵¹ MacEwan apunta que hoy en día, debido a que el mundo de las publicaciones periódicas y seriadas cambia constantemente de acuerdo con los cambios en la tecnología, el significado tradicional de "artículo" o "publicación" pudiera no siempre aplicar.⁵² Y es que hoy en día, las publicaciones periódicas y seriadas pueden presentar más de una opción en formato. Las políticas de presentación de formatos y versiones disponibles son determinadas por los editores. Así tenemos que existe el formato tradicional en papel, impreso, o impreso más acceso electrónico gratuito, impreso más acceso electrónico pagado, CD-ROM, DVD, Disquete, correo electrónico, etc.

⁴⁹ Publishers benefit from EBSCO's integrated services. *PubLink*, Primavera 2000, v.2, n.1, p.1

⁵⁰ Knibbe, Andrew, *Op.cit.*

⁵¹ Cox, John. Pricing electronic information: a snapshot of new serials pricing models. *Serials Review*, 2002, vol. 28, no. 3, p. 172

⁵² MacEwan, Bonnie, What's yours is mine, what's mine is yours. 20th. Annual Charleston conference, issues in book and serial acquisition: is bigger is better? *Serials Review*, 2001, vol.27, no.2, ISSN: 0098-7913, p.81

Las agencias de suscripciones han invertido fuertes cantidades de dinero en tecnología encaminada a desarrollar herramientas para crear las vías de acceso para documentos electrónicos en texto completo, que se traducen en el acceso simplificado al texto completo de revistas electrónicas al servicio de sus clientes. Las agencias funcionan como intermediarios en este proceso, mediante la conjunción de revistas electrónicas a través de un solo motor de búsqueda que permite el mantenimiento y monitoreo del acceso para cada cliente.⁵³

Es importante que los clientes solicitantes de las versiones electrónicas de publicaciones periódicas y seriadas estén concientes de las implicaciones que conlleva el establecimiento del acceso, en cuyo caso es imperativo mencionar algunos de los conceptos involucrados en este proceso:

Suscripción a publicaciones periódicas y seriadas electrónicas. De acuerdo con EBSCO es un arreglo prepago para recibir o hacer uso de un cierto número de fascículos del contenido de una publicación en forma continua o periódica. Basado en los acuerdos de los términos de la licencia, una suscripción puede permitir al usuario:

- La entrega de la versión impresa al cliente poseedor de la licencia de acuerdo.
- Hacer uso justo del contenido de la publicación.
- Contar con el acceso electrónico del contenido actual y/o retrospectivo de la publicación permanentemente o por tiempo limitado, dependiendo de la política del editor.
- Contar con el acceso electrónico del contenido actual y/o retrospectivo de la publicación desde una sola o múltiples computadoras.
- Contar con el acceso electrónico del contenido actual y/o retrospectivo de la publicación en un mismo sitio o varios sitios. (acceso remoto)⁵⁴

Licenciamiento de publicaciones electrónicas. Es el acto mediante el cual el editor otorga de forma segura, el permiso o autorización de visualizar, leer, utilizar y/o acceder

⁵³ Knibbe, Andrew, *Op.cit.*

⁵⁴ EBSCO Information Services. *EBSCO online: important definitions*. Alabama, USA: EBSCO Industries, p.1-2

al contenido electrónico de las publicaciones, tal como sus artículos, tablas de contenido, o resúmenes. Una licencia es un contrato legal entre el editor y el cliente. Una licencia establece lo que el cliente puede o no hacer con el contenido de una publicación. Ya sea el suscriptor o su representante pueden gestionar la negociación de la licencia. Generalmente se requiere una licencia por editor, mas no por título. Cabe destacar que no todas las suscripciones electrónicas implican una licencia para poder acceder al texto completo.⁵⁵

Registro de publicaciones electrónicas. Se traduce en el hecho de activar el acceso electrónico de las publicaciones suscritas bajo esta modalidad por un cliente. Para lograr el registro, es probable que se requiera que el cliente visite la página web o que contacte al editor de alguna otra forma para proporcionarle la información requerida, que puede incluir uno o más de los siguientes datos: número de suscriptor, número de cliente, número de editor, número de publicación, número de cuenta, información sobre la persona de contacto como teléfono, e-mail, etc. Números de IP del cliente usuario que va a disfrutar del servicio.⁵⁶

Autenticación de acceso a publicaciones electrónicas. Para probar o confirmar el derecho que tiene un usuario para visualizar, leer, utilizar o acceder al contenido electrónico de una publicación a través de la red. Las medidas de autenticación incluyen:

- Verificación de que la IP del dispositivo utilizado para el acceso se encuentra dentro del rango de IP's de la institución licenciataria.
- Verificación de que las claves de acceso proporcionadas corresponden o se encuentran asociadas a las del cliente.⁵⁷

1.6.2 Servicios adicionales

1.6.2.1 Establecimiento de suscripciones a bases de datos

Sorli y Merlo apuntan al respecto que “desde los inicios de la década de los 80's, el nivel de acceso a la información que proporciona una biblioteca es un criterio para juzgar la

⁵⁵ *Op.cit.*

⁵⁶ *Op.cit.*

⁵⁷ *Op.cit.*

calidad de los servicios que proporciona la misma. Esto es así porque hoy día es incuestionable que las bibliotecas no pueden por sí solas abastecer y proveer todas las peticiones de información que reciben utilizando únicamente su colección.”

Apuntan además, que “el desarrollo progresivo y la creación de numerosas bases de datos han sido uno de los principales elementos impulsores, ya que se ofrecen una gran cantidad de referencias bibliográficas”⁵⁸

Muchas de las grandes agencias de suscripciones han expandido sus servicios mediante la venta de bases de datos referenciales y de texto completo, editadas ya sea por ellas mismas o por otros productores. Las bases de datos se presentan y venden en diferentes formatos, que van desde el acceso electrónico a través de Internet, hasta en CD-ROM y últimamente en DVD.

1.6.2.2 Auxilio en el desarrollo de colecciones hemerográficas

“Quizás la herramienta más importante para proveer servicios de suscripciones sea una base de datos completa y actualizada que contenga la información necesaria para ofrecer servicios y establecer órdenes para suscripciones.”⁵⁹

Las bases de datos de las agencias de suscripciones constituyen uno de los recursos bibliográficos disponibles más poderosos para el auxilio en la administración de colecciones hemerográficas. Originalmente, las bases de datos de las agencias sólo contenían la información necesaria para ordenar o registrar suscripciones información como título, editor, precio, frecuencia, requerimientos para ordenar suscripciones, y restricciones de los editores para hacer reclamos-, no obstante hoy en día las bases de datos de las grandes agencias de suscripciones contienen información vital, como el ISSN, la clasificación LC, Dewey, Decimal Universal y la NLM correspondiente a cada publicación registrada, encabezamientos de materia de acuerdo a la LC, historia de precios, idioma, país de origen, información sobre indización y resúmenes, entre mucha otra información de relevancia categórica. Toda esta información es tomada de las fuentes originales, por lo cual es absolutamente fidedigna. Es por ello que, las bases de

⁵⁸ Sorli Rojo, Ángela, *Op.cit.*

⁵⁹ EBSCO Subscription Services. *Systems and services manual*. Alabama, USA: EBSCO Industries, p.7.

datos de las grandes agencias de suscripciones representan uno de los más grandes depositarios de información sobre publicaciones periódicas y seriadas que existen actualmente a nivel internacional.⁶⁰

La construcción y mantenimiento de estos recursos se traduce en un proceso progresivo y permanente que conlleva mucho tiempo y que implica la interacción con cientos de editores. Desde luego, es objetivo de las grandes agencias de suscripciones que sus bases de datos reflejen la información más actualizada.

Dada la información acerca de cada título y las órdenes de suscripciones de la biblioteca establecidas a través de la agencia, se pueden generar una serie de reportes cuyas principales aplicaciones se centran en el manejo de la colección.

De acuerdo con Born, tradicionalmente son 6 las áreas a examinar en el desarrollo de colecciones de publicaciones periódicas y seriadas, estas son: *calidad, accesibilidad, manejo, costo y presupuesto, disponibilidad y uso*⁶¹

Mediante la utilización de las bases de datos de las agencias de suscripciones se pueden generar una serie de reportes que pueden servir a los propósitos de las 6 áreas arriba mencionadas.

Adicionalmente, las agencias han utilizado sus propias bases de datos para generar productos y servicios complementarios para uso y beneficio de sus clientes. Como ejemplo, tenemos que EBSCO, tomando en cuenta que “los cambios bibliográficos y editoriales afectan de manera constante las colecciones hemerográficas y que con tantos cambios, es virtualmente imposible para los usuarios mantenerse al día por sí solos”⁶² se abocó a la tarea de editar una publicación denominada *EBSCO Bulletin of Serial Changes (EBOSC)*, que es una guía actualizada que contiene los cambios bibliográficos sufridos dentro del mundo de las publicaciones periódicas y seriadas. Tales cambios se integran por secciones separadas que incluyen: nuevos títulos,

⁶⁰ Born, Kathleen. Using your serials vendor in the collection assessment and evaluation process. *Serials Collection Development*. Vantage Point. Alabama, USA: EBSCO Subscription Services, p.3

⁶¹ *Op. cit.*

⁶² EBSCO Subscription Services. *The only constant is change: EBSCO bulletin of serial changes*. Alabama, USA: EBSCO Industries, h1.

cambios en nombres de títulos, títulos discontinuados, títulos fusionados, títulos divididos, problemas de envío, cambios en frecuencia de títulos, publicaciones suspendidas y reanudadas, suplementos y volúmenes adicionales de títulos. Sin duda, una herramienta de esta naturaleza contribuye al ahorro de tiempo dinero y esfuerzo al administrar y desarrollar suscripciones hemerográficas. Por ejemplo, si se sabe que un título ha sido discontinuado, suspendido o fusionado, entonces ya no es necesario reclamarlo, ni renovarlo.

1.6.2.3 Venta de fascículos retrospectivos

Aunque existen agentes especializados en la venta de fascículos retrospectivos de publicaciones periódicas y seriadas (backsets) esto no excluye la posibilidad de hacer la compra de este tipo de materiales a través de una agencia de suscripciones; por lo tanto, se puede considerar la gestión de compra de fascículos retrospectivos como servicio adicional de las agencias de suscripciones.

CAPÍTULO 2

EBSCO MEXICO. DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE

2.1 Panorama general de EBSCO Industries

Inicio: EBSCO se fundó en 1943¹

Nombre: EBSCO debe su nombre a su fundador, y representa las siglas de: Elton Bryson Stephens Company.

Campo de negocios: EBSCO se ha diversificado en más de 20 campos de negocios, entre los que se incluyen:

- Artículos de pesca.
- Edición de bases de datos de artículos de revistas.
- Proveedor de servicios de suscripciones de más de 250,000 publicaciones, sirviendo a más de 50,000 bibliotecas alrededor del mundo.
- Trabes de acero y artículos decorativos metálicos para techos.
- Bienes raíces.

Personal: EBSCO cuenta con 4500 empleados, 2000 en operaciones de manufactura y 600 fuera de los Estados Unidos.²

Ventas anuales: las ventas anuales registradas hacia 1997 rebasaban el billón de dólares.³

Cabe destacar que de acuerdo con la revista *Forbes*, tomando como base las ganancias y el número de empleados, EBSCO está clasificada como una de las primeras 200 corporaciones privadas más importantes de Estados Unidos.⁴

¹ EBSCO Industries. *The EBSCO story* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries, 2003 <<http://www.ebscoind.com/industries/time1.stm>> [Consulta: 25 de octubre de 2003]

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

2.1.1. Cronología de hechos importantes

1930	Elton B. Stephens empieza a vender revistas de puerta en puerta para apoyarse con sus estudios
1936	Elton B. Stephens se gradúa de la Escuela de Leyes de la Universidad de Alabama y decide que administrar las ventas es más redituable que ejercer la carrera de leyes.
1944	Elton B. Stephens y su esposa, Alys Stephens forman una sociedad para vender revistas, empastados personalizados y portaequipajes para las fuerzas armadas de Estados Unidos bajo el nombre de "Military Service Company"
1958	Todas las operaciones financieras de EBSCO se combinaron bajo EBSCO Industries, Inc., y se crearon los "Centros de Negocios" y las oficinas corporativas centrales se establecieron en Birmingham, Alabama.
1963	Se abre la primera oficina de servicios de suscripciones de EBSCO en Boston.
1968	EBSCO Subscription Services (ESS) cuenta ya con 10 oficinas regionales.
1975	Se funda Publisher Promotion and Fulfillment para dar servicio a editores.
1975	Se abre una oficina de ESS en Europa.
1981	Se establece una oficina regional de ESS en Sydney, NSW, Australia.
1982	EBSCO cambia sus oficinas a un área de 134,000 pies cuadrados.
1984	Se crea EBSCO Publishing
1986	Se inicia EBSCO Electronic Information (que ahora forma parte de EBSCO Publishing) para desarrollar y producir productos de información electrónica.
1992	Se adquiere Hill Library and Information Services de New Zealand como parte de ESS
1994	EBSCO lanza su primera página Web en el sitio: www.ebsco.com
1994	EBSCO Industries, Inc. celebra su 50 aniversario
1995	Se crea EBSCO Information Services (EIS)
1995	Se lanza la primera versión electrónica del sistema de administración de suscripciones, bajo el nombre EBSCONET® Online Subscription Service.
1997	EBSCO Publishing crea sus propias bases de datos, disponibles en Internet, vía el portal EBSCOhost®.
1999	EBSCO Information Services introduce EBSCO Book Services, que se inicia como resultado de la alianza estratégica de ESS con Ingram Books Inc., para la venta de libros a través de la red.
1999	Se lanza EBSCO Online® para ofrecer acceso y administración de revistas electrónicas a través de la red.
2003	Se fusionan comercialmente los servicios electrónicos bajo el nombre EBSCO HOST , que se divide en: <i>Research Databases</i> (bases de datos) y <i>Electronic Journal Service</i> (servicio a publicaciones en línea) ⁵

⁵ *Íbid.*

2.2. EBSCO Information Services

2.2.1 Contexto

EBSCO Information Services es proveedor líder en soluciones de administración de información integrada a bibliotecas y otras organizaciones alrededor del mundo.

EBSCO Information Services auxilia a los profesionales de la información en la identificación, adquisición, acceso y manejo de los recursos de información de acuerdo con las necesidades de su organización.⁶

Es tradición de EBSCO proporcionar a sus clientes un servicio profesional y personalizado. La compañía opera a través de un sistema de 31 oficinas regionales localizadas estratégicamente alrededor del mundo en diferentes países. Los representantes de cada una de esas oficinas manejan las necesidades cotidianas de servicio de los clientes, además de trabajar muy de cerca con los editores de cada región, lo cual hace que EBSCO permanezca a la vanguardia dentro de la industria de la información. EBSCO sostiene relaciones comerciales con más de 60,000 editores y mantiene una base de datos que incluye más de 282,000 registros.⁷

2.2.2 Divisiones de EBSCO Information Services

Son tres las grandes divisiones que conforman EBSCO Information Services, que son: EBSCO Subscription Services (ESS), EBSCO Publishing (EP) y EBSCO Book Services. Esta última de reciente creación.

⁶ EBSCO Industries. *Information Services* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries <<http://www.ebscoind.com/industries/eis.stm>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]

⁷ EBSCO Industries. *EBSCO Information Services: about EBSCO* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries <<http://www.ebscoind.com/home/about/default.asp>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]

2.2.2.1 EBSCO Subscription Services (ESS)

2.2.2.1.1 Panorama general

ESS tiene su origen en 1963, año en que se fundó la primera oficina en Boston, Massachussets.

El objetivo de ESS es auxiliar a sus clientes a efectivizar los procesos de administración de suscripciones a publicaciones periódicas. Es una de las más grandes agencias de suscripciones alrededor del mundo y cuenta con más de 50 años de experiencia en el mercado.⁸

La gama de servicios que ofrece ESS, entre los que se incluyen: establecimiento de suscripciones, pagos a editores, reclamos de fascículos, etc., se encuentran disponibles tanto para suscripciones impresas, como para electrónicas.⁹

2.2.2.1.2 Servicios

ESS proporciona la mejor opción en términos de costo beneficio y ahorro de tiempo al momento de establecer órdenes a través de una compañía y recibir facturas de las suscripciones solicitadas a través de una sola fuente, sin importar el lugar en el que se publiquen los títulos suscritos. ESS cuenta con una base de datos que contiene más de 282,000 títulos de publicaciones incluyendo cientos de ellos disponibles en formato electrónico.¹⁰

Años de experiencia en la administración de suscripciones han permitido que ESS cuente con los conocimientos que le han permitido desarrollar productos y servicios para sus clientes. Entre ellos se incluyen:

⁸ EBSCO Industries. *The EBSCO story... Op. cit.*

⁹ EBSCO Information Services. Print subscriptions [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries <<http://www.ebsco.com/home/printsubs/default.asp>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]

¹⁰ EBSCO Information Services. *Services for information management*. Alabama, USA: EBSCO Industries, 2001, p.3

- **Consolidación de pedidos y facturación**, que contribuye al ahorro de dinero al descartar el envío de múltiples pagos a diversos editores.¹¹
- **Reportes de administración y desarrollo de colecciones hemerográficas.** EBSCO suministra reportes personalizados que ayudan a las bibliotecas la evaluación de la calidad, manejo y fortaleza de sus colecciones así como a analizar el presupuesto y el control de gastos.¹²
- **Información sobre suscripciones disponible en formato electrónico**, misma que pueden ser suministrada en disquete u otros medios magnéticos o vía protocolo de transferencia de archivos (FTP). La información se encuentra disponible en una variedad de formatos incluyendo EDI y texto en ASCII, mismos que pueden ser utilizados con tablas de cálculo y programas de bases de datos comunes para crear reportes específicos.¹³
- **Asistencia y seguimiento en reclamos** los reclamos pueden ser hechos de 2 formas: vía e-mail u otro medio de comunicación, como fax o correo o bien, vía electrónica a través de *EBSCONET*.¹⁴
- **Servicio a publicaciones seriadas y continuaciones (standing orders).** Mediante la consolidación de este tipo de publicaciones seriadas a través de EBSCO los bibliotecarios pueden llevar un control aun más riguroso sobre la colección completa, ya que los pagos y los reportes se combinan dentro del proceso de las órdenes de suscripciones tradicionales.¹⁵
- **Servicios electrónicos.** ESS también ofrece servicios electrónicos para sus clientes mediante la construcción o modificación de las bases de datos de registros de publicaciones periódicas. Dentro de esos servicios se encuentran: *EBSCO/RETRO: retrospective conversion service* (Servicio de conversión de registros retrospectivos) que proporciona registros hemerográficos para que los clientes construyan una base de datos desde el principio. *EBScan Data Input System*, que es un sistema de exploración de código de barras que permite a los clientes ingresar información a sus bases de datos con tan sólo escanear un conjunto de código de barras proporcionado por EBSCO.

