

Al Redescubrimiento de los Usuarios en las Unidades de Información

Hernán Rodríguez Castro,

Licenciado en Bibliotecología

Jefe de la Unidad de

Selección y Adquisiciones,

del SBDI-UCR

Resumen:

Se presenta una serie de ideas en relación con la nueva concepción que deben seguir las empresas y por lo tanto las Unidades de Información, respecto al cliente, tomando como marco de referencia o fundamento la Teoría de Sistemas.

Se concluye entre otras cosas, que el usuario es la razón de ser de nuestras organizaciones y será él quien última instancia decidirá la existencia o extinción de éstas.

Introducción:

En 1951 el biólogo Ludwig Von Bertalanffy publica en la Revista "Human biology" un artículo que sería revolucionario: en él esboza su "Teoría General de Sistemas" (TGS), que desarrollará un nuevo marco teórico-sistemático para el estudio científico de la realidad.

Antes de la TGS, cada disciplina aislaba los fenómenos a estudiar como medio para su análisis esencial y las relaciones de causa-efecto que las rigen. Y es precisamente a partir de esta teoría que se descubre la necesidad de estudiar los problemas importantes en forma interdisciplinaria, pues de lo contrario se obtiene un conocimiento parcial de los fenómenos.

Además, la TGS permitió el nacimiento de una nueva escuela administrativa llamada: "Enfoque de sistemas" o "Escuela sistemática", que aportó un nuevo paradigma para el estudio y comprensión de las organizaciones. Para dicha escuela toda organización administrativa tiene su razón de ser en función del ambiente que necesita bienes y servicios que esta produce. Bajo esta perspectiva [Leñero](#) (1977, p.28) llega a afirmar que:

... el éxito o fracaso de cualquier institución (o empresa) está ligado a sus interrelaciones o transacciones con el medio ya que de nada le serviría lograr la perfección de sus procesos internos si fracasa en la aceptación de sus productos o en la provisión de los insumos que esos procesos necesitan.

Desde este punto de vista, toda organización y las unidades de información (U.I.) como tales, deben entenderse como sistemas que interactúan con el medio, como entes cambiantes y abiertos, en contraposición con las posturas clásicas de la administración basadas en la visión tayloriana.

Por su parte Edwards Deming, padre de la gerencia japonesa actual, recomienda adoptar una filosofía donde la calidad se convierta en la nueva guía de las organizaciones. Para él, es

necesario derribar las barreras entre los departamentos de estas, para hacerlos sentir que todos ellos solo tienen sentido en la medida que aportan exactamente lo que el cliente externo necesita.

Esta visión, fundamentada en la TGS permite ver que la entrega de cualquier servicio o producto al cliente, es el resultado de un proceso en el que intervienen diferentes personas; así la calidad y oportunidad con que cada una participa en el proceso, definirá la calidad de producto o servicio. También, esta concepción se opone a la división del trabajo tayloriana, que concebía dicho proceso bajo el error de que si cada parte está bien, el todo estará bien.

La Unidad de Información como Sistema:

Dentro del enfoque sistémico, toda U.I. deberá tener tres componentes internos básicos, a saber:

1. **OBJETIVO:** este será la meta o finalidad que debe alcanzar la U.I. deberá estar claramente definido en términos de: calidad, cantidad, costo y tiempo para lograr el objetivo. Con el tiempo, todo sistema se desgasta y pierde la capacidad de acción para lograr su objetivo. Esto es lo que se conoce como "Entropía", la cual debe combatirse mediante la innovación permanente y la creatividad del sistema organizacional.

2. Para lograr lo anterior, la U.I. estará constituida por un conjunto de **ELEMENTOS** o "unidades organizacionales" que serán las "personas" (bibliotecarios, asistentes y otros), dotados de "recursos materiales" (computadoras, soportes de información, etc.) y "financieros" (dinero), que ejecutarán las diversas actividades para obtener la meta. Esto implica la conjugación de subprocesos que se caracterizan porque reciben insumos externos, los transforman mediante la acción y tecnología y como resultado se obtiene el producto o servicio de información.

3. Lo anterior necesitará de la **INTERACCION** ("red de ligazones") de todos los elementos del sistema, dinámica que permite asegurar el objetivo final.

Para optimizar y volver más productiva dicha interrelación, cada uno de los elementos. Deberá actuar en conjunto y no en forma aislada, de tal manera que "el todo sea mayor que la suma de sus partes", proceso que se conoce como "Sinergia". Al mismo tiempo, todo sistema establece una interacción o "retroalimentación" con su medio. Esta retroalimentación es clave de los controles del sistema, pues le permite analizar y corregir sus acciones.

Por tanto, toda U.I. deberá concebirse como un sistema donde interactuar elementos estrechamente relacionados entre sí