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

¹⁴ EBSCO Informaton Services. *EBSCONET: web based subscription management.* Alabama, USA: EBSCO Industries, p.5

¹⁵ EBSCO Subscription Services. *Standing orders and continuations: from a periodicals vendor?* Alabama, USA: EBSCO Industries, 2001, p.1

- **Acceso al *Missing Copy Bank*.** Que es una colección de ejemplares de reemplazo que integra fascículos de diversos títulos y que ESS mantiene por periodo de uno a dos años (el año corriente y el anterior). Los fascículos pueden ser solicitados de forma electrónica vía *EBSCONET* y el servicio de entrega es gratuito para clientes de EBSCO. ¹⁶
- **Journal Expediting and Technical Service (JETS)** (Servicio técnico y entrega rápida de revistas). Este es un programa diseñado para asegurar entregas rápidas y confiables de publicaciones no domésticas -es decir, ordenadas de forma directa con los editores-. "Las publicaciones de nuestros clientes JETS son recibidas en nuestras oficinas centrales en Estados Unidos y en la oficina regional europea en Holanda. Desde ahí son empacadas profesionalmente y remitidas a los clientes, permitiendo que ellos reciban sus publicaciones con varios días o semanas de anticipación en comparación con los sistemas tradicionales de distribución" ¹⁷
- **EBSCO Bulletin of Serials Changes (EBOSC)**, que es una publicación que mantiene a sus clientes al día en lo concerniente a los cambios bibliográficos sufridos por una publicación. Existe una versión personalizada para cada cliente, disponible electrónicamente a través de *EBSCONET*. ¹⁸el *EBOSC* es una guía bimestral que mantiene a sus clientes al corriente de los cambios que toman lugar en el mundo de las publicaciones periódicas y seriadas. Cada fascículo del *EBOSC* incluye información recibida directamente de los editores 2 meses antes de ser publicado, organizado e indizado para comodidad de los clientes. Las secciones que incluye contienen listados sobre:
 - Nuevos títulos
 - Cambios en títulos
 - Títulos discontinuados
 - Títulos suspendidos
 - Títulos fusionados
 - Títulos divididos
 - Títulos con problemas de envío
 - Cambios en frecuencia de títulos

¹⁶ EBSCO Informaton Services. *EBSCONET...Op.cit.* p.3

¹⁷ EBSCO Subscription Services. *JETS: administración de suscripciones para un mundo cambiante.* Alabama, USA: EBSCO Industries, [p.1]

¹⁸ EBSCO Information Services. *Services for information management... Op. cit.* p.4

- Publicaciones reanudadas
- Suplementos y números adicionales¹⁹
- **Catálogos de publicaciones.** EBSCO produce catálogos de publicaciones que contiene información sobre títulos disponibles para bibliotecas académicas, biomédicas, escolares, públicas, corporativas, legales, por mencionar algunas. También se ofrece el *Electronic Media Catalog* (Catálogo de Medios Electrónicos), que incluye listados de títulos publicados en formato electrónico.
- **Acceso a EBSCO Book Services.** Es un servicio adicional a través del cual EBSCO permite a sus clientes realizar compras de libros a través de la red y por medio del cual se pueden obtener facturaciones electrónicas. Es una interfase basada en la red para la compra de libros. Los pagos se pueden realizar mediante tarjeta de crédito.²⁰ El servicio *EBSCO book services* integra más de 2.5 millones de títulos de libros, dentro de los cuales se incluyen más de 120,000 títulos científicos, técnicos y médicos. Además incluye más de 100,000 títulos de música en CD y casete y más de 85,000 videos en DVD, VHS y laserdisc.²¹
- **Acceso a EBSCONET,** que es un servicio electrónico de administración de suscripciones. *EBSCONET* permite a sus usuarios hacer búsquedas bibliográficas dentro de la base de datos de EBSCO, que incluye más de 282,000 registros; reclamar fascículos faltantes, acceder a los reportes de entregas desarrollados automáticamente para clientes *JETS*, además de permitir la solicitud de una variedad de reportes para el desarrollo de colecciones hemerográficas, todo ello mediante su interfase basada en el acceso a través de la red.²²
- **Acceso a EBSCOHost: Electronic Journal Services (EJS),** que es el “agregador” utilizado por EBSCO para permitir el acceso a las publicaciones electrónicas. Cientos de publicaciones en formato electrónico, de diversas áreas, se encuentran disponibles a través de este servicio de publicaciones electrónicas de EBSCO. *EJS* permite a los bibliotecarios identificar y comprar publicaciones electrónicas además de proporcionar una interfase sofisticada

¹⁹ EBSCO Subscription Services. *The only constant is change: EBSCO bulletin of serials changes*. Alabama, USA: EBSCO Industries, [h.1]

²⁰ EBSCO Information Services. *Services for information... Op.cit.* p.4

²¹ EBSCO Information Services. *Order online with EBSCO book services*. Alabama, USA: EBSCO Industries, [p.1]

²² EBSCO Information Services. *Services for information... Op.cit.*

para los usuarios finales. Las características de administración del servicio permiten la personalización de la interfase de acuerdo con las necesidades de la biblioteca. Las opciones de búsqueda permiten a sus usuarios realizar búsquedas por título de artículo, resúmenes, palabras clave dentro del texto completo, título de revista, entre otras opciones. EBSCO ha establecido URL's durables para *EJS*, de tal suerte que las URL's pueden ser importadas dentro del OPAC utilizado por la biblioteca. El servicio *Electronic Journal Service* incluye dos categorías de servicio:

- 1.- *Basic* (Básico), el cual es proporcionado sin cargo adicional a cada uno de los clientes para acceder a las publicaciones electrónicas establecidas a través de EBSCO.²³
- 2.- *Enhanced* (Ampliado), cuyo servicio tiene un costo adicional, pero que ofrece mayores beneficios para los clientes tales como:
 - Acceso al texto completo de las revistas ordenadas a través de EBSCO así como a las tablas de contenido de los más de 8,000 títulos electrónicos incluidos en la base de datos principal de la empresa.
 - Crear ligas inteligentes (*Smartlinks*) entre bases de datos de texto completo de EBSCO u otros productores como *Silverplatter*, *PubMed*, *ISI*, etc., y las publicaciones electrónicas dentro de la interfase.
 - Opción de compra de artículos de revistas a través del servicio *Pay Per View*. (Pago por ver)
 - Creación de servicios de alerta²⁴
- **Acceso al Programa de Ejemplares de Muestra (Sample Issue Program).** Mediante su Programa de Ejemplares de Muestra, EBSCO ofrece a sus clientes la oportunidad de recibir ejemplares de muestra gratuitos con la posibilidad de revisarlos y evaluarlos en sus oficinas antes de tomar la decisión de establecer una suscripción. Este programa integra cientos de publicaciones internacionales incluyendo revistas, diarios, periódicos, CD-ROMs, videos y hasta libros.²⁵

²³ EBSCO Information Services. *EBSCOhost: electronic journal service*. Alabama, USA: EBSCO Industries, p.2

²⁴ *Op.cit.*, p.3

²⁵ EBSCO Information Services. *Services for information...* Op. cit p.4

2.2.2.2 EBSCO Publishing (EP)

2.2.2.2.1 Antecedentes

Las raíces de EP tienen su inicio en la década de los 80, cuando en 1984, Gerald Reaman y Tim Collins, ambos nativos de Topsfield, Massachussets, empezaron a editar una publicación semanal llamada *Popular Magazine Review* (PMR). El PMR contenía resúmenes de artículos de alrededor de 300 revistas de divulgación como *Time*, *National Geographic*, *Cycling* y *Audubon*. Su mercado principal eran las escuelas de educación básica y media superior, así como bibliotecas públicas.²⁶

Rápidamente se hizo patente la demanda de este producto en el mercado, pero esto también significaba una mayor inversión de capital. La oportunidad se presentó cuando EBSCO Industries compró esta compañía. En 1987 PMR cambió su nombre a *Magazine Article Summaries* (MAS). Mientras tanto, en 1985 se fundó la empresa *Horizon Information Services* (HIS) en Vancouver, Canadá con el objeto de crear CD-ROM's, software de recuperación de información y licenciamiento de bases de datos para producir herramientas de investigación para las bibliotecas. EBSCO adquirió esta empresa en 1986. De la integración de las 2 empresas, es decir, del personal del PMR y HIS se logró la conformación de EP, cuyo primer producto lanzado al mercado fue "*The Serials Directory*".²⁷

Hoy en día, EP es productor líder de bases de datos electrónicas para bibliotecas de todo tipo, escuelas y corporaciones alrededor del mundo. Mediante la proporción de soluciones prácticas de recuperación de información, creadas a partir de la utilización de las nuevas tecnologías, la compañía ha experimentado un tremendo crecimiento en los últimos años. Actualmente, las oficinas de EP se localizan desde 1996, en un área de 148,000 pies cuadrados en Ipswich, Massachussets, dentro de la cual laboran cientos de empleados y donde se encuentran sus oficinas generales.²⁸

²⁶ EBSCO Industries. *The EBSCO story*. *Op.cit.*, p.14

²⁷ *Op.cit.*

²⁸ EBSSCO Information Services. *Services for information...* *Op. cit. p.5*

2.2.2.2.2 Servicios

EP ofrece una amplia gama de bases de datos bibliográficas en texto completo y referenciales, diseñadas de acuerdo a las diferentes necesidades de las bibliotecas y organizaciones alrededor del mundo.

Las bases de datos de EBSCO Publishing se encuentran disponibles en diversas plataformas, entre las cuales tenemos: CD-ROM, DVD-ROM y en línea a través de la red, mediante su portal *EBSCOhost: Research Databases*, disponible para usuarios de todo el mundo, con actualizaciones diarias.²⁹

EP ofrece bases de datos para una gran variedad de usuarios, pero principalmente para bibliotecas académicas, bibliotecas biomédicas, bibliotecas gubernamentales, bibliotecas escolares, bibliotecas corporativas y bibliotecas públicas³⁰

2.2.2.2.3 EBSCO Book Services

2.2.2.2.3.1 Descripción

EBSCO Book Services forma parte de EBSCO Information Services y es un servicio en línea que permite a todos tipos de bibliotecas, instituciones y organizaciones, proporcionar a los miembros de su equipo y a sus usuarios capacidades para ordenar libros de una manera rápida y fácil. Permite que los usuarios finales busquen los libros de su interés, para luego establecer y confirmar su compra desde su escritorio o alguna computadora de la biblioteca, todo ello dentro de un ambiente electrónico seguro y confiable.³¹

2.2.2.2.3.2 Características del servicio:

Una vez que una cuenta institucional se encuentra establecida a través de EBSCO, sus usuarios finales pueden crear sus propias cuentas personales para acceder al servicio

²⁹ EBSCO Industries. *The EBSCO story... Op.cit., p.15*

³⁰ EBSCO Information Services. EBSCO Publishing. En *Bibliographic and full text databases* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Publishing <<http://www.epnet.com/>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]

³¹ EBSCO Information Services. *Order online with EBSCO Book Services... Op.cit.*

EBSCO Book Services, a través de su código de cliente, clave de usuario y palabra clave. El acceso puede hacerse directamente desde el sitio de *EBSCO Book Services*: www.ebscobook.com o a través de *EBSCONET*.³²

Entre otras ventajas de *EBSCO Book Services* se incluyen:

- Precios competitivos
- Opción de búsqueda dentro de más de 2.5 millones de títulos diferentes disponibles para su compra.
- Los centros de distribución se localizan en diferentes puntos de los Estados Unidos.
- Incluye diversas opciones de pago, entre las que se encuentran el uso de las tarjetas de crédito y tarjetas corporativas.
- Los pagos se realizan de manera electrónica a través de la red.
- El envío de materiales puede ser a nivel internacional y se encuentra disponible para la mayoría de los países del mundo.
- Se pueden establecer diferentes direcciones de entrega de materiales.
- El proceso para ordenar es sencillo y eficiente.
- Se pueden hacer búsquedas por autor, título, tema, ISBN, editorial o fecha de publicación.³³

2.3 EBSCO México

2.3.1 Contexto

EBSCO México Inc., S.A. de C.V. (EM) es una filial de EBSCO Information Services cuya tarea es la de proporcionar servicios de administración de suscripciones a América Latina, excluyendo Brasil, país en el cual se encuentra una oficina regional especial para atender a los clientes de ese territorio.³⁴

³² *Op.cit.*

³³ *Op.cit.*, p.2

³⁴ EBSCO Information Services. *EBSCO Information Services: contact us* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries <<http://www.ebsco.com/home/contact/latinam.asp>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]

EM nace como Sociedad Anónima de Capital Variable el 31 de Octubre de 1994 en la ciudad de Monterrey, Nuevo León.³⁵

En el año de 1998 la oficina de EBSCO México es trasladada a la Ciudad de México.

EM nace con el fin de ofrecer servicios de suministro de suscripciones, dirigidos a todo tipo de instituciones académicas con fines educativos, de apoyo a la investigación, empresas de los sectores gubernamental, privado, productivo o financiero. EM integra entre los servicios y productos que brinda: la administración y suministro de suscripciones a publicaciones periódicas en papel como electrónicas, desarrollo, publicación y comercialización de bases de datos electrónicas en línea, tanto referenciales como de texto completo, así como la venta de colecciones retrospectivas.

EM forma parte del grupo EBSCO Information Services, que consolida la red más grande del mundo formada por 31 oficinas regionales y más de 4,500 personas trabajando para EBSCO. *EBSCO Industries World Wide* es la propietaria de todas las empresas EBSCO, que desde hace más de 50 años ofrece el suministro de suscripciones y facilita la administración y el desarrollo de colecciones de revistas de todo tipo. EBSCO MEXICO INC., S.A. de C.V. es la Oficina Regional para América Latina.³⁶

2.3.2 Objeto social

El objeto social de la empresa es “prestar todo tipo de servicios para la suscripción de revistas, diarios periódicos y publicaciones de todo tipo. Entre otros; la celebración y ejecución de todos los actos, convenios, contratos y operaciones que sean convenientes para el desarrollo de su objeto social. Promover la detección, aprovechamiento, evaluación y desarrollo de colecciones bibliohemerográficas utilizando los servicios que integra la Firma y utilizando los avances tecnológicos más relevantes y avanzados en beneficio de sus clientes.”³⁷

³⁵ *Escritura Pública no. 106*. Monterrey, Nuevo León, 1994, p.1

³⁶ EBSCO México. *Currículum vitae*, EBSCO México. Octubre de 2003, p.3

³⁷ *Op.cit.*, p.7

2.3.3 Infraestructura

La oficina regional para América Latina de EBSCO, con sede en la Ciudad de México ocupa una casa de dos plantas en la colonia Hipódromo Condesa y cuenta con la infraestructura física, tecnológica y humana para administrar los servicios de EBSCO en toda la región.

Con el fin de proveer servicios eficientes, EBSCO México cuenta con un enlace directo de 128K al servidor central de EBSCO Information Services en Birmingham, Alabama, EE.UU. y al de EBSCO Publishing en Ipswich, Massachussets, EE.UU. De esta forma, el personal de EBSCO México está en comunicación permanente y directa con el personal directivo y de apoyo en la casa matriz y las 31 oficinas regionales.³⁸

2.3.4 Recursos humanos

EBSCO México cuenta con una plantilla de 28 integrantes, entre los cuales se incluyen 12 bibliotecarios profesionales, 6 de ellos egresados de la ENBA y 6 del Colegio de Bibliotecología de la UNAM.

La división del trabajo se encuentra organizada por la Gerencia General, la División de Ventas, Administración y 3 departamentos: Procesamiento de Órdenes, Servicio al Cliente y Sistemas y Servicios Electrónicos. (Ver fig. 1)

³⁸ *Ibíd.*

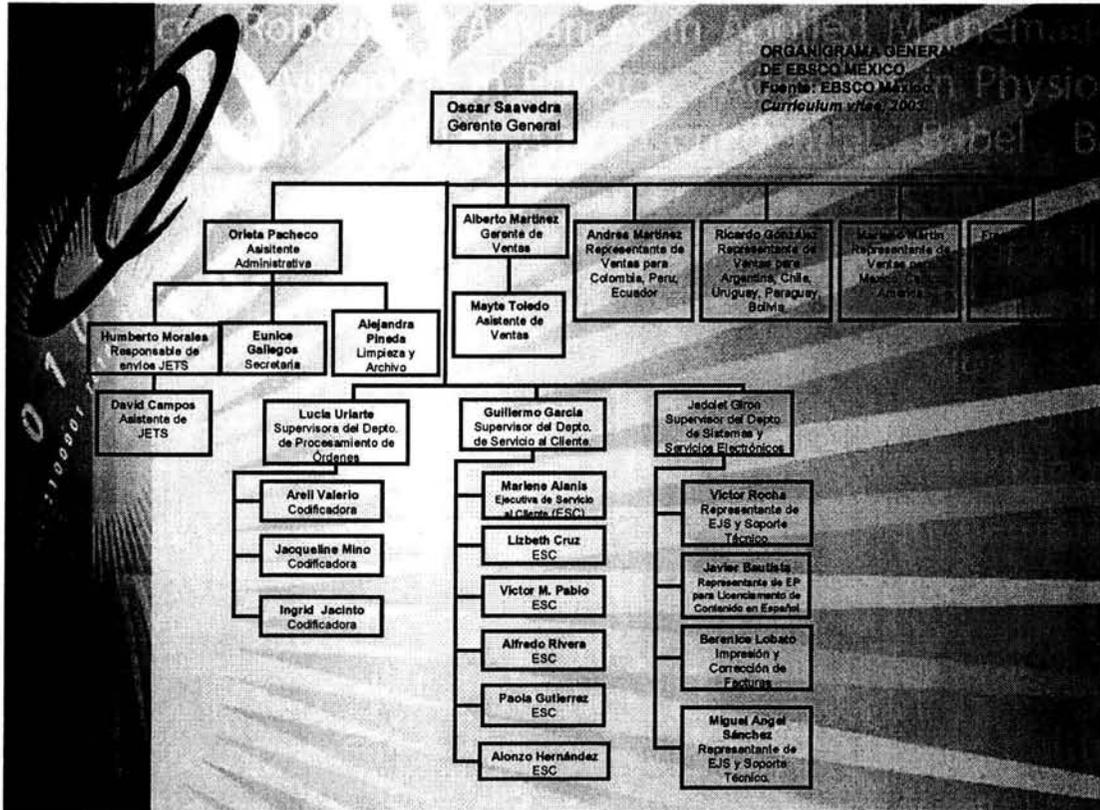


Fig.1 Organigrama General de EBSCO México

2.4 Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México

“Qué es el servicio al cliente? Es muy simple. El servicio al cliente es lo que el cliente piensa que es y esto lo toma un objetivo cambiante. Para algunos clientes es velocidad de respuesta, para otros un trato cordial y amistoso. Puede significar cosas diferentes para cada cliente.”³⁹

2.4.1 El servicio al cliente desde la perspectiva de EBSCO

El objetivo de EBSCO como agencia de suscripciones es proporcionar a sus clientes el servicio más rápido y preciso posible.⁴⁰

³⁹ Atencionalcliente.ws. *Qué es el servicio al cliente?* [en línea]. Buenos Aires, Argentina: Atencionalcliente.ws, c2001 <<http://www.atencionalcliente.ws/nota2.htm>> [Consulta: 4 de noviembre de 2003]

⁴⁰ EBSCO Subscription Services. *Working together: we can make it happen*. Alabama, USA: EBSCO Industries, h.1

EBSCO como agente intermediario proporciona la atención personalizada y el plus que los programas de publicaciones periódicas y seriadas de sus clientes requieren para mantener sus suscripciones corriendo de manera óptima.

Dixon Brooke Jr, vicepresidente y Gerente General de EBSCO Subscription Services, dice en su documento *Focus on serials*: "El servicio al cliente es nuestro fuerte. A través de la historia excepcional de EBSCO el servicio al cliente a sido nuestro sello distintivo. Hemos combinado gente buena con buenos sistemas, respaldados por la ordenanza de servir a las necesidades de nuestros clientes. Esa ordenanza es la razón por la cual operamos 31 oficinas regionales en 21 países alrededor del mundo. De qué otra forma podríamos ofrecer un verdadero servicio personalizado desde la primera llamada de ventas hasta la transición de ordenar a través de EBSCO y hasta la administración cotidiana de las suscripciones de nuestros clientes? Nuestra meta es simple: servir a las necesidades de nuestros clientes. Para lograrlo, establecemos compañerismo entre nuestros clientes, las casas editoriales, otras agencias intermediarias y la comunidad bibliotecaria como un todo."⁴¹

Para lograr sus objetivos en materia de servicio al cliente, EBSCO ha diseñado diversas herramientas tecnológicas al alcance de sus clientes, que pueden ser personalizadas de acuerdo con las necesidades de los mismos.

Quizás la responsabilidad más importante de EBSCO como agencia de suscripciones sea ingresar las órdenes de sus clientes en tiempo y forma, así como garantizar el pronto pago a los editores y atender las solicitudes de sus clientes lo más pronto posible. Cabe destacar, no obstante, que en ocasiones se torna un tanto escabroso cumplir con esa responsabilidad, sobre todo cuando esto depende de terceros, por ejemplo, cuando un editor se declara en quiebra, o surgen problemas derivados del sistema de correos de un país determinado. No obstante, la ordenanza de los Ejecutivos de Servicio al Cliente de EBSCO, es asegurar que se tomen las acciones correspondientes hasta donde sea posible cuando se presenten este tipo de problemas

⁴¹ EBSCO Subscription Services. *Focus on serials*. Alabama, USA: EBSCO Subscription Services, 2002, h.1

y que se hará hasta el último esfuerzo por lograr que sus clientes aseguren sus colecciones completas.⁴²

2.4.2 Breve cronología del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México

1994	Surge EBSCO México en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León. La atención a Clientes se brinda desde las oficinas centrales de EBSCO, localizadas en Birmingham, Alabama, a través del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO Internacional.
1998	La oficina de México es trasladada a la Ciudad de México en el mes de Enero.
1998	El Gerente General de EBSCO México reconoce la importancia y necesidad de contar con personal de atención a clientes que brinde el servicio desde la oficina local, y es así, como en ese mismo año decide enviar a un ejecutivo de EBSCO México a las oficinas Centrales de EBSCO en EE.UU. para recibir capacitación sobre la metodología, procedimientos e información necesaria para establecer el Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México. Ese mismo año se establece el Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México en el mes de Junio integrado por dos personas.
1999	La oficina ha crecido en ventas e infraestructura y esto crea la necesidad de contratación de nuevo personal; el Departamento de Servicio al Cliente crece a tres personas; paralelamente y en virtud de la tendencia del mercado en materia de las nuevas tecnologías de la información, se crea al Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos para desarrollar tareas concernientes a la administración de publicaciones electrónicas.
2001	EBSCO México ha crecido desmesuradamente en ventas hasta en un 200%, lo cual hace necesario incrementar la plantilla de personal del Departamento de Servicio al cliente a 5 personas; ese mismo año la jefa del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO Internacional, Linda Barnett visita la oficina de México para auditar el desarrollo del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México, quien concluye, se maneja de manera óptima.
2002	El Jefe del Departamento de Servicio al Cliente es enviado a las oficinas centrales de EBSCO en EE.UU. para recibir capacitación sobre el servicio a clientes en EBSCO, para de esta manera optimizar el servicio. Paralelamente se crea el Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México para la realización de cotizaciones
2003	La presencia de EBSCO México en el mercado latinoamericano se ha fortalecido de tal manera que es necesario contratar nuevo personal para el Departamento de Servicio al Cliente, cuyo número de ejecutivos crece a siete personas. ⁴³

⁴² EBSCO Subscription Services. Periodicals for the health sciences 2002-2003. Alabama, USA: EBSCO Industries, p.19

2.4.3 Misión

La misión del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México, es la de proporcionar a sus clientes a nivel nacional e internacional una respuesta cuidadosa, acertada y rápida con respecto a sus dudas, comentarios y necesidades derivadas de los productos y servicios que han adquirido a través de la empresa.

2.4.4 Objetivo

El objetivo principal del Departamento de Servicio al Cliente es llevar a cabo los procedimientos operativos que conlleva el óptimo desarrollo de una suscripción por el término del año contratado, asegurando que los productos o servicios adquiridos sean suministrados en tiempo y forma, para lograr la satisfacción de todos los clientes de EBSCO México.

2.4.5 Personal

El departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México se integra por 7 Ejecutivos, 6 de los cuales son bibliotecarios profesionales, 1 de ellos egresado de la ENBA y 5 del colegio de Bibliotecología de la UNAM. (Ver. Fig.2)

⁴³ *Entrevista con Oscar Saavedra, Gerente General de EBSCO México. Octubre de 2003.*

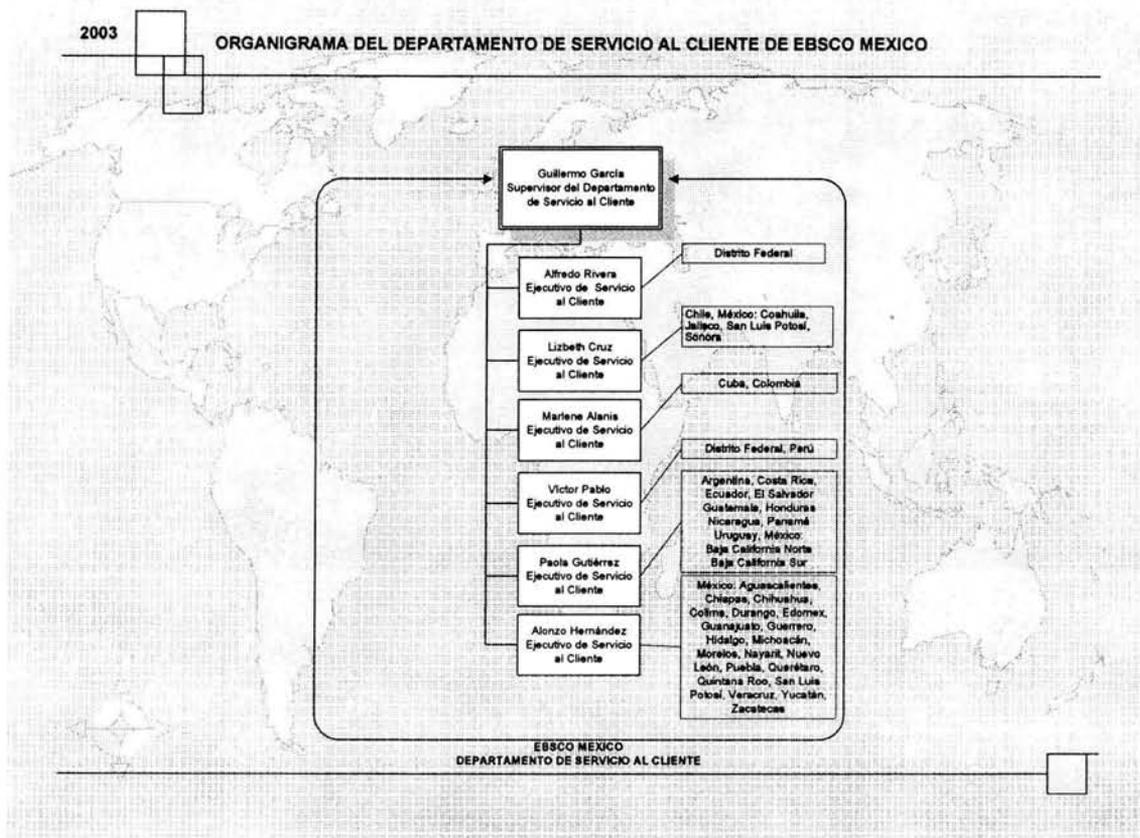


Fig. 2 Organigrama del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México

2.4.6 Funciones

Las funciones del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México son diversas y complejas, y van desde la solicitud de cotizaciones, hasta el control de entregas de fascículos.

Por su naturaleza, las funciones del Departamento se pueden dividir en dos categorías que son: las funciones generales y las funciones adicionales, mismas que a continuación se explican.

2.4.6.1 Funciones generales

Son, en términos generales 3 las responsabilidades y funciones generales del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México, cada una de las cuales conlleva sub procesos alternos:

- Establecimiento de Suscripciones, que incluye 3 procedimientos:
 - Solicitud y recepción de proformas
 - Instrucciones de aplicación de pagos
 - Recepción y remisión de facturas definitivas a clientes

- Reclamos de fascículos faltantes
 - Clientes con servicio de envío directo
 - Clientes con servicio de envío consolidado (JETS)

Los reclamos de fascículos faltantes pueden derivar una serie de procedimientos alternos de acuerdo con las características y problemas específicos de la suscripción.

Tales procedimientos alternos pueden ser:

- Cancelación de suscripciones
 - Ajustes en órdenes
 - Correcciones en órdenes
-
- Contabilidad general de cuentas de clientes
 - Estado de cuenta de clientes activos e inactivos
 - Créditos
 - Débitos⁴⁴

2.4.6.1.1 Establecimiento de suscripciones

Esta función incluye tres procedimientos, mismos que a continuación se describen de forma general, pero que serán tratados de forma específica en el siguiente capítulo:

⁴⁴ EBSCO México. EBSCO Mexico job responsibilities for a customer service representative. Mexico: EBSCO México. Agosto de 2003, p.1-5

2.4.6.1.1.1 Solicitud y recepción de proformas

La solicitud de proformas representa el primer vínculo de servicio de EBSCO con sus clientes, e implica una serie de procedimientos internos que involucran el trabajo del Área de Ventas y de los tres departamentos de EBSCO México, es decir, Procesamiento de Órdenes, Servicio al Cliente y Sistemas y Servicios Electrónicos, cuyo objeto es ofrecer una propuesta de precios de los productos o servicios en los que el cliente solicitante se encuentra interesado.

El detonador de este proceso es el cliente mismo, que solicita la cotización.

El segundo detonador de este proceso, ya de manera interna en EBSCO México es el Departamento de Servicio al Cliente. Su intervención en este primer eslabón se traduce en lo siguiente:

- Recepción de solicitudes de proformas. Que pueden venir directamente de un cliente, prospecto o del Área de Ventas de EBSCO México.
- Canalización de las solicitudes de proformas al departamento de Procesamiento de Ordenes, ya sea internamente a EBSCO México o a las oficinas centrales en Birmingham, Alabama, de acuerdo con las reglas establecidas para fines de cotización. Para hacer la solicitud formal es necesario seguir el procedimiento preestablecido que consiste en:
 - Analizar la solicitud y determinar el tipo de proforma, que puede ser de 3 tipos:
 - Proforma de suscripciones impresas y/o electrónicas
 - Proforma de bases de datos
 - Proforma de servicios electrónicos especiales
 - Establecer requerimientos específicos, prioridad, tratamiento, etc., de acuerdo con la solicitud.
 - Llenar el formato de solicitud de proformas.
 - Enviar mensaje con la solicitud de cotización al Departamento de Procesamiento de Órdenes, a EBSCO México o bien a EE.UU.
 - Dar seguimiento a la recepción de la proforma.

La recepción de proformas involucra:

- Recibir la proforma directamente del Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México.
- Hacer una revisión general de la proforma contra la solicitud del cliente para asegurar que se han cotizado los títulos solicitados.
- Canalizar la proforma a la Secretaria para la elaboración de la carta adjunta con la descripción de la oferta.
- Asegurar que la proforma sea recibida por el cliente, mediante seguimiento y comunicación directa con el cliente para confirmar.

2.4.6.1.1.2 Envío de instrucciones de aplicación de pagos

Una vez que el cliente ha decidido adquirir un producto o servicio previamente cotizado, procede a realizar el pago correspondiente ya sea a través de un cheque o transferencia bancaria. Este pago puede ser recibido tanto en EE.UU. si se trata de una transferencia en dólares, o en la oficina de EBSCO México si se trata de un pago en moneda nacional o bien, en cualquiera de las dos oficinas si se trata de un cheque o giro bancario.

Cualquiera que sea la forma de recepción del pago, el Departamento de Contabilidad de EE.UU. o bien, la Administración de EBSCO México debe enviar una notificación de aviso de ese mismo pago.

Es entonces cuando el Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México asume la responsabilidad de enviar las instrucciones de aplicación específicas correspondientes a ese pago. Previo a ello debe:

- Identificar al cliente que paga.
- Identificar el concepto del pago (Proforma que se está pagando).
- Preparar y enviar mensaje de respuesta a la notificación incluyendo las instrucciones de aplicación del pago correspondientes.

2.4.6.1.1.3 Recepción y remisión de facturas definitivas a clientes

Una vez que se han enviado las instrucciones de aplicación del pago, el procedimiento natural subsiguiente es la generación de la factura definitiva que respalda la adquisición del cliente.

Ya generada la factura, el Departamento de Procesamiento de Órdenes es responsable de solicitar impresión de la misma al Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos, para luego canalizarla directamente al Departamento de Servicio al Cliente.

Cuando el Ejecutivo de Servicio al Cliente recibe la factura debe:

- Revisarla contra la proforma para asegurar que las condiciones de precios y los títulos pagados se hayan facturado satisfactoriamente. En caso de encontrar algún error, solicita corrección al Departamento de Procesamiento de Órdenes.
- Analizarla para identificar cambios bibliográficos en los títulos y en su caso, informar al cliente.

2.4.6.1.2 Reclamos de fascículos faltantes

Los reclamos representan quizás la tarea más ardua y minuciosa dentro de las funciones del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México. Presupone el contacto directo con las casas editoriales o los centros JETS, encargados de los servicios de entrega consolidados, razón por la cual los reclamos se pueden agrupar dentro de tres grandes divisiones: 1) reclamos de títulos con servicio de entrega directa; 2) reclamos de títulos con servicio de entrega JETS y 3) reclamos de apoyo a otras oficinas de EBSCO.

2.4.6.1.2.1 Reclamos de títulos de clientes con servicio de entrega directa

Este tipo de servicio de entrega se traduce en el envío de los fascículos directamente de las casas editoriales a la biblioteca o dirección de recepción de fascículos

proporcionada por el cliente; por lo tanto, la reclamación de fascículos se hace directamente a la casa editorial.

2.4.6.1.2.2 Reclamos de títulos de clientes con servicio de entrega consolidada (JETS)

En este tipo de servicio de entrega el primer receptor de los fascículos es EBSCO, a través de sus centros de acopio de fascículos JETS, localizados uno de ellos en Holanda y el otro en EE.UU. Una vez que se reciben en los centros JETS, los fascículos son empacados y embalados para de ahí, ser enviados por DHL directamente al cliente, en el caso de que éste se localice en algún punto del extranjero, o bien, a la oficina de México, para el caso de clientes dentro del Distrito Federal y área metropolitana, desde donde personal administrativo de EBSCO México realiza el servicio de entrega puerta a puerta. Este servicio tiene la característica de contar con un sistema de reclamación de fascículos automática, no obstante se hacen seguimientos periódicos para optimizar las entregas. La naturaleza misma de este tipo de servicio de entrega, permite al Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México canalizar las reclamaciones de fascículos de clientes con este tipo de servicio de entrega, directamente a los centros JETS.

2.4.6.1.2.3 Reclamos de apoyo a otras oficinas de EBSCO

Uno de los objetivos de contar con 31 oficinas regionales alrededor del mundo es no solamente establecer suscripciones con clientes regionales, sino también fortalecer vínculos con las casas editoriales alrededor del mundo. Es por ello, que en EBSCO se tiene como política agotar todos los recursos disponibles para resolver problemas relacionados con las suscripciones de sus clientes.

Uno de los problemas más frecuentes es sin duda, la reclamación de fascículos por parte del cliente. Muchos de los clientes de EBSCO suscriben publicaciones provenientes de todo el mundo, razón por la cual, en aquellos casos de reclamaciones problemáticas, todas las oficinas regionales pueden solicitar el apoyo de otra oficina regional para contactar al editor de una publicación en particular, publicada en su zona de ventas y realizar una reclamación.

2.4.6.1.2.4 Procedimientos alternos derivados de la reclamación de fascículos

En virtud de que los reclamos de fascículos faltantes representan un problema de recepción de materiales, esta situación presupone varias alternativas, dentro de las cuales se pueden derivar problemas que en términos de manejo de suscripciones a través de EBSCO representan procedimientos paralelos a ser realizados de acuerdo con las características y problemas específicos de la suscripción. Dichos casos pueden ser la necesidad de cancelar, ajustar o corregir una orden.

2.4.6.1.2.4.1 Cancelación de suscripciones

La cancelación de suscripciones se puede dar por varias razones, y aunque no necesariamente debe darse como resultado de una reclamación, es justo cuando el cliente reclama o bien, cuando se da un seguimiento al estatus de entregas de fascículos cuando este problema tiene su detonador. Su complejidad inicia por las políticas y restricciones editoriales a ese respecto y culmina con el reembolso del pago realizado por la suscripción, que no en todos los casos se puede concretar.⁴⁵

2.4.6.1.2.4.2 Ajustes en órdenes

En términos generales, una suscripción puede ser ajustada en los siguientes casos:

- El editor incrementó los precios de la publicación. Esto presupone que EBSCO debe pagar la cantidad adicional solicitada por el editor, y considerar si debe cobrarla al cliente, con base en el tipo de condiciones de precios ofrecidos, que pueden ser *100% firmes*⁴⁶, en cuyo caso EBSCO asume la pérdida o bien, de *reconciliación*⁴⁷, en cuyo caso el cliente debe asumir el cargo.
- EBSCO pagó una cantidad menor a la requerida por el editor. De igual manera, con base en las condiciones de precios ofrecidas al cliente, EBSCO determina quien asume el pago.

⁴⁵ EBSCO Subscription Services. *Welcome aboard: periodicals problem solver*. Alabama, USA: EBSCO industries, h.l

⁴⁶ Se entiende por condiciones de precios 100% firmes aquellas en la que los precios ofrecidos no se modifican durante el periodo de suscripción contratado.

⁴⁷ Las condiciones de precios de reconciliación son aquellas en las que la oferta de precios puede modificarse de acuerdo con la tendencia en el incremento de precios por parte de los editores.

- EBSCO pagó una cantidad mayor a la requerida por el editor. Igualmente, de acuerdo con las condiciones ofrecidas, el cliente puede o no recibir una nota de crédito.

2.4.6.1.2.4.3 Correcciones en órdenes

Las correcciones denotan errores al momento de establecer la suscripción, lo cuales van a resaltar a la hora de establecer controles de entrega de fascículos y darse cuenta de que existen errores en los envíos; se puede dar en diversos casos como por ejemplo:

- La dirección de entrega de fascículos es errónea.
- La fecha de inicio de la suscripción registrada es errónea.

2.4.6.1.3 Control general de estados de cuenta contables de los clientes

El control de estados de cuenta contables que tiene a su cargo el Departamento de Servicio al Cliente es general en virtud de que todas las operaciones contables y financieras se llevan a cabo desde las oficinas centrales, y se traduce en los tres rubros abajo presentados.

2.4.6.1.3.1 Revisión de los estados de cuenta contables de clientes activos e inactivos

Mensualmente, la oficina de México recibe un documento denominado "Estado de Cuenta Mensual" (*Monthly Statement Of Account*) que es enviado desde las oficinas centrales de EBSCO, para determinar el estado contable del cliente dentro de EBSCO México y el cual debe ser analizado por el Departamento de Servicio al Cliente.

2.4.6.1.3.2 Control de créditos

Los créditos pueden ser generados por diversas razones, por ejemplo, que una publicación se haya descontinuado o cesado, o bien, se haya cancelado por alguna razón, etc. Cualquiera que sea la causa de la generación del crédito, el resultado es la

alteración del estado de cuenta contable del cliente, que en este caso se traduce en un crédito a favor, del cual el cliente debe ser informado.

2.4.6.1.3.3 Control de débitos

Los débitos se generan principalmente por un incremento de precios en las publicaciones sin previo aviso por parte de las casas editoriales. De acuerdo con la política de condiciones de precios que EBSCO México ofrece a sus clientes, que como anteriormente ya se ha comentado pueden ser *100% firmes*, o de *reconciliación*, la empresa puede determinar si los débitos deben ser asumidos por el cliente o por la empresa misma.

2.4.6.2 Funciones adicionales del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México

2.4.6.2.1 Solicitud de generación de cuentas para el servicio electrónico de administración de suscripciones EBSCONET

Es responsabilidad del Departamento de Servicio al Cliente solicitar la habilitación de las cuentas de acceso a *EBSCONET*. Esta actividad conlleva las siguientes cuatro operaciones:

- Llenar el formato de solicitud denominado "*EBSCONET Set up form*"⁴⁸, que incluye campos generales de información sobre clientes, tales como: nombre del cliente, número de cuenta, dirección de facturación, e-mail, etc. Asimismo, el formato incluye los campos que van a delimitar el tipo de acceso que se brindará al cliente, para crear su perfil de acceso, es decir, si podrá elaborar reclamos a través del sistema, si tendrá acceso al banco de ejemplares de reemplazo (*Missing Copy Bank*), etc.
- Enviar la solicitud por correo electrónico al Departamento de Sistemas y Servicios de Información de las oficinas centrales de EBSCO.
- Recibir confirmación de habilitación así como los códigos de acceso del cliente para *EBSCONET*.

⁴⁸ Este formato se puede descargar del "*Magnetic Media Manual*" en línea, localizado en el sitio: <<http://www.ebsco.com/magneticmedia>>, que se encuentra disponible solo para empleados de EBSCO.

- Informar al cliente sobre la creación de su cuenta *EBSCONET* y proporcionarle sus códigos de acceso.

2.4.6.2.2 Solicitud de generación de cuentas para el servicio a publicaciones electrónicas EBSCOhost: Electronic Journal Service (EJS)

El Departamento de Servicio al Cliente es el detonador en el proceso de generación y habilitación de cuentas EJS para proporcionar el servicio de administración de publicaciones electrónicas. Para ello, el Ejecutivo de Servicio debe realizar las siguientes gestiones:

- Solicitar la creación de la cuenta EJS dentro del sistema de registro de EBSCO. (*Suffix 65*)
- Llenar el formato de solicitud denominado "*EJS set up form*"⁴⁹ (*Formato para el establecimiento de cuentas EJS*), incluyendo la información necesaria sobre el cliente, que permita establecer el acceso, entre ellos tenemos: nombre y número de cuenta del cliente, nombre de la persona que administrará este servicio en la institución, correo electrónico, rangos IP, etc.
- Enviar la solicitud por correo electrónico al Departamento EJS de las oficinas centrales de EBSCO.
- Recibir confirmación de habilitación de la cuenta así como los códigos de acceso del cliente para EJS.
- Informar al cliente sobre la creación de su cuenta EJS y proporcionarle sus códigos de acceso.
- Paralelamente, el departamento de Sistemas de EBSCO México genera un estatus de títulos con acceso electrónico para determinar cuales de ellos requieren de firma de licencia de acuerdo o registro en la página de Internet del editor para poder establecer el acceso. Dicho estatus es enviado al Ejecutivo de Servicio al Cliente , quien deberá:
 - En primera instancia, enviarlo al cliente para que conozca las publicaciones que cuentan con acceso electrónico y que estarán disponibles desde su portal de EJS.

⁴⁹ Este formato se puede descargar del "*Magnetic Media Manual*" en línea, localizado en el sitio: <<http://www.ebsco.com/magneticmedia>>, que se encuentra disponible solo para empleados de EBSCO.

- Y segundo, contactar a los editores involucrados para solicitar el número de suscriptor del cliente, que es un dato requerido por los editores para habilitar el acceso, sobre todo en aquellos casos que es necesario llenar un registro desde el sitio del editor.

2.4.7 Relación interdepartamental del Área de Servicio al Cliente de EBSCO México

El Departamento de Servicio al Cliente, es por definición, el que más se involucra con los clientes de la empresa, ya que representa su primer punto de contacto, por tal motivo comparte la mayoría de las tareas llevadas a cabo en la oficina con el resto de los departamentos. (Véase fig. 3)

Además de relacionarse directamente con el Gerente General, el Departamento de Servicio al Cliente tiene vínculos con los siguientes departamentos de EBSCO México:

2.4.7.1 Área de ventas

Esta área se aboca a la difusión y promoción de los productos y servicios que ofrece EBSCO; como resultado de ello, los clientes se ponen en contacto con ellos para solicitar cotizaciones, periodos de prueba de servicios electrónicos especializados, solicitud de cursos, visitas, etc. El vínculo con el Departamento de Servicio al Cliente se centra básicamente en la canalización de solicitud de proformas y el apoyo en la elaboración de ofertas para licitaciones públicas, invitaciones y concursos de publicaciones periódicas y seriadas en los cuales participa la Empresa.

2.4.7.2 Departamento de Procesamiento de Órdenes

La relación con este departamento es muy específica, y se centra fundamentalmente en la solicitud y entrega de proformas y facturas definitivas, aunque también involucra la actualización de datos en el registro general de clientes.

2.4.7.3 Administración

Del área administrativa de EBSCO México, se derivan las siguientes secciones con las cuales el Departamento de Servicio al Cliente se relaciona de la siguiente manera:

2.4.7.3.1 Asistencia administrativa

Recepción y canalización de cheques o giros bancarios recibidos de clientes locales; control de pagos en moneda nacional; fianzas y cartas de crédito de clientes relacionados con licitaciones públicas.

2.4.7.3.2 Recepción

Esta área es atendida por la Secretaria, con la cual el Departamento de Servicio al Cliente se relaciona directamente para:

- Elaboración de cartas de proformas y facturas definitivas.
- Envío de correspondencia por diversos servicios de mensajería a clientes.
- Impresión de documentos de archivo.
- Recepción y canalización de llamadas telefónicas de clientes.

2.4.7.3.3 Área de archivo

En virtud de que el Departamento de Servicio al Cliente es el que mayor contacto tiene con los clientes de la Empresa, la consulta del archivo es cotidiana e imprescindible, es por ello que mantiene una comunicación estrecha con el área de archivo para aclaración de dudas en la clasificación y ubicación de los documentos para asegurar su óptima organización y actualización.

2.4.7.3.4 Área de control del servicio consolidado JETS

EBSCO México ofrece el servicio de entrega puerta a puerta para los clientes con servicio de envío consolidado (JETS) localizados en el Distrito federal y área metropolitana; para ello creó el área local de JETS, desde la cual se lleva un control sobre las entregas de este tipo. La relación del Departamento de Servicio al Cliente con

esta sección se enfoca básicamente a las comunicaciones, reclamos de fascículos faltantes o comentarios relacionados con el servicio de entrega, que son recibidos por el personal de ésta área directamente de los clientes, mismos que son canalizados al Departamento de Servicio al Cliente para su manejo.

2.4.7.4 Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos

El Departamento de Servicio al Cliente se relaciona con el Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos específicamente para que de manera conjunta lleven a cabo los procedimientos encaminados a la habilitación del acceso al texto completo de las publicaciones electrónicas contratadas por el cliente.

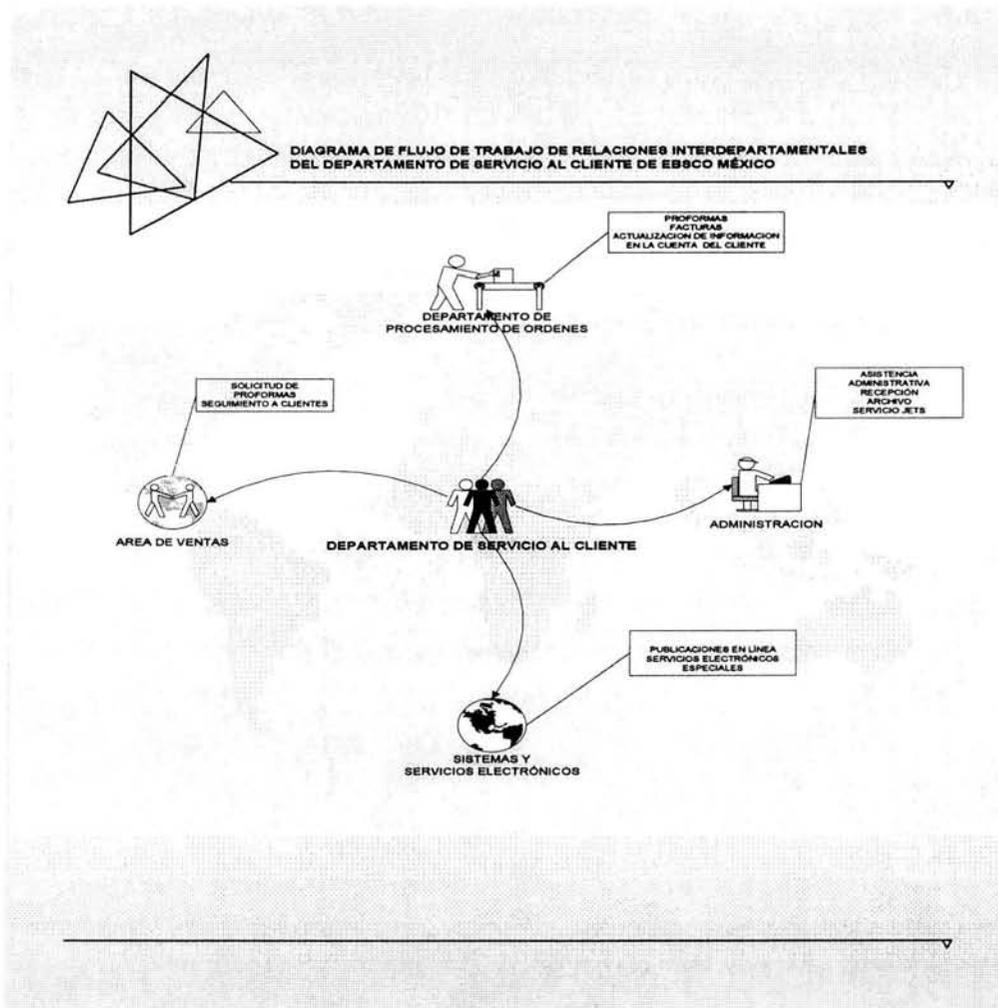


Fig. 3 Diagrama de flujo de trabajo de la relación Interdepartamental del Área de Servicio al Cliente de EBSCO México.

CAPÍTULO 3

GUÍA DE PROCEDIMIENTOS QUE SE APLICAN EN EL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE DE EBSCO MÉXICO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE SUSCRIPCIONES

Si bien, los productos y servicios que ofrece EBSCO se brindan de igual manera para todo el mundo, los procedimientos operativos internos que llevan a cabo las 31 oficinas regionales para estos fines pueden diferir entre sí. Las razones principales de ello pueden ser el idioma, los procedimientos administrativos, las cuestiones legales propias de cada país, etc. Justo por esas mismas razones, cada oficina regional de EBSCO debe ser responsable de implementar las herramientas administrativas y formas de operación necesarias que les permitan optimizar los servicios que ofrecen a sus clientes. La elaboración del presente manual obedece a la creación de una guía de los procedimientos operativos que se llevan a cabo actualmente en el Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México en materia de establecimiento de suscripciones, mismos que se actualizan constantemente, de acuerdo con los cambios presentados en los productos y servicios de EBSCO, las tendencias tecnológicas actuales y las necesidades de información y de servicio por parte de los clientes. La presente guía permitirá a los Ejecutivos de Servicio al Cliente contar con una herramienta que les permita asegurar que los procedimientos que conlleva el establecimiento de suscripciones se lleven a cabo de manera óptima y así brindar un servicio efectivo y de calidad cuya culminación sea la satisfacción de sus clientes.

3.1 Solicitud y recepción de proformas

La solicitud de proformas es el inicio de la relación Cliente-EBSCO México y es responsabilidad directa del Departamento de Servicio al Cliente a través de sus ejecutivos llevar a cabo las actividades que conlleva este proceso.

Es importante que el Ejecutivo de Servicio al Cliente conozca la tipología de las proformas, con el objeto de determinar los medios a través de los cuales se desarrollará su elaboración, es por ello que a continuación se presenta dicha tipología.

3.1.1 Tipología de proformas de EBSCO México

Existen 3 tipos de proformas, cada una de las cuales se solicita y procesa de diferente manera. Estas son:

3.1.1.1 Proformas de suscripciones impresas y/o electrónicas

Este tipo de proformas son las de mayor incidencia en la empresa en virtud de que se elaboran para la cotización de publicaciones periódicas y seriadas en formato impreso, considerando acceso electrónico gratuito o pagado, de acuerdo con la solicitud del cliente. La responsabilidad de la elaboración de proformas de suscripciones impresas y/o electrónicas recae en el Departamento de Procesamiento de Órdenes y conlleva un periodo de 15 días en promedio.

3.1.1.2 Proformas de bases de datos propietarias de EBSCO

Las proformas de bases de datos se realizan de manera conjunta entre el Departamento de Ventas, que ofrece condiciones de servicio, precios y productos de acuerdo con la solicitud del cliente, y el Departamento de Servicio al Cliente, que con la información proporcionada por el Departamento de Ventas elabora la proforma. Las bases de datos cotizadas de esta forma son aquellas de las que EBSCO es propietaria y que son comercializadas bajo el servicio *EBSCOhost®: Research Databases* que tiene a su cargo EBSCO Publishing, y que por su naturaleza se clasifican en bases de datos de texto completo y secundarias o referenciales, mismas que además se pueden ofrecer de manera individual o en paquete. Dependiendo de la oferta y la solicitud del cliente es como se determina la forma de elaboración de estas proformas.

3.1.1.3 Proformas de Servicios Electrónicos Especializados Producidos por EBSCO

Este tipo de Proformas se caracterizan por presentar la cotización de uno o varios de los servicios electrónicos de información especializados, desarrollados por EBSCO para auxiliar a las unidades de información en su quehacer cotidiano en materia de desarrollo de colecciones. Entre los productos electrónicos más importantes destacan:

Compra de artículos electrónicos (Pay per View), Servicio ampliado a publicaciones electrónicas (EBSCOhost® *Electronic Journals Service [EJS]*), Interfase para vincular recursos electrónicos (AtoZ™) (*LinkSource™*), etc.

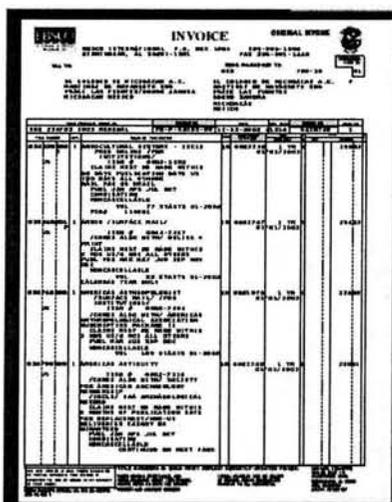
3.1.2 Formatos de las Proformas de EBSCO México

Existen 3 formatos para la presentación de las proformas:

3.1.2.1 Formato Tradicional de Proformas en Inglés

El formato tradicional tiene características muy específicas que lo distinguen de otros formatos, estas son:

- Toda la información se presenta en idioma inglés.
- Es generada de forma automática por el módulo del sistema de procesamiento de órdenes de EBSCO, diseñado para este fin.
- El formato de salida se genera a través del software llamado "*Crystal Reports*"

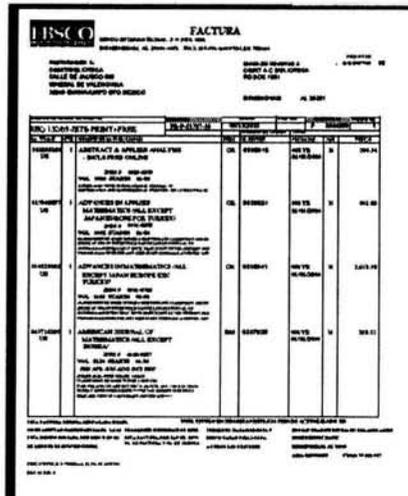


The image shows a screenshot of an EBSCO invoice. At the top, it says "INVOICE" and "GENERAL INVOICE". Below that, there is a table with several columns. The columns are labeled: "ITEM NO.", "DESCRIPTION", "UNIT PRICE", "QUANTITY", and "TOTAL". The table contains several rows of data, including item numbers, descriptions of services or products, unit prices, quantities, and total amounts. The text is in English.

- Es el formato utilizado por las oficinas regionales de habla inglesa.
- Es un formato sofisticado que presenta la información sobre las suscripciones de manera sistemática ya sea alfabéticamente, dividida por dependencias, etc., de acuerdo con la solicitud del cliente.

3.1.2.2 Formato tradicional de proformas en español

Este formato fue diseñado por el Departamento de Sistemas y Servicios de Información de las oficinas centrales de EBSCO en Birmingham, Alabama, especialmente para las oficinas regionales de habla hispana y presenta las siguientes características:



- Toda la información viene en idioma español.
- Se puede imprimir directamente desde EBSCO México.
- El formato de salida se genera igualmente a través del software llamado "Crystal Reports"

3.1.2.3 Formato interno de EBSCO México

Este formato es único y exclusivo de EBSCO México y fue diseñado por el Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos de EBSCO México utilizando como plataforma el procesador de texto *Word*, agregando un encabezado y pie de página como sello distintivo de la firma. Este formato fue creado para servir a diversos fines, pero generalmente se utiliza cuando los clientes solicitan la facturación de sus suscripciones en formatos específicos, que son radicalmente distintos de los formatos tradicionales de EBSCO. Las características más importantes de este tipo de facturas son las siguientes:



- Puede ser personalizado de acuerdo con la solicitud del cliente.
- Puede ser en español o en inglés.
- Es el formato por excelencia para presentar ofertas técnicas y económicas de concursos, invitaciones y licitaciones públicas.
- Es el formato por excelencia para la presentación de ofertas de bases de datos.

Una vez presentada la tipología y formatos de las proformas, se procederá a describir los procesos involucrados para la elaboración de las mismas.

3.1.3 Solicitud de proformas de suscripciones impresas y/o electrónicas

Esta actividad se traduce en la solicitud de cotizaciones de los listados de publicaciones remitidas por el cliente por parte de los Ejecutivos de Servicio del Departamento de Servicio al Cliente al Departamento de Procesamiento de Órdenes ya sea a las Oficinas Centrales en Birmingham, o bien a la oficina de México.

El procedimiento de solicitud de proformas inicia por identificar el estatus del solicitante dentro de la empresa, es decir, si es un cliente¹ o un prospecto². Luego de ello, se procede a verificar si se cuenta con la información mínima requerida sobre dicho solicitante.

Tal información es:

- **Nombre del cliente:** Nombre completo de la institución, persona o empresa que solicita la cotización.
- **Tipo de cliente:** institucional³, individual⁴, empresarial⁵, etc.
- **Dirección de facturación:** dirección a la cual se desea que se facture el pedido de suscripciones.
- **Dirección de entrega de los materiales:** dirección(es) la(s) cual(es) se desea que se entreguen los fascículos
- **Tipo de entrega:** a) Global, que se refiere a que la entrega de materiales se va a realizar en una misma dirección o b) Departamental, que se traduce en la entrega de materiales a diferentes direcciones.
- **Tipo de servicio de entrega deseado:** Existen 2 tipos de servicio de entrega de fascículos: a) Directo, que se refiere al envío directo del editor al cliente y b) JETS, que es el servicio consolidado de entrega puerta a puerta, a través del cual el editor envía los fascículos a las oficinas de EBSCO localizadas una en EE.UU. y otra en Europa, y luego son

¹ Entiéndase por cliente la institución o entidad que actualmente compra productos o servicios de EBSCO

² Entiéndase por prospecto a la institución o entidad que puede convertirse en cliente de EBSCO

³ Universidades, dependencias gubernamentales, ONG's, etc.

⁴ Estudiantes, investigadores, maestros, etc., que solicitan el servicio de suscripciones de forma personal.

⁵ Corporaciones, firmas comerciales, empresas de la iniciativa privada nacionales e internacionales, etc.

remitidas directamente al cliente. Las opciones en los servicios de entrega ofrecidos por EBSCO se determinan de acuerdo al número de títulos solicitados para suscripción. La política actual de la empresa es que si se van a cotizar hasta 49 títulos, entonces el servicio brindado por definición es el Directo, pero si se van a cotizar 50 o más títulos, entonces el cliente puede optar por el servicio JETS⁶.

- **Nombre de la persona de contacto:** Nombre del representante de la institución ante EBSCO, a través de quien se van a establecer las comunicaciones derivadas de los servicios.
- **Teléfono fax y correo electrónico de la persona de contacto:** solicitados para contar con diferentes medios de comunicación para localizar a la persona de contacto en caso de ser necesario.
- **Listado de títulos:** relación de títulos que el cliente desea cotizar, incluyendo como mínimo el nombre de la publicación, aunque es deseable que integre además el ISSN y el editor para identificar y cotizar el título correcto solicitado.
- **Versión y formato requeridos para la cotización de los títulos⁷:** En virtud de que la industria editorial actualmente ofrece más de una versión de sus publicaciones, es necesario que el cliente especifique si desea recibir una cotización de títulos en versión sólo impresa, o impresa más acceso electrónico gratuito, o impresa más acceso electrónico pagado, o sólo en línea, o en CD-ROM, etc. Cada una de estas versiones, tiene por lo general un precio diferente.
- **Rangos IP:** Este dato es solicitado por el editor cuando se desea solicitar la cotización de cualquiera de las versiones electrónicas arriba mencionadas. El IP sirve para determinar el número de estaciones de trabajo con que cuenta la institución y a las cuales se brindará el acceso a la versión electrónica de la publicación.

⁶ Para determinar la forma de envío en la cotización es necesario que se confirme la información con el Gerente General, Gerente de Ventas o Ejecutivo Comercial correspondiente de EBSCO México.

⁷ EBSCO México ofrece la versión impresa incluyendo el acceso electrónico gratuito como servicio de valor agregado para todos sus clientes, por lo tanto se debe establecer este formato por defecto.

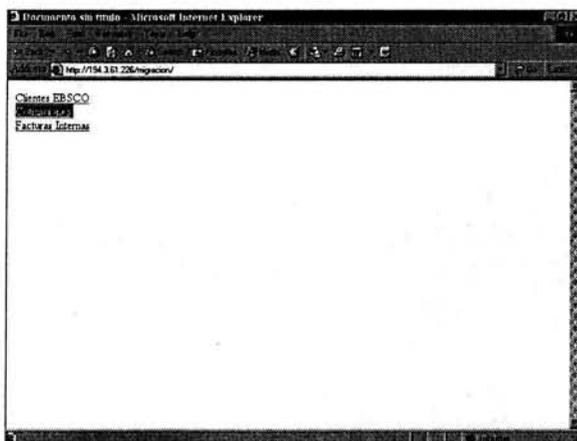
- **Número total de usuarios de la institución⁸**: Esta cifra debe incluir a todos los profesores, investigadores, estudiantes, trabajadores, etc. de la institución. Este dato es igualmente requerido si se opta por solicitar la cotización de cualquiera de las versiones electrónicas. Esta información es importante porque existen algunos editores que además del IP solicitan esta información.

Una vez que se cuenta con esta información, es necesario llenar el **Formato de Requisición** utilizado para la solicitud de proformas.

3.1.3.1 Formato de requisición

El formato de requisición se trabaja en una base de datos creada por el Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos de EBSCO México, diseñada en Access, que interactúa en un ambiente de red, a través de la tecnología ASP (Active Service Page) versión 1.0, disponible sólo para empleados de EBSCO México. Esta interfase permite hacer búsquedas de registros y generar los archivos de requisición que serán utilizados para hacer la solicitud de proformas.

Para ingresar un registro en la base de datos y generar el archivo de requisición, y de esta manera poder solicitar una proforma para un cliente determinado, es necesario seguir los siguientes pasos:



1.- Abrir un navegador y dirigirse al sitio <<http://194.3.61.226/migracion>>

2.- De las opciones presentadas, seleccionar "Cotizaciones". Esta acción traerá como resultado el formato de requisición.

⁸ Este dato es necesario si el cliente solicitó cotización de títulos impresos incluyendo acceso electrónico pagado.

EBSCO CONTROL DE COTIZACIONES

ID cotiza: [] No REQUISICION: [] FECHA: []

STATUS: CUSTOMER [] FB: [] SC: [] REALI COTI: NO [] ORDEN: []

BILL TO: [] SHIP TO: []

CONTACTO: [] TELEFONO: [] FAX: []

E-MAIL: [] ENVIADO: [] ELABORADO: []

FEC RECEP: [] AÑO DE SUBS: [] No TITULOS: [] TIPO DE CUENTA: 100% FIRM []

SERV CHARGE: [] TIPO DE REQUISICION: [] TIPO DE SERVICIO: DIRECT []

PRE PRICE: [] ENVIÓ: GLOBAL [] ACTURA: []

TIPO DE CARGO: [] PAD: YES [] EXEM: YES [] CARGO DTC POR LINEA: YES []

ENVIÓ: [] COPIAS: [] PERIODICIDAD: []

INSTRUCCIONES: []

CCI INST: []

3.-El siguiente paso es llenar cada uno de los campos requeridos, mismos que van a delimitar las condiciones de la cotización.⁹ Cabe destacar que el sistema carga automáticamente el número de requisición, mismo que es consecutivo.

HOSPITAL METROPOLITANO DEPO DE ENFERMERIA MEDICA

CONTACTO: DR. NICOLAS SHERA TELEFONO: 993-2 261520 EXT. 2130 FAX: 993-2 261520

E-MAIL: [] ENVIADO: [] ELABORADO: []

FEC RECEP: [] AÑO DE SUBS: [] No TITULOS: [] TIPO DE CUENTA: 100% FIRM []

SERV CHARGE: [] TIPO DE REQUISICION: [] TIPO DE SERVICIO: DIRECT []

PRE PRICE: [] ENVIÓ: GLOBAL [] ACTURA: []

TIPO DE CARGO: [] PAD: NO [] EXEM: YES [] CARGO DTC POR LINEA: YES []

ENVIÓ: [] COPIAS: [] PERIODICIDAD: []

INSTRUCCIONES: PLEASE QUOTE PRINT + PREZ AND PRINT + PREZ + PAD

CCI INST: YES []

Categoría: [] Hospital []

IP ADDRESS: [] Rango de Descartes: []

Tipo de Usuario: [] No de Usuarios: []

GENERAR REPORTE (Nueva Ventana)

Lista Completa de Cotizaciones

4.-Una vez que se han llenado los campos, se procede a guardar el documento, lo cual se logra seleccionando el tercer icono de izquierda a derecha ubicado en la parte inferior central de la pantalla, identificado por un disquete.

REGISTRO GUARDADO

5.-El sistema desplegará entonces una pantalla con el aviso "REGISTRO GUARDADO", lo cual indica que la información ha sido registrada satisfactoriamente. Inmediatamente después, el sistema nos regresará a la pantalla anterior, desde la cual se debe seleccionar entonces el hipervínculo "GENERAR REPORTE (Nueva Ventana)"

⁹ Los campos están predeterminados y sólo aceptan un cierto número de caracteres. Para mayor información se puede consultar directamente al Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México.

http://194.361.226/mexico/mexico/Calculaciones/Report.asp?IDC=1 Microsoft Internet Explorer

http://194.361.226/mexico/mexico/Calculaciones/Report.asp?IDC=1

Report: 0001/04 **EBSCO México, INC. SA. de CV.**
 Eneceda No. 91 Cal. Hipódromo
 Cj. 06170 Mexico D.F.
 Teléfono (52) (55) 52733132/8218/1585
 Fax (52) (55) 52735550

DATE: 1/02/2004 STATUS: Prospect PR: PROSPECT SC: 0
 QUOTATION FORM: YES ORDER FORM:
 ROUTE TO: Paola Gutiérrez FROM: Lucía Uriarte

BILL TO: HOSPITAL METROPOLITANO DEPTO DE ENFERMERIA MEDICA MARIANA DE JESUS Y NICOLAS ARTETA Y CALISTOQUITO,ECUADOR	SHIP TO: HOSPITAL METROPOLITANO DEPTO DE ENFERMERIA MEDICA MARIANA DE JESUS Y NICOLAS ARTETA Y CALISTOQUITO,ECUADOR
--	--

CONTACT: DR. NICOLAS JARA PHONE: 585-2-261520 EXT. 2120
 FAX: 585-2-261520 E-mail: educacion@metro.med.ec
 NEEDS BY: 1/22/2004 SUBSCRIPTION YEAR: 2004
 TOTAL TITLES: 27 TYPE ACCOUNT: 100% FIRM
 SERVICES CHARGES: HUP YES TYPE OF REQUEST: NEW

6.-De la acción anterior se obtiene el reporte, que para efectos del procedimiento de solicitud de proformas, se traduce en el documento conocido como "requisición"

http://194.361.226/mexico/mexico/Calculaciones/Calculaciones.asp?IDC=1 Microsoft Internet Explorer

Calculaciones/Calculaciones.asp?IDC=1

CONTROL DE COTIZACIONES

REQUISICION: 000108 FECHA: 1/19/2004
 PROSPECT SC: 0 REALIZ COTI: YES ORDEN:
 SHIP TO: HOSPITAL METROPOLITANO
 DEPTO DE ENFERMERIA MEDICA

CONTACTO: DR. NICOLAS JARA TELEFONO: 585-2-261520 EXT. 2120 FAX: 585-2-261520
 E-MAIL: educacion@metro.med.ec ENVIADO: Lucía Uriarte ELABORADO: Paola Gutiérrez

FEC RECEP: 1/22/2004 AÑO DE SERVS: 2004 % TITULOS: 27 TIPO DE CUENTA: 100% FIRM
 SERV CHARGE: ALP YES TIPO DE REQUISICION: NEW TIPO DE SERVICIO: DIRECT
 PRE PRICE: BILL LATER AND STANDING ORDER ENVIÓ: GLOBAL FACTURA:
 TIPO DE CARGO: PAD: NO BKM: YES CARGO INC POR LINEA: YES
 ENVIÓ: PRINT COPIAS: 1 ORIGINAL AND 1 REFERENCE COPY PERIODICIDAD:

INSTRUCCIONES: PLEASE QUOTE PRINT + FREE AND PRINT + FREE + PAID
 CCI INST: YES

7.-Se procede a guardar el registro como archivo en formato HTML. Para ello, es necesario dirigirse a la opción "File" del navegador, que desplegará un menú en donde se encuentra la opción "Save as", misma que debe ser seleccionada.

Save Web Page

REQUISICIONES

CONTROL DE COTIZACIONES

FECHA: 1/19/2004
 ORDEN:
 CONTACTO: DR. NICOLAS JARA TELEFONO: 585-2-261520 EXT. 2120 FAX: 585-2-261520
 E-MAIL: educacion@metro.med.ec ENVIADO: Lucía Uriarte ELABORADO: Paola Gutiérrez

FEC RECEP: 1/22/2004 AÑO DE SERVS: 2004 % TITULOS: 27 TIPO DE CUENTA: 100% FIRM
 SERV CHARGE: ALP YES TIPO DE REQUISICION: NEW TIPO DE SERVICIO: DIRECT
 PRE PRICE: BILL LATER AND STANDING ORDER ENVIÓ: GLOBAL FACTURA:
 TIPO DE CARGO: PAD: NO BKM: YES CARGO INC POR LINEA: YES
 ENVIÓ: PRINT COPIAS: 1 ORIGINAL AND 1 REFERENCE COPY PERIODICIDAD:

INSTRUCCIONES: PLEASE QUOTE PRINT + FREE AND PRINT + FREE + PAID
 CCI INST: YES

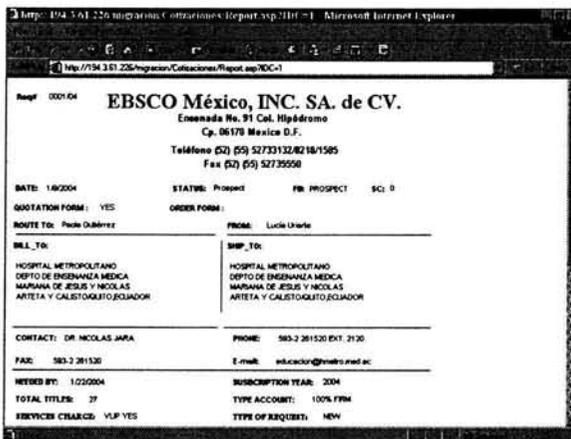
8.-De inmediato aparecerá un recuadro llamado "Save Web Page" dentro del cual se debe determinar la ruta de acceso y recuperación del documento dentro de la computadora¹⁰, así como el nombre del archivo.¹¹

¹⁰ Se recomienda generar una carpeta especial para guardar las requisiciones.

¹¹ El nombre del archivo se conforma por: el número de requisición, la abreviatura del nombre de la institución y el número de cuenta del cliente. La extensión del archivo será HTML por defecto.



9.-Una vez que se ha determinado la ruta de acceso y nombre del archivo, se selecciona el botón “Save”, localizado en la parte inferior derecha del recuadro. Esta acción llamará a otro cuadro de texto que indica el proceso de registro del archivo que al desaparecer indica que fue salvado satisfactoriamente.



El formato que se obtiene como resultado de la transferencia del archivo a HTML es el adjunto.¹²

3.1.3.2 Canalización de la solicitud

Una vez que se ha creado el archivo de requisición, se procede a hacer la solicitud formal de la proforma, misma que debe ser canalizada directamente al Jefe del Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México, en quien recae la responsabilidad de la elaboración de la cotización dentro de un lapso no mayor a 15 días a partir de la fecha de solicitud.

3.1.3.3 Envío del mensaje de solicitud

La forma tradicional del envío de solicitudes de proforma es a través de un correo electrónico dentro del cual se incluyen las especificaciones de la solicitud. EBSCO

¹² Ver Anexo 1 para remitirse al diagrama de flujo del procedimiento de Solicitud y Recepción de Proformas de Suscripciones Impresas.

estableció una intranet de correo electrónico utilizando *Microsoft Outlook*, a través de la cual todos los empleados de EBSCO se encuentran interconectados.

El mensaje de correo electrónico debe ser dirigido al Jefe del Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México, con copiar al siguiente personal :el Gerente General, el Gerente de Ventas, el Ejecutivo Comercial correspondiente de acuerdo con el territorio de ventas, el Asistente de Ventas para fines de seguimiento y registro de cotizaciones y ventas, a la Secretaria para fines de impresión y archivo y al Jefe del Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO Internacional localizado en las oficinas centrales en EE.UU., para que audite la proforma.

La información que debe contener el mensaje es la siguiente:

- Nombre del cliente.
- Número de cuenta del cliente o en su defecto, indicar si es un prospecto.
- Indicar que se está solicitando una proforma.
- Incluir el listado de títulos a cotizar.
- Indicar si hay requerimientos específicos (si es para una licitación; si los títulos dentro de la proforma deben presentar un orden específico, etc.)
- Presentar la firma del Ejecutivo de Servicio al Cliente solicitante.
- Una vez enviado el mensaje, se debe dar seguimiento a 15 días, que es el tiempo estándar para el procesamiento de cotizaciones.¹³



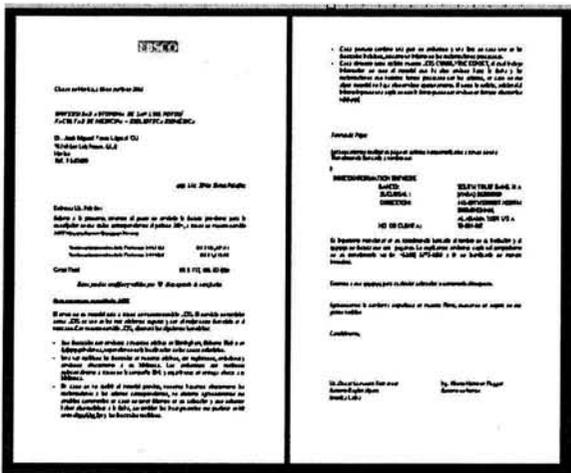
3.1.3.4 Recepción de proformas

Una vez procesada la proforma, el Departamento de Procesamiento de Órdenes procede a remitirla al Ejecutivo de Servicio al Cliente que la haya solicitado.

¹³ Si han transcurrido 15 días después de la fecha de solicitud de la proforma se puede enviar un nuevo correo electrónico de seguimiento dirigido a la persona a la que fue canalizada la solicitud, preguntando el estatus de la cotización.

Cuando el Ejecutivo de Servicio al Cliente tiene la proforma en sus manos, debe:

- Hacer una revisión de la proforma contra el listado de requisición original del cliente para:
 1. Comprobar que efectivamente se cotizaron los títulos solicitados.
 2. Identificar cambios bibliográficos como títulos fusionados, suspendidos, discontinuados, etc. y hacer anotaciones a ese respecto.



Posteriormente, el Ejecutivo procede a remitir la proforma a la Secretaria, quien deberá elaborar el borrador de la carta adjunta de la proforma, para luego entregarla directamente, al Ejecutivo de Servicio al Cliente que la haya solicitado para su revisión y aprobación.

3.1.3.5 Remisión de proformas a clientes

Una vez que se ha hecho la revisión del borrador de la carta el Ejecutivo de Servicio al Cliente debe regresarla a la Secretaria con las correcciones necesarias, si es que aplican, junto con la proforma para que ella elabore la carta definitiva.

Ya que se cuenta con la proforma y la carta original, el Ejecutivo de Servicio al Cliente debe remitirla directamente al cliente y para este efecto existen dos alternativas: 1) enviar la proforma y la carta en formato *PDF* por correo electrónico al cliente; y/o 2) enviar además ambos documentos en original impresos por correo de superficie o algunos de los servicios de mensajería contratados para envíos de documentos. Ambas opciones se detallan a continuación.

3.1.3.5.1 Envío de proformas a clientes por correo electrónico

Esta opción se traduce en el envío de la proforma en formato electrónico al cliente por parte del Ejecutivo de Servicio al Cliente de EBSCO México, que dependiendo del formato de presentación bajo el cual la proforma fue elaborada, se determina si se genera en *PDF* o en documento de *Word*. A ese respecto, la política es que si el formato de presentación es el tradicional, entonces se genera un *PDF*; pero si el formato de presentación de la proforma es el interno, entonces se crea un documento en *Word*.

El mensaje de correo electrónico debe ser dirigido a la persona de contacto del cliente ante EBSCO, adjuntando la Proforma en formato electrónico, así como la carta en *Word* preparada por la Secretaria. Se debe copiar en el mensaje al Gerente General, Gerente de Ventas, Ejecutivo comercial correspondiente de acuerdo con el territorio de ventas, Asistente de Ventas y a la Secretaria para fines de impresión y archivo.

El mensaje de correo electrónico debe incluir una introducción general mediante la cual se informe al cliente que se le está enviando la cotización de los títulos solicitados.

Este tipo de envío de proformas ha sido aceptado cada vez con mayor fuerza en el mercado latinoamericano, sobre todo por los retrasos y riesgos que pueden implicar el envío de documentos originales por correo de superficie, o bien por los diversos servicios de mensajería disponibles.

No obstante, todavía un buen número de instituciones, sobre todo para fines contables internos solicitan el envío de las proformas en original, firmadas y selladas, en formato impreso. Para estos casos, se tiene la segunda alternativa de envío de proformas que se explica en el siguiente apartado.

3.1.3.5.2 Envío de proformas a clientes en original por correo de superficie o servicio de mensajería

El envío de proformas impresas en original a los clientes es responsabilidad directa de la Administración, a través de la Secretaria.

El Ejecutivo de Servicio al Cliente debe hacer la solicitud a la Secretaria, quien de acuerdo a la ubicación geográfica del cliente y urgencia en la entrega de la proforma, determinará el servicio que será contratado para el envío de los documentos.

La carta de la proforma debe ser firmada de manera autógrafa por el Gerente General y El Gerente de Ventas, o bien, en su ausencia, por alguno de los Jefes de Departamento.

Dentro de los 10 días siguientes al envío de la proforma, el Ejecutivo de Servicio deberá ponerse en contacto con su cliente para asegurarse de que ha recibido la proforma sin ningún problema.

3.1.4 Solicitud y elaboración de proformas de bases de datos propietarias de EBSCO

La elaboración de proformas de bases de datos se determina en función de la promoción de estos productos bibliográficos por parte de los vendedores de EBSCO México.

3.1.4.1 Generación de ofertas

La generación de ofertas de bases de datos es responsabilidad directa del Área de Ventas y consiste en determinar las condiciones del servicio y el valor de la oferta.

Una vez que alguno de los Ejecutivos Comerciales de EBSCO México ha logrado que un cliente se interese en la adquisición de alguna de las bases de datos que ofrece EBSCO, procede a elaborar una oferta cuyas condiciones de precio y servicio son flexibles y determinadas en función de diversos factores, cuyos criterios generales se muestran en la siguiente tabla. *(Ver tabla 1)*

Tipo de cliente:	
	Consortio bibliotecario
	Institución Académica
	Dependencia Gubernamental
	Corporación
	Persona Individual
Ubicación geográfica	
	México
	Centroamérica
	Sudamérica
Número de usuarios que tendrían acceso al servicio	
	Usuarios reales
	Usuarios potenciales
Área temática de Interés	
	Ciencias Puras
	Ciencias Sociales
	Artes y Humanidades
	Interés General
Tipo de Base de Datos de interés	
	Referencial
	Texto Completo
	Ambas
Número de Bases de Datos solicitadas en cotización	
	Sólo Una
	Paquete Combinado
Tipo de acceso	
	Autenticación por IP address
	Por Código de Usuario y Palabra Clave
Condiciones de pago solicitadas	
	De contado
	En pagos diferidos

Tabla 1. Criterios generales para la elaboración de ofertas de bases de datos propietarias de EBSCO

Una vez que el vendedor cuenta con esta información procede a elaborar la oferta de bases de datos, que es una carta explicativa de las condiciones del producto o productos y servicios que se ofrecen, término de la suscripción, servicios de valor agregado, etc. además de incluir el valor de la oferta.

3.1.4.2 Solicitud

La provisión de proformas de bases de datos propietarias de EBSCO a los clientes es una actividad que lleva acabo el Área de Ventas de EBSCO México y para ello, puede auxiliarse del Departamento de Servicio al Cliente para que éste elabore la proforma; para ello, es necesario que los vendedores realicen la solicitud al Ejecutivo de Servicio correspondiente. La solicitud debe hacerse por correo electrónico. El mensaje debe incluir la siguiente información:

- Nombre y número de cuenta del cliente
- Dirección de facturación
- Termino de la suscripción
- Bases de datos ofrecidas
- Monto total incluyendo descuento si es que aplica

3.1.4.3 Elaboración

La elaboración de proformas de bases de datos propietarias de EBSCO es responsabilidad del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México, quien una vez que recibe la solicitud del área de Ventas, procede a vaciar la información proporcionada a un formato de proforma interno personalizado de acuerdo con los datos del cliente. Previo a ello es necesario contar con un número de proforma que se obtiene de la siguiente manera:



1.- Abrir un navegador y dirigirse al sitio <<http://194.3.61.226/migracion/>> para ingresar a la base de datos de registro de facturas internas.

2.- De las opciones presentadas, seleccionar "Facturas Internas". Esta acción traerá como resultado el registro general de facturas internas.

ID	ACTIVO	FACTURA	INSTITUCION	FORMA DE ENVIO	FECHA	MONTO	NOTAS
211246	MA	12897	UNIVERSIDA DE LOS ANDES	E-MAIL	1/14/2004	\$ 202.24	Remesa DEBATE FEMINISTA 2004
211247	AH	3364	COLEGIO MEDIOQUISE AC	E-MAIL	1/14/2004	\$ 4681.84	TITULOS SELECCIONADOS DE LA PROFORMA 3425965
211248	PO	0003	Universidad Agraria de la Region	E-MAIL	1/13/2004	\$ 6030	PROFORMA BASE DE DATOS
211245	MM	5461	ITESO	E-MAIL	1/13/2004	\$ 19120	FACTURA 1 DE 2 BASIS DE DATOS SPA
211244	LC	11080	UNIVERSIDAD CATOLICA DE TEMUCO	E-MAIL	1/13/2004	\$ 32500	SE ENVIO A PO
211242	YP	33811	UNIVERSIDAD VERACRUZANA	DHL	1/12/2004	\$ 446.06	FACTURA EN DOLARES, POR LA DIFERENCIA DE PAJO DE SUSCRIPCIONES 2004
211240	MM	PROSPECTO DNBE	UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA	E-MAIL	1/9/2004	\$ 11130	IMP. EXPANDED, FINANCIOS ANDINO, SVIC & BISA, CINCEL 4 USSES, MOTO & MOTOCICLETAS

3.- Para agregar un registro, es necesario seleccionar la hiperliga llamada "agregar un número de factura ", localizada en la parte superior izquierda de la pantalla.

Facturas Internas

EJECUTIVO:
 FB:
 INSTITUCIÓN:
 FORMA DE ENVÍO:
 FECHA:
 MONTO:
 NOTAS:

4.-La pantalla desplegará el formato de registro de facturas internas, que incluye los campos que deberán ser llenados por el Ejecutivo de Servicio al Cliente, para entonces obtener el número de la factura.

Facturas Internas

EJECUTIVO: EGC
 FB: E4200
 INSTITUCIÓN: UNAM
 FORMA DE ENVÍO: E-MAIL
 FECHA: 1/13/2003
 MONTO: 1500
 NOTAS: EJS ENFRANCADO

Dichos campos son: "Ejecutivo", que debe llenar con sus iniciales; "FB" para la cuenta del cliente; "Institución" que se refiere al nombre del cliente; "Forma de Envío" que generalmente es por correo electrónico; "Fecha" para la fecha de la elaboración de la proforma; "Monto" para el valor de la oferta; "Notas" para agregar comentarios u observaciones sobre los productos cotizados.

5.-Se procede a guardar el documento, seleccionando el icono guardar, localizado en la parte inferior izquierda de la pantalla.



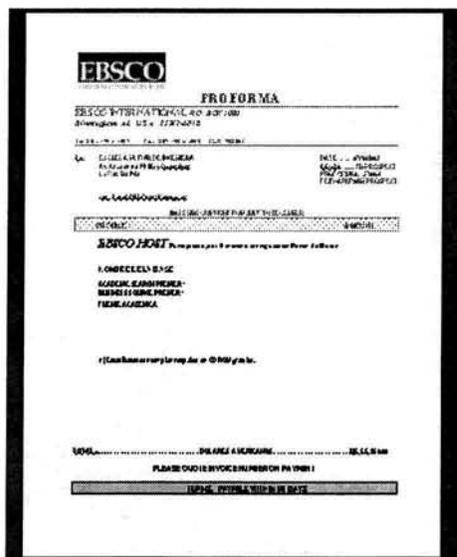
EBSCO Facturas Internas

Página 1 de 195
10 siguientes

NO. FACTURA	CATEGORIA	CODIGO	DESCRIPCION	FECHA EMISION	MONTO	DESCRIPCION
221227	LOC	5304	IRIAM AMERICAN SCHOOL FOUNDATION OF QUADALAJARA	1/19/2004	\$ 1,000	ISS BRANCO
221220	MA	1273	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	1/19/2004	\$ 287.27	TITULOS TOMADOS DE LAS PROFORMAS P-548033, P-548022 Y P-548748
221240	LC		PROYECT ALBERTO HURTADO CEBE	1/19/2004	\$ 130	PROFORMA ANZ
221246	MA	1287	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	1/19/2004	\$ 6000	BASES DE DATOS
221247	AN	5364	COLOMBIO MEDICINESE AC	1/19/2004	\$ 302.24	Revista DEBATE FERIA 2004
221246	PD	0003	Diseminada Argentina de la Ingenieros	1/19/2004	\$ 481.84	TITULOS SELECCIONADOS DE LA PROFORMA 548063
221245	MM	5081	ITESCO	1/19/2004	\$ 6000	PROFORMA BASE DE DATOS
				1/19/2004	\$ 191.20	FACTURA 1 DE 2 BASES DE DATOS IIA

De inmediato aparecerá un cuadro de texto con el aviso "registro guardado", que indica que el registro se ha incorporado a la base de datos de facturas internas satisfactoriamente.

6.-Una vez que se ha guardado la información, se procede a verificar el número de registro asignado por el sistema, lo cual se logra accediendo a la pantalla principal del registro general de facturas internas. El sistema fue diseñado para incorporar el último registro guardado en la primera línea de esta pantalla, lo cual facilita su identificación.



Una vez que el Ejecutivo de Servicio al Cliente cuenta con el número de proforma, las condiciones de la oferta incluyendo las bases de datos y el monto total, procede a elaborar la proforma.

Los aspectos más importantes que el Ejecutivo de Servicio debe considerar al momento de elaborar las proformas de bases de datos de EBSCO son: a) asegurarse de que la proforma va dirigida al cliente correcto; b) que el periodo de

suscripción de la base de datos sea el determinado por el vendedor; c) que las bases de datos sean las solicitadas por el vendedor; d) que el monto de la oferta sea el correcto; d) verificar que la vigencia de los precios se establezca adecuadamente en la proforma.

3.1.4.4 Remisión de proformas a clientes

La remisión de proformas de bases de datos de EBSCO directamente a los clientes es responsabilidad del área de Ventas de EBSCO México, es por ello que una vez que el Ejecutivo de Servicio al Cliente ha generado la proforma, debe remitirla al vendedor que se la haya solicitado.

El vendedor deberá determinar la forma de envío, ya sea por correo electrónico, de forma personal en original o por alguno de los servicios de mensajería contratados para el envío de documentación.

3.1.5 Solicitud y elaboración de proformas de servicios electrónicos especializados producidos por EBSCO

3.1.5.1 Solicitud

La solicitud de las proformas de servicios electrónicos especializados producidos por EBSCO es una actividad que lleva a cabo el Área de Ventas de EBSCO México y la elaboración de las proformas se lleva a cabo por el Departamento de Servicio al Cliente.

Por lo tanto, esta actividad se inicia cuando el Departamento de Servicio al Cliente recibe la solicitud por parte del área de Ventas.

La solicitud debe hacerse por correo electrónico. El mensaje debe incluir la siguiente información:

- Nombre y número de cuenta del cliente
- Dirección de facturación
- Servicio o servicios electrónicos ofrecidos
- Monto total

3.1.5.2 Elaboración

Una vez que el Ejecutivo de Servicio al Cliente recibe la solicitud, procede a vaciar esta información a un formato de proforma interno personalizado de acuerdo con los datos del cliente para lo cual es necesario asignar un número de proforma interna.

El procedimiento para obtener el número de la proforma interna es exactamente el mismo que se utiliza para las bases de datos, con la única diferencia de que en el campo de notas se hacen observaciones y comentarios sobre los servicios electrónicos especializados ofrecidos¹⁴

EBSCO PROFORMA

EBSCO INTERNATIONAL ADVERTISING
200 WASHINGTON ST. NEW YORK, NY 10037

TEL: (212) 512-2000 FAX: (212) 512-2001
TELEFAX: (212) 512-2001
TELEFONO: (212) 512-2001
TELEFAX: (212) 512-2001

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1

SUBTOTAL \$12,766.00

TOTAL AMBOS EN \$12,766.00

PLANEACIÓN Y/O CANCELACIÓN

Una vez que el Ejecutivo de Servicio al Cliente cuenta con el número de proforma, servicio o servicios electrónicos especializados a cotizar y el monto total de la oferta, procede a elaborar la proforma.

3.1.5.3 Remisión de proformas a clientes

La política de remisión de proformas de servicios electrónicos especializados producidos por EBSCO a los clientes es exactamente la misma que se utiliza para el envío de las proformas de suscripciones impresas y/o electrónicas, es decir, que pueden ser enviadas por correo electrónico o en original por correo de superficie o mediante la contratación de alguno de los servicios de mensajería disponibles.¹⁵

¹⁴ Véase punto 3.1.4.3

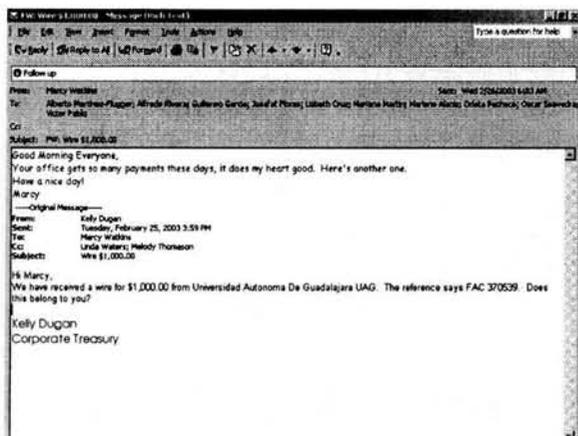
¹⁵ Véase puntos 3.1.3.6, 3.1.3.6.1 y 3.1.3.6.2

3.2 Instrucciones de aplicación de pagos

Las instrucciones de aplicación de pagos es responsabilidad directa del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México y es llevado a cabo por sus Ejecutivos, de acuerdo a la división territorial de clientes que se tiene. Este procedimiento se inicia cuando se recibe notificación de un pago proveniente de alguno se los clientes de EBSCO México y puede presentarse en los siguientes dos casos:



a) Cuando EBSCO México recibe el pago directamente del cliente, ya sea a través de un cheque o transferencia bancaria y lo reenvía a la casa matriz en Birmingham para que desde allí se continúe y termine el procedimiento de establecimiento de órdenes.



b) Cuando la Casa Matriz, a través de su departamento de Contabilidad (Accountant/Receivable) reporta la recepción de un giro o transferencia bancaria a EBSCO México y solicita instrucciones de aplicación de pago.

En cualquiera de los dos casos, es necesario que el Ejecutivo de Servicio al Cliente envíe un mensaje de respuesta incluyendo las instrucciones de pago al departamento de contabilidad de las oficinas centrales de EBSCO en EE.UU., debido a que es desde allá, donde se controlan todas las operaciones monetarias y contables. Previo a ello, es necesario que el Ejecutivo de Servicio al Cliente haya identificado al cliente y producto o servicio que está pagando.

En caso de que por alguna razón el correo electrónico del Ejecutivo de Servicio no esté copiado en el mensaje de notificación, las personas que sí están copiadas deben turnarlo al mismo de inmediato, ya que si el Ejecutivo de Servicio al Cliente no está notificado, no se puede iniciar el proceso.

3.2.1 Identificación del cliente

Bankwire Credit 64,481.75 REF1 : 030623000154 REF2 : 882400347428 SENDER : [REDACTED]
[REDACTED] : 2 NORTE 685 - TALCA, CHILE SENDING BANK : BCO SANTANDER NYC : BANCO DE
SANTANDER SA - NEW YORK, NY BANK TO BANK INFO : /OBJ/CANCELACION SALDO FINAL
50PCT : FACTURA NRO 370615 : /REC/FEDERAL ID 63 0893795 VALUE DATE : 030623 CURRENCY
CODE : USD FED REFERENCE : 00114
PC 112

Regularmente los mensajes de notificación de pagos incluyen información suficiente que permite al Ejecutivo de Servicio al Cliente identificar al cliente que está pagando. No obstante, en ocasiones no incluyen referencia alguna al respecto; en estos casos se puede consultar el control de facturas y cotizaciones (*Factur*) que tiene a su cargo el departamento de Ventas de EBSCO México para obtener este dato.

3.2.2 Identificación del producto o servicio comprado

El siguiente paso es identificar el producto o servicio que el cliente está pagando, que en términos generales puede ser de los siguientes tres tipos:

- Suscripciones impresas y/o electrónicas
- Bases de datos: referenciales, de texto completo o ambas
- Servicios electrónicos especiales: Pay per View; EBSCOhost[®] Electronic Journals Service (EJS); AtoZ[™]; LinkSource[™]; otro.

Una vez que el Ejecutivo de Servicio identifica al cliente que pagó, puede entonces determinar el producto o servicio adquirido.

El siguiente paso es, luego entonces, que el ejecutivo de servicio al cliente prepare un mensaje de respuesta a la notificación del pago incluyendo las instrucciones de aplicación del mismo.

3.2.3 Envío de mensaje del ejecutivo de servicio al cliente al departamento de contabilidad de las oficinas centrales de EBSCO n EE.UU.

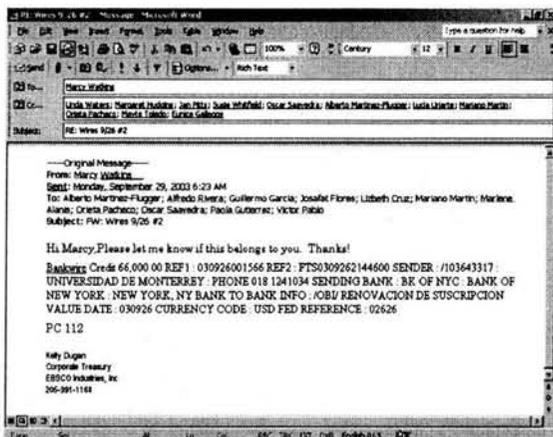
3.2.3.1 Características del mensaje:

- Se realiza generalmente por correo electrónico.
- Se debe elaborar en idioma inglés.
- Se debe enviar como máximo dentro de las 24 horas siguientes a la notificación del pago

3.2.3.2 Personal a quien debe dirigirse el mensaje

La política sobre a quien hay que dirigir este mensaje se basa en los siguientes dos criterios:

1. Si el pago corresponde a *suscripciones de publicaciones periódicas y/o seriadas en formato impreso y/o electrónico*, el mensaje debe ser dirigido al siguiente personal de EBSCO Internacional:



- El (la) ejecutivo(a) del Departamento de Contabilidad de EBSCO Internacional asignado para México. (Marcy Watkins) Con copia al siguiente personal de EBSCO Internacional:
- El (la) supervisor(a) del Departamento de Contabilidad de EBSCO Internacional (Linda Waters)

- El Gerente de operaciones de EBSCO Internacional (Margaret Hudgins)
- El Supervisor del Departamento de Procesamiento de Órdenes (Jan Pitts)
- El Responsable de actualización y control de información sobre cuentas de clientes (Susie Whitfield)

-Con copia al siguiente personal de EBSCO México:

- El Gerente General (Oscar Saavedra)
- El Gerente de Ventas (Alberto Martínez)
- El Supervisor del Departamento Procesamiento de Órdenes (Lucia Uriarte)
- El Ejecutivo Comercial encargado de la región (Andrés Martínez, Mariano Martín, Francisco Garrido o Ricardo González)
- La Asistente Ejecutiva del Gerente (Orieta Pacheco)
- El Asistente de Ventas (Mayté Toledo)
- La Secretaria (Eunice Gallegos)

2. Si el pago corresponde a suscripciones de bases de datos propietarias de EBSCO, el mensaje deberá ser dirigido al mismo personal arriba mencionada, pero adicionalmente deberá incluirse copia al siguiente personal de EBSCO Publishing:

- El Gerente de Ventas para América Latina de EBSCO Publishing: (Alison Kiely; Lidiette Quesada)
- El encargado del control de facturas de bases de datos del departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO Internacional (April Patterson).

3.2.3.3 Asunto del mensaje. (*Subject*)



En el campo para el asunto del mensaje se debe conservar el mismo del mensaje anterior dentro del cual se recibió la notificación del pago; agregando además el nombre y número de cuenta del cliente

3.2.3.4 Información que deben contener las instrucciones de aplicación de pagos

3.2.3.4.1 Información básica:

La información básica de la cual no se puede prescindir en los mensajes de envíos de instrucciones de pagos es:

1. **Cantidad en dólares del pago correspondiente** ("Payment on the amount of")
2. **Nombre y cuenta del cliente que está pagando** ("Customer name and FB account")
3. **Concepto del pago:** el concepto del pago siempre refiere una proforma, misma que puede ser de los siguientes 5 tipos principales:

The image shows a USCA invoice with a table containing the following columns: ITEM, DESCRIPTION, QUANTITY, UNIT PRICE, and TOTAL. The table lists various subscription items with their respective quantities and prices.

1.-**Total de suscripciones impresas y/o electrónicas de una proforma:** Número de Proforma que coincide exactamente con la cantidad depositada. ("Pro-forma P-XXXXXXX on the same amount")

The image shows a USCA invoice with a table containing the following columns: ITEM, DESCRIPTION, QUANTITY, UNIT PRICE, and TOTAL. The table lists various subscription items, with some rows highlighted in black, indicating selected titles.

2.- **Suscripciones impresas y/o electrónicas seleccionadas de una proforma:** Títulos seleccionados de una Proforma específica, mostrando la cantidad total pagada y los títulos correspondientes, y/o en su caso, incluyendo los títulos que se están cancelando ("Selected titles from proforma XXXXXXX")

EBSCO
INTERNATIONAL, INC.
300 NORTH ZEEB ROAD
SPRINGFIELD, MA 01104
TEL: 413/572-3200 FAX: 413/572-3201

INVOICE

TO: UNIVERSITY OF CALIFORNIA
100 UNIVERSITY AVENUE
LOS ANGELES, CA 90095-1606
TEL: 213/875-8000 FAX: 213/875-8001

FROM: EBSCO INFORMATION SERVICES
300 NORTH ZEEB ROAD
SPRINGFIELD, MA 01104
TEL: 413/572-3200 FAX: 413/572-3201

DATE: 01/15/98

INVOICE NO: 123456789

ISSUE DATE: 01/15/98

ISSUE NO	ISSUE DATE	TITLE	AUTHOR	ISSUE PRICE	ISSUE TYPE
1	01/15/98
2	01/15/98
3	01/15/98
4	01/15/98
5	01/15/98
6	01/15/98
7	01/15/98
8	01/15/98
9	01/15/98
10	01/15/98

TOTAL DUES \$12,345.67

PLEASE CONTACT EBSCO CUSTOMER SERVICE

3.-Proforma interna de suscripciones impresas y/o electrónicas: Elaborada por la oficina de México tomando como base una o varias proformas de suscripciones impresas y/o electrónicas para fines de presentación especial de ofertas. ("Internal Pro-forma XXXXXXXX, (ATTACHED) which includes titles from proformas XXXXXXXX")

EBSCO
INTERNATIONAL, INC.
300 NORTH ZEEB ROAD
SPRINGFIELD, MA 01104
TEL: 413/572-3200 FAX: 413/572-3201

PROFORMA

TO: UNIVERSITY OF CALIFORNIA
100 UNIVERSITY AVENUE
LOS ANGELES, CA 90095-1606
TEL: 213/875-8000 FAX: 213/875-8001

FROM: EBSCO INFORMATION SERVICES
300 NORTH ZEEB ROAD
SPRINGFIELD, MA 01104
TEL: 413/572-3200 FAX: 413/572-3201

DATE: 01/15/98

PROFORMA NO: 123456789

ISSUE DATE: 01/15/98

ISSUE PRICE: \$12,345.67

ISSUE TYPE: ...

TOTAL DUES \$12,345.67

PLEASE CONTACT EBSCO CUSTOMER SERVICE

4.- Proforma de bases de datos propietarias de EBSCO: Bases de datos de texto completo o referenciales individuales o en paquete. (EBSCOhost® Research Databases)

EBSCO
INTERNATIONAL, INC.
300 NORTH ZEEB ROAD
SPRINGFIELD, MA 01104
TEL: 413/572-3200 FAX: 413/572-3201

PROFORMA

TO: UNIVERSITY OF CALIFORNIA
100 UNIVERSITY AVENUE
LOS ANGELES, CA 90095-1606
TEL: 213/875-8000 FAX: 213/875-8001

FROM: EBSCO INFORMATION SERVICES
300 NORTH ZEEB ROAD
SPRINGFIELD, MA 01104
TEL: 413/572-3200 FAX: 413/572-3201

DATE: 01/15/98

PROFORMA NO: 123456789

ISSUE DATE: 01/15/98

ISSUE PRICE: \$12,345.67

ISSUE TYPE: ...

TOTAL DUES \$12,345.67

PLEASE CONTACT EBSCO CUSTOMER SERVICE

5.-Proforma de servicios electrónicos especializados producidos por EBSCO. Entre los cuales destacan: Compra de artículos electrónicos (Pay per View), Servicio ampliado a publicaciones electrónicas (EBSCOhost® Electronic Journals Service (EJS)), Interfase para vincular recursos electrónicos (AtoZ™) (LinkSource™), etc.

4. Tipo de cuenta: Tipo de cuenta contable solicitada por el cliente, que puede ser de dos tipos:

a) **100% Firme.** Los precios ofrecidos son firmes e invariables

b) **Reconciliación.** Los precios ofrecidos son variables y se ajustan de acuerdo a los incrementos o reducción en precios por parte de los editores.

5. Tipo de envío: Se refiere al servicio de entrega establecido para el cliente, que puede ser dos tipos:

a) Correo de Superficie (Directa)

b) Servicio de Envío Consolidado (JETS)

Para el caso de instrucciones de pagos de bases de datos y servicios electrónicos especializados se establece como tipo de envío el directo, ya que el servicio se brinda en línea.

6. Centro de negocios: (*"PC" profit center*) Se refiere a la clave asignada a la Oficina Regional a través de la cual se lleva un control de las ventas generadas y pagos recibidos pertenecientes a la misma. EBSCO México tiene como PC el número 190

7. Número de suscripciones adquiridas. (*"Number of lines"*)

8. Dirección de facturación (*"Bill to"*)

9. Dirección de entrega de fascículos (*"Ship to"* si el tipo de envío es directo o *"Ultimate Ship to"* si el tipo de envío es JETS)

10. Nombre de la persona de contacto (*"Contact name"*)

11. Teléfono de persona de contacto (*"Phone"*)

12. Facsímile (*"Fax"*)

13. Correo Electrónico (*"E-mail"*)

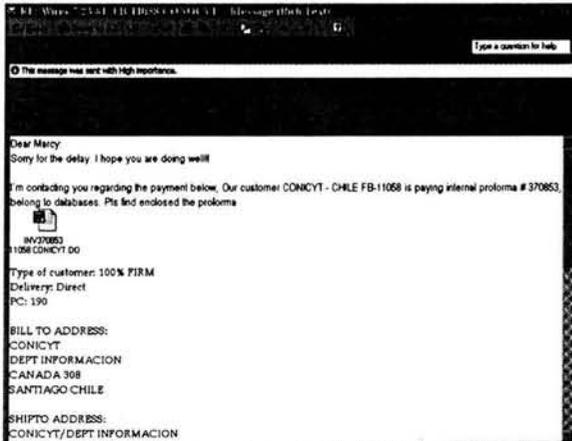
14. Forma de autenticación de acceso electrónico, requerido si se opta por establecer suscripciones que incluyan la versión electrónica además de la impresa. Sus principales opciones son:

- **Por I.P. address.** Que es la opción por definición
- **Por identificación de usuario y palabra clave.** (*"User id & Password"*) Que es la opción tomada para clientes que no desean proporcionar su IP Address o que su conexión a Internet es dinámica. Si se toma esta última opción, será necesario informar al cliente que sólo tendrá acceso electrónico a las revistas cuyos editores permitan acceder de esta forma.

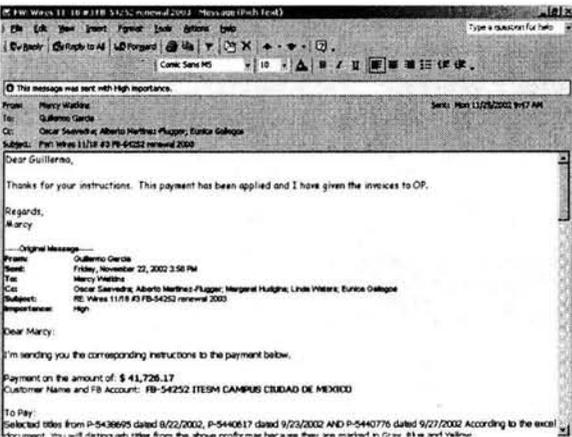
3.2.3.4.2 Información opcional:

La información opcional se refiere a instrucciones específicas que deberán aplicarse para la elaboración de la proforma, o para delimitar el tipo de servicio o servicios especiales que deberán brindarse al cliente. Las opciones son:

- 1. Instrucciones específicas para la entrega de materiales.** (*"Special delivery instructions"*) Rubro opcional utilizado si se desea que la forma de envío de materiales se realice de una forma determinada, por ejemplo: que los embarques y listados de revistas sean divididos por facultad, pero entregados a una misma dirección, o bien a cada una de las facultades.
- 2. Instrucciones especiales para la orden.** (*"Special order instructions"*) Esta característica se utiliza para diversos fines, que serán determinados por las necesidades de facturación, suscripción o requerimientos especiales de cada cliente. Por ejemplo, que a petición del cliente se envíe un reporte de entregas mensual, dividido por facultad dentro de cada embarque, pero también uno general que deberá ser enviado al departamento central de suscripciones, o que en algún espacio de la factura definitiva se mencione el R.F.C. del cliente.



Una vez que se ha realizado el mensaje con las características e información necesarias, se procede a enviarlo.



El siguiente y último paso de este procedimiento es dar seguimiento al acuse de recibo del mensaje con las instrucciones de aplicación del pago por parte del el (la) ejecutivo(a) del Departamento de Contabilidad de EBSCO Internacional asignado para México. (Marcy Watkins)¹

¹ Ver Anexo 2 para remitirse al diagrama de flujo del procedimiento de Instrucciones de Aplicación de Pagos.

3.3 Recepción y remisión de facturas definitivas

La generación de facturas definitivas por parte de EBSCO es un proceso que se encuentra vinculado invariablemente al envío de instrucciones de pago.

Se traduce en la creación de una factura definitiva al cliente, que ampara la compra-venta de publicaciones o productos contratados en suscripción para un periodo determinado.

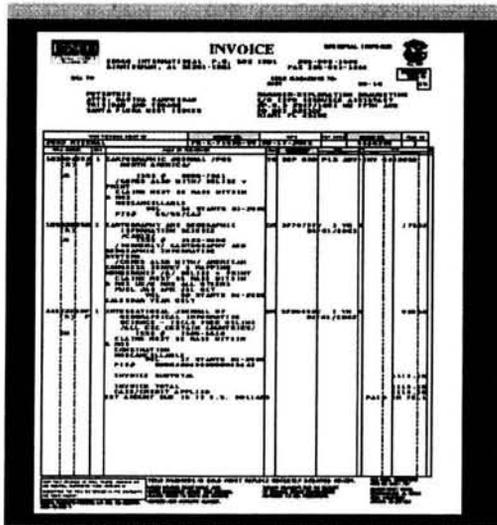
Antes de profundizar en los procedimientos que conlleva esta actividad, es importante resaltar aspectos fundamentales de las facturas definitivas como sus características, formatos y su tipología.

3.3.1 Características de las facturas definitivas de EBSCO México

- **Características generales:**

- Amparan la suscripción de una publicación o publicaciones generalmente por el término de un año, o en periodos determinados de acuerdo con el producto o servicio contratado.
- Incluyen el número de factura, y dependiendo del formato puede presentar de 4 a 7 dígitos y ser numérico o alfanumérico. Ejemplos: **5448152; O-4563; S-6758; 374657**
- Cada suscripción muestra un *número de orden*, que representa el número de identificación de la suscripción tanto para EBSCO, como para la casa editorial. El número de orden es alfanumérico y se conforma por una consonante y siete dígitos. Ejemplo: **V4567899**

- **Formatos:** Las facturas definitivas de EBSCO México al igual que las proformas pueden presentarse en tres formatos, todos ellos válidos para fines contables y de facturación para los clientes, ellos son: a) el formato tradicional en inglés; b) el formato tradicional en español y c) el formato de factura interna.



• **Formato tradicional de facturas definitivas en inglés:** el formato tradicional de facturas definitivas en inglés tiene exactamente las mismas características del *formato tradicional de proformas en inglés*¹, con la siguientes diferencias:

- La presentación de números de orden. Que pueden ser verificados en el sistema de registro de suscripciones.

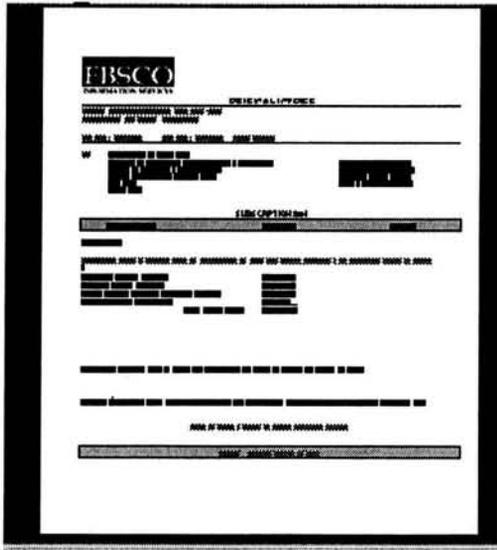
- La leyenda de los montos totales, que en las proformas dice “*Net Amount due*” (cantidad a pagar) y en las facturas dice “*Paid in Full*” (pagada en su totalidad), aunque cabe destacar que puede darse el caso de que una factura definitiva no haya sido pagada en su totalidad o bien, haya sido ordenada, previo acuerdo y bajo solicitud de crédito por parte del cliente. En estos casos, el identificador será la aparición de los números de orden.



• **Formato tradicional de facturas definitivas en español:** el formato tradicional de facturas definitivas en español tiene idénticas características a las del *formato tradicional de proformas en español*², a excepción de los dos puntos señalados en el formato tradicional de facturas en inglés, con la única diferencia de que las leyendas sobre los montos vienen totalmente en español. De hecho la diferencia fundamental reside en la inclusión de números de orden.

¹ Vease punto 3.1.2.1 del capítulo 2

² Vease punto 3.1.2.2 del capítulo 2



• **Formato interno:** Este formato es el mismo que se utiliza para la elaboración de *proformas internas*³, pero con las siguientes diferencias:

- La leyenda principal del encabezado cambia de "Proforma" a "Factura Definitiva" o de "Proforma" a "Invoice" según como haya sido elaborada, es decir, en inglés o español.

- La leyenda de los montos cambia de "Total amount due is" a "Paid in Full" o de "Cantidad Total a Pagar" a "Total Pagado".

3.3.2 Tipos de facturas definitivas

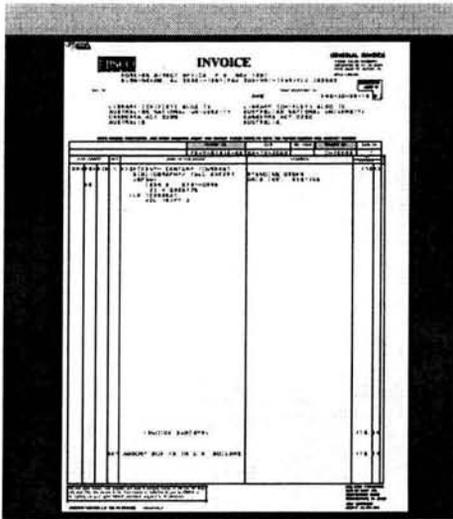
La tipología de facturas definitivas por su naturaleza es la siguiente:

- **Facturas definitivas de suscripciones impresas y/o electrónicas.** Derivadas de proformas pagadas de títulos impresos y/o electrónicos seleccionados o totales. Este tipo de facturas son las más frecuentes; son generadas por el Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO Internacional y pueden presentarse en el formato tradicional en inglés o en español. Si por solicitud directa del cliente se debe presentar un formato especial para fines internos de facturación, entonces se toma como base el formato interno y se elabora la factura definitiva de acuerdo con las necesidades del cliente. Cabe destacar que este tipo de facturas definitivas realizadas en formato interno, son tan válidas como las presentadas en cualquiera de los formatos tradicionales.
- **Facturas definitivas de bases de datos propietarias de EBSCO.** Provenientes de proformas de bases de datos de EBSCO Publishing pagadas, que una vez

³ Vease punto 3.1.2.3 del capítulo 2

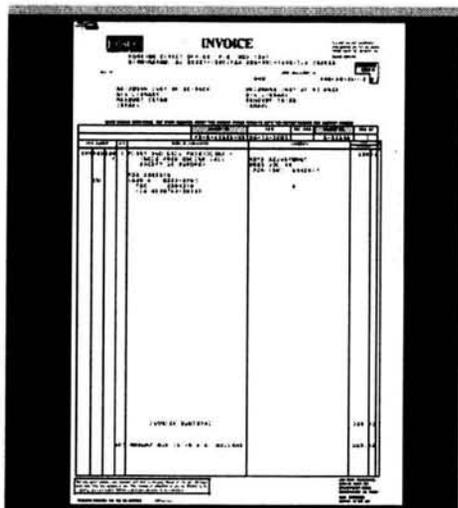
establecidas en suscripción se cargan al sistema de registro mediante la asignación de un número de orden que representa el identificador principal de la suscripción ante EBSCO. En este caso, como se trata de bases de datos propietarias, EBSCO es el editor y proveedor, razón por la cual la contratación de estos productos se traduce en servicios más expeditos. Una de las características de este tipo de facturas es que son generadas en una sub-cuenta derivada de la cuenta principal del cliente, que se establece para diferenciar la contratación de un servicio con otro. (suscripciones impresas y bases de datos, por ejemplo)

- **Facturas definitivas de servicios electrónicos especiales producidos por EBSCO.** Se trata de las facturas provenientes de proformas de servicios electrónicos producidos por EBSCO que han sido contratados. Estas facturas se generan en cualquiera de los formatos tradicionales y se caracterizan por estar realizadas en sub-cuentas derivadas de la cuenta principal del cliente,⁴ cuyo objeto es, al igual que las bases de datos, discernir entre la contratación de diversos productos o servicios contratados.



- **Facturas originales de publicaciones seriadas o post-facturadas (OI's).** Las facturas originales (OI's) son producidas de acuerdo a la edición de publicaciones seriadas (*Standing Orders*) y títulos "por facturarse" (*Bill Later's*), cuya característica principal que las hace diferentes del resto de las publicaciones regulares que son prepagadas, radica en que son irregulares y no tienen fecha estimada de publicación, y que por esa razón las casas editoriales han establecido políticas especiales de venta y facturación para este tipo de materiales, que se realiza conforme se van publicando los fascículos.

⁴ Sufijo "65" para EJS, Subcódigo "/" para Pay Per View, etc.



▪ **Facturas suplementarias.** Se trata de facturas definitivas derivadas de ajustes en los precios ofrecidos a los clientes, que se generan por incrementos en los precios de los títulos contratados en suscripción. La decisión sobre el envío de este tipo de facturas a los clientes dependerá de las condiciones de precios ofrecidas en la cotización que para tal efecto son de dos tipos: a) *Precios 100% Firmes*, en cuyo caso la Empresa ya estableció un monto

en firme que el cliente ya pagó, y por lo tanto debe asumir el ajuste derivado; o b) *Precios de Reconciliación*, en cuyo caso se debe enviar la factura definitiva al cliente quien debe asumir el costo, puesto que desde las condiciones de la oferta sabía que podían presentarse este tipo de ajustes en los precios.

3.3.3 Generación de facturas definitivas

- **Responsabilidad:** Es responsabilidad directa del Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO Internacional de las oficinas centrales de EBSCO en Birmingham, Alabama, procesar las facturas definitivas tras haber recibido la orden de facturación por parte del Departamento de Contabilidad.
- **Procedimiento:** La generación de facturas se basa en el registro de órdenes de cada una de las suscripciones contratadas por un cliente dentro del sistema general de administración de suscripciones de EBSCO.
- **Tiempo:** la generación de la factura definitiva conlleva un periodo de dos a cuatro semanas después de la fecha de recepción del pago del cliente.

3.3.4 Impresión de facturas definitivas

- **Responsabilidad:** La impresión de facturas definitivas es responsabilidad directa del Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México.



• **Procedimiento:** El Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO Internacional de las oficinas centrales de EBSCO en Birmingham, Alabama envía orden de impresión al Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México. Las órdenes de impresión de facturas definitivas se reciben periódicamente de acuerdo con la afluencia de la venta de proformas.

El Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México envía solicitud de impresión de Facturas al Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos, quien procede entonces a imprimir las facturas definitivas.

- **Tiempo:** El Departamento de Sistemas y Servicios Electrónicos deberá entregar las facturas solicitadas para impresión el mismo día de la solicitud de impresión, y deberá remitirlas al Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México.

3.3.5 Canalización y recepción de facturas definitivas

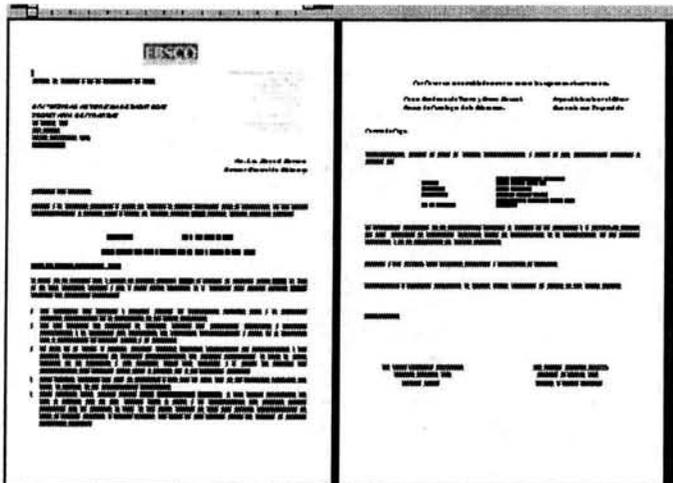
- **Responsabilidad:** Una vez que el Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México recibe la factura definitiva, debe canalizarla al ejecutivo de servicio al cliente correspondiente de acuerdo con la división territorial que se tiene, el cual deberá recibir las facturas y acusar recibo de las mismas.
- **Tiempo:** La canalización y recepción de facturas definitivas debe realizarse el mismo día en que fueron impresas.

3.3.6 Revisión de facturas definitivas

Esta actividad recae en el Departamento de Servicio al Cliente y se traduce en las siguientes tareas:

- Confrontación de la factura definitiva contra la proforma pagada para asegurar que las condiciones de precios y los títulos seleccionados se hayan facturado satisfactoriamente. En caso de encontrar algún error, el Ejecutivo de Cuenta de Servicio al Cliente debe solicitar la corrección correspondiente al Departamento de Procesamiento de Órdenes de EBSCO México.
- Análisis de la factura definitiva y revisión título por título para identificar cambios bibliográficos en las publicaciones y en su caso, informar al cliente al respecto a través de la carta de factura definitiva.
- Solicitar a la Secretaria la elaboración de la carta adjunta de la factura, indicando las características que deberá llevar e informarle la forma de envío, de acuerdo con la solicitud del cliente.

3.3.7 Elaboración de cartas de facturas definitivas



El área administrativa, a través de la Secretaria es la encargada de la elaboración de la carta descriptiva de la factura definitiva, misma que incluye monto, número de factura, tipo de servicio de entrega y en su caso, observaciones sobre publicaciones con cambios bibliográficos relevantes, por ejemplo : títulos discontinuados ,

suspendidos, etc., que puede incluir además las especificaciones proporcionadas por el Ejecutivo de Servicio al Cliente, quien deberá auditar la carta una vez terminada. En caso de haber alguna corrección deberá regresarla a la Secretaria para que la corrija y pase a firma con el Gerente General y el Gerente de Ventas.

3.3.8 Envío de facturas definitivas a clientes

La responsabilidad de asegurar el envío de las facturas definitivas con su carta adjunta recae en el Departamento de Servicio al Cliente, a través de sus Ejecutivos, los cuales deberán determinar la forma de envío de la factura, que puede ser en original firmada y sellada a los clientes por alguno de los servicios de mensajería o bien, en formato electrónico a través de un archivo PDF por correo electrónico, que deberá ser enviado por el Ejecutivo de Servicio correspondiente. Cada vez es más frecuente la aceptación de las facturas definitivas a través del correo electrónico, razón por la cual representa el principal tipo de envío actualmente en la empresa.

Con este procedimiento se cierra el ciclo que involucra el establecimiento de suscripciones a través de EBSCO México, que como ya se ha dicho anteriormente, es una actividad que requiere de la participación de diversos integrantes de la empresa, pero que es responsabilidad del Departamento de Servicio al Cliente asegurar que se lleve a cabo de manera óptima. Los tres procedimientos son básicos e imprescindibles para lograr que las órdenes sean procesadas; ninguno de ellos puede ser omitido o pasado por alto, ya que de lo contrario esto provocaría una serie de problemas tanto para la firma como para el cliente.⁵

⁵ Ver Anexo 2 para remitirse al diagrama de flujo del procedimiento de Recepción y Remisión de Facturas

CONCLUSIONES

Las agencias de suscripciones han desempeñado un papel muy importante en materia de administración de las publicaciones periódicas y seriadas tanto impresas como electrónicas -que hoy en día son también conocidas como recursos continuos- que adquieren las bibliotecas de instituciones académicas y de otros sectores cuyas necesidades de información hacen necesaria la contratación de los servicios que brindan estos intermediarios.

EBSCO proporciona servicios integrales de administración de información a través de sus servicios tradicionales tanto para suscripciones impresas como electrónicas, así como sus servicios adicionales que van desde la producción y desarrollo de bases de datos referenciales y de texto completo, hasta el acceso a la compra electrónica de materiales monográficos.

EBSCO México es la oficina regional para América Latina, y tiene como encomienda ofrecer sus servicios y auxiliar a la comunidad bibliotecaria de esta región en materia de información documental bibliohemerográfica.

La comunidad bibliotecaria latina presenta necesidades de información muy particulares que la distinguen del resto del mundo, y una de sus características principales es la demanda de un servicio eficiente y de calidad, el cual proporcionado oportunamente les permita satisfacer las necesidades de información de sus usuarios reales y potenciales.

EBSCO México, a través de su Departamento de Servicio al Cliente ofrece una atención personalizada para cada uno de sus clientes, quienes cuentan con un Ejecutivo siempre dispuesto a esclarecer sus dudas y a dar cumplimiento a sus demandas y necesidades de información derivadas de los productos y servicios que ofrece la firma.

Las actividades que conlleva la administración de suscripciones son diversas y complejas, y es quizás al Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México al que se le han delegado las responsabilidades más importantes dentro de la empresa, ya que todas ellas se encuentran encaminadas a las comunicaciones directas con los clientes, quienes en su gran mayoría han optado por continuar contratando a la firma en

virtud del servicio recibido. Es por esta misma razón que la preparación, conocimiento y dominio de cada uno de los procedimientos por parte de los Ejecutivos de Servicio es fundamental, sobre todo porque nunca antes como hasta ahora el capital humano de una empresa había adquirido tanto protagonismo como fuente de diferenciación de una organización frente a otra.

La guía fue diseñada para servir a varios propósitos, pero el más importante es el de proveer a los Ejecutivos del Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México con una herramienta de consulta que les permita asegurar que las actividades realizadas para el establecimiento de suscripciones de recursos continuos sean llevadas a cabo de manera óptima y de esta forma lograr la satisfacción de los clientes latinoamericanos.

Dentro de los procedimientos que se llevan a cabo en el Departamento de Servicio al Cliente de EBSCO México el establecimiento de suscripciones, es quizás el que adquiere mayor importancia, en virtud de que marca el inicio de los servicios de suscripciones, es decir, si no hay ordenes establecidas ante los editores no puede proporcionarse servicio alguno. Igualmente, si desde el principio se establecen las suscripciones de manera óptima, esto presupone un buen manejo y desarrollo de la colección. Fue esta la razón principal por la que la guía está enfocada a este rubro en específico

Como pudo observarse en la guía, el establecimiento de suscripciones a través de EBSCO conlleva tres procesos que son: la solicitud de proformas, el envío de instrucciones de pagos y la remisión de facturas definitivas a clientes. Juntos, estos procedimientos conforman una cadena dentro de la cual cada uno de los eslabones es fundamental e imprescindible: el cliente solicita una proforma para conocer la oferta de precios así como las condiciones del servicio, una vez que ha decidido adquirir sus suscripciones a través de EBSCO procede a realizar el pago y como consecuencia deberá recibir una factura definitiva para garantizar su compra. A partir de este punto inicia el servicio, y si desde el inicio el trabajo operativo es llevado a cabo apropiadamente, el resultado será suscripciones estables con lo que se aseguran colecciones hemerográficas completas y por ende la satisfacción total del cliente.

La guía fue pensada además para servir de manera directa a la comunidad bibliotecaria, sobre todo para los profesionales que tienen a su cargo el control de colecciones hemerográficas, en el sentido de dar a conocer de manera general cómo se manejan y controlan las suscripciones a recursos continuos a través de la agencia de suscripciones EBSCO.

Asimismo, la guía es una puerta a EBSCO para cualquier bibliotecario interesado en incorporarse a la empresa. La contratación de nuevo personal es un rubro que siempre permanece abierto en EBSCO México. La firma siempre ha pugnado por integrar bibliotecarios profesionales a su plantilla laboral, es por ello que la guía también servirá para fines de capacitación del personal nuevo que en un futuro se incorpore a esta empresa.

ANEXO 1. Diagrama de Flujo de Solicitud y Recepción de Proformas de Suscripciones Impresas

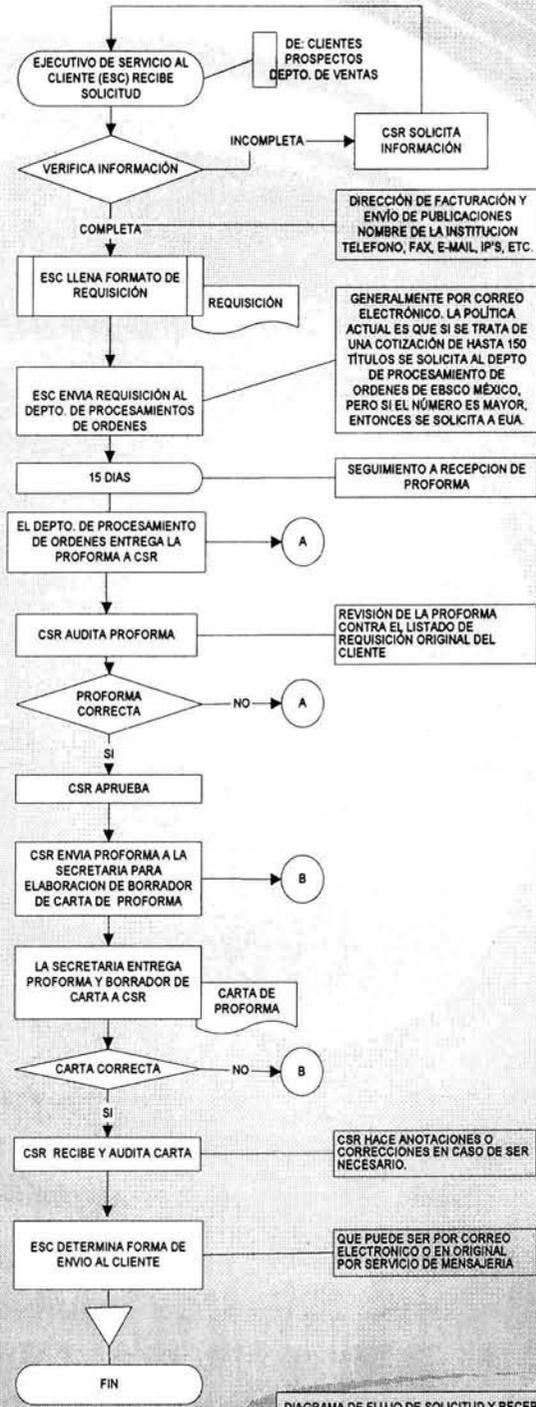
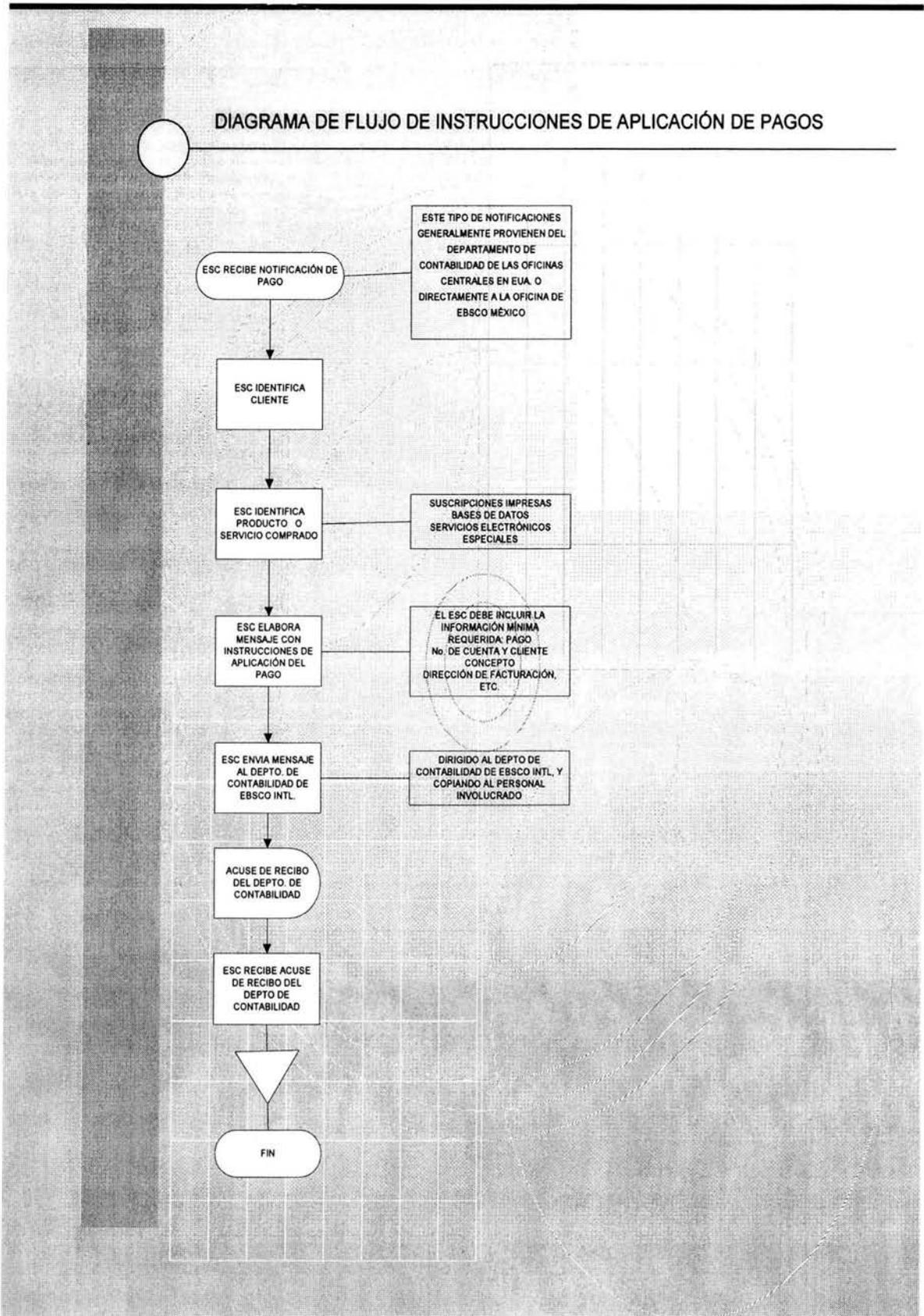


DIAGRAMA DE FLUJO DE SOLICITUD Y RECEPCIÓN DE PROFORMAS DE SUSCRIPCIONES IMPRESAS

ANEXO 2. Diagrama de Flujo de Instrucciones de Aplicación de Pagos



ANEXO 3. Diagrama de Flujo de Recepción y Remisión de Facturas

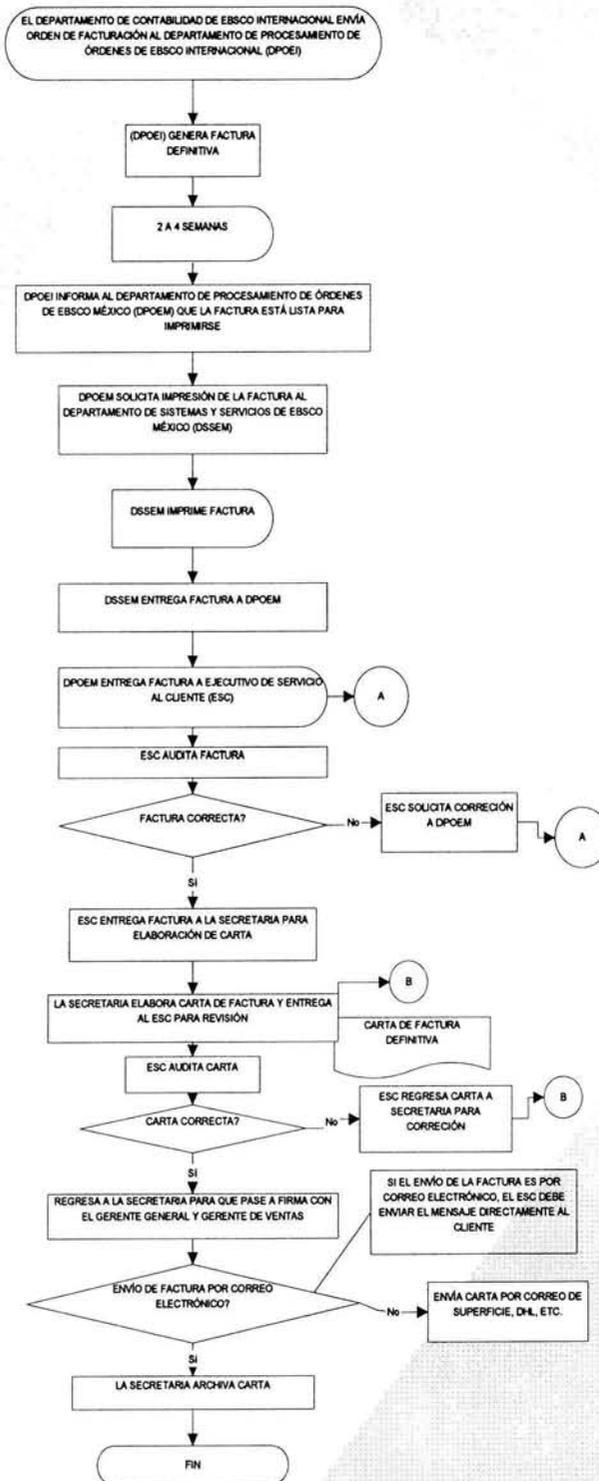


DIAGRAMA DE FLUJO DE RECEPCIÓN Y REMISIÓN DE FACTURAS

OBRAS CONSULTADAS

- 29 Reunión del Panel Asesor de la Agencia ISBN Internacional (AI) Berlin, Biblioteca Estatal- 14-15 Octubre 2002 [en línea]. <<http://www.isbn-international.org/publicaciones/boletin17.pdf>> [Consulta: 10 de enero de 2004]
- Albanese, A., Oder, N. y Rogers, M. Blackwell & Swets merge operations. *Library Journal*, Agosto 1 de 1999, Vol. 124, no. 13, p16-17.
- ASA: Association of Subscription Agents and Intermediaries [en línea]. Londres: Jackson & Bond Ltd., 1999 <<http://www.subscription-agents.org/main.html>>[Consulta: 18 de octubre de 2003]
- Association of Subscription Agents and Intermediaries. The work of subscription agents: the advantages of using an agent. En *ASA documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa06.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]
- _____. The work of subscription agents: the service for publishers. En *ASA documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa08.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]
- _____. The work of subscription agents: the service for librarians. En *ASA Documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa07.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]
- _____. The work of subscription agents: a critical look at publishers, agents and libraries. En *ASA Documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 1999 <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa11.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]

- Atencionalcliente.ws. *Qué es el servicio al cliente? [en línea]*. Buenos Aires, Argentina: Atencionalcliente.ws, c2001 <<http://www.atencionalcliente.ws/nota2.htm>> [Consulta: 4 de noviembre de 2003]
- Basch, N. Bernard y Sizer Warner, Alice. Subscription agencies: a new look at an old service. *Library Journal*, Abril de 1988, vol. 113, no. 6, ISSN: 0363-0277, p. 57,3p.
- Born, Kathleen. Using your serials vendor in the collection assessment and evaluation process. *Serials Collection Development*. Vantage point. Alabama, USA: EBSCO Subscription Services, p.3-6
- _____ y Orsdel, Lee Van. Searching for serials utopia. *Library Journal*, Abril 15 de 2001, Vol. 126, no, 7, ISSN 0363-0277, p53-58.
- Clack, Mary Elizabeth y Riddick, John F. When the boss is away. *Serials Review*, Verano de 1991, Vol. 17, no.1, p69-74.
- Cox, John. Pricing Electronic Information: a snapshot of new serials pricing model. *Serials Review*, 2002, vol. 28, no. 3, p. 171-175.
- Davis, Susan y Beach, Regina. Serials spoken here: reports on conferences, institutes and seminars. *Serials Review*, Verano de 1996, Vol. 22, no.1, ISSN 0098-7913, p101-106.
- Dorman, David. Technically speaking. *American Libraries*, Octubre 1999, Vol. 30, no. 9, ISSN 0002-9769, p74.
- Drury, F. K. W. *Order work for libraries*, ALA, 1930, p. 21-22
- EBSCO Industries. *EBSCO Information Services: about EBSCO* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries

- <<http://www.ebscoind.com/home/about/default.asp>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]
- _____. *Information Services* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries <<http://www.ebscoind.com/industries/eis.stm>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]
 - _____. *The EBSCO story* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries, 2003 <<http://www.ebscoind.com/industries/time1.stm>> [Consulta: 25 de octubre de 2003]
 - EBSCO Information Services. EBSCO Publishing. En *Bibliographic and full text databases* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Publishing <<http://www.epnet.com/>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]
 - _____. *EBSCO Information Services: contact us* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries <<http://www.ebsco.com/home/contact/latinam.asp>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]
 - _____. *EBSCO online: important definitions*. Alabama, USA: EBSCO Industries, 2p.
 - _____. *EBSCOhost: electronic journal service*. Alabama, USA: EBSCO Industries, 5p.
 - _____. *EBSCONET: web based subscription management*. Alabama, USA: EBSCO Industries, 9p.
 - _____. *Order online with EBSCO book services*. Alabama, USA: EBSCO Industries, [4p.]
 - _____. *Print subscriptions* [en línea]. Alabama, USA: EBSCO Industries <<http://www.ebsco.com/home/printsubs/default.asp>> [Consulta: 20 de octubre de 2003]

- _____. *Services for information management*. Alabama, USA: EBSCO Industries, 2001, 11p.
- EBSCO México. *Currículum vitae*, EBSCO México. Octubre de 2003, 28p.
- _____. *EBSCO Mexico job responsibilities for a customer service representative*. Mexico: EBSCO México. Agosto de 2003, 5p.
- EBSCO Subscription Services. *Focus on serials*. Alabama, USA: EBSCO Subscription Services. 2002, 1h.
- _____. *JETS: administración de suscripciones para un mundo cambiante*. Alabama, USA: EBSCO Industries, [4h.]
- _____. *The only constant is change: EBSCO bulletin of serial changes*. Alabama, USA: EBSCO Industries, [1h.]
- _____. *Periodicals for the health sciences 2002-2003*. Alabama, USA: EBSCO Industries, 2002, 179p.
- _____. *Sample issue program*. Alabama, USA: EBSCO Industries. <<http://www.ebsco.com/sip/about.asp>> [Consulta: 22 de octubre de 2003]
- _____. *Standing orders and continuations: from a periodicals vendor?* Alabama, USA: EBSCO Industries, 2001. 1h.
- _____. *Systems and services manual*. Alabama, USA: EBSCO Industries, 77p.
- _____. *Welcome aboard: periodical problem solver*. Alabama, USA: EBSCO Industries, [1h.]
- _____. *Working together: we can make it happen*. Alabama, USA: EBSCO Industries, [1h.]

- *Entrevista con Oscar Saavedra, Gerente General de EBSCO México*. Octubre de 2003.
- *Escritura Pública no. 106*. Monterrey, Nuevo León, 1994, 22p.
- Globe Publication Pvt. Ltd. *The lifeline between sources and users of specialized information*. [en línea] New Delhi, India: Globe Publication Pvt. Ltd. <http://www.globepub.com/about_group.asp> [Consulta: 22 de octubre de 2003]
- Grieder, Theodore. *Acquisitions: where, what and how: a guide to orientation and procedure for students in librarianship, librarians, and academic faculty*. Contributions in librarianship and information science; 22. ISSN 0084-9243, ISBN 0-8371-9890-9 USA Connecticut: Greenwood press, 1978, 277p.
- Ivins, October. Seminar on negotiating subscription agency service and fees. *Serials Review*, Winter 1990, Vol. 16, no. 4, ISSN 0098-7913, p31-32.
- Knibbe, Andrew. The go between: a subscription role in electronic publishing. *The Journal of Electronic Publishing* [en línea]. Junio de 1999, vol. 4, no. 4, ISSN: 1080-2711. <<http://www.press.umich.edu/jep/04-04/knibbe.html>> [Consulta: 22 de octubre de 2003]
- MacEwan, Bonnie, What's yours is mine, what's mine is yours. 20th. Annual Charleston conference, issues in book and serial acquisition: is bigger is better? *Serials Review*, 2001, vol.27, no.2, ISSN: 0098-7913, p.81-94.
- Merriman, John. The work of subscription agents: introduction. En *ASA Documents* [en línea]. UK: Association of Subscription Agents and Intermediaries, 2002. <<http://www.subscription-agents.org/documents/asa02.html>> [Consulta: 18 de octubre de 2003]
- Negrini, Giliola. *Electronic resources: an analysis aimed at focusing a typology*. [en línea] Roma: ISSN National Centre for Italy, CNR - Istituto di studi sulla

ricerca e documentazione scientifica, Roma, 2000.
<<http://www.isrds.rm.cnr.it/DataBase/elsources/Eabstract.html>> [Consulta: 10 de enero de 2004]

- Never handle subscription ordering again!. *At your service: a special EBSCO publication for purchasing managers/agents*. EBSCO Industries. n1, p1-2.
- O'Leary, Mick. Electronic collections online looks beyond print. *Information Today*, Octubre de 1998, Vol. 15, no. 9, ISSN 8755-6286 p30.
- Physicians Postgraduate Press. Frequently asked questions: subscriptions. En *The Journal of Clinical Psychiatry* [en línea]. Tennessee, USA: Physicians Postgraduate Press <<http://www.psychiatrist.com/faq/index.htm>> [Consulta: 12 de octubre de 2003]
- Publishers benefit from EBSCO's integrated services: information provided quickly, simply and seamlessly through state-of-the-art technology. *PubLink*, Primavera 2000, v.2, n.1, 3p.
- Skewis, Charles A. y Durden, Iris B. Consolidating subscriptions services saves time, money for university library. *At Your Service: a special EBSCO publication for purchasing managers/agents* [en línea]. no. 52 <<http://ebSCO.com/home/ays/52consol.asp>> [Consulta: 22 de octubre de 2003]
- Sorli Rojo, Ángela y Merlo Vega, José Antonio. Suministro de documentos en Internet. *Revista Española de Documentación Científica*, Julio-Septiembre de 1998, vol. 21, no. 3, p.319-328
- Tenopir, Carol. Online serials heat up. *Library Journal*, Octubre 1 de 2002, Vol. 127, no. 16, ISSN 0363-0277, p36-37.
- Tillett, Barbara B. New definitions: continuing resource. En *2002 Revision of AACR2 & LC Implementation: Dec. 1, 2002* [en línea]. USA: American Library Association, 2002

<http://www.loc.gov/catdir/pcc/ir/AACR2rev_ovrvbt02_files/v3_document.htm>
[Consulta: 10 de enero de 2004]

- _____. New definition: integrating resource. *En 2002 Revision of AACR2 & LC Implementation: Dec. 1, 2002* [en línea]. USA: American Library Association, 2002
<http://www.loc.gov/catdir/pcc/ir/AACR2rev_ovrvbt02_files/v3_document.htm>
[Consulta: 10 de enero de 2004]
- _____. Revised definition: serial. *En 2002 Revision of AACR2 & LC Implementation: Dec. 1, 2002* [en línea]. USA: American Library Association, 2002
<http://www.loc.gov/catdir/pcc/ir/AACR2rev_ovrvbt02_files/v3_document.htm>
[Consulta: 10 de enero de 2004]
- W.T.Cox Subscriptions. *We're your single source!: why use a subscription agent?* [en línea] North Carolina, USA <<http://www.wtcox.com/aboutus.html>> [Consulta: 3 de noviembre de 2003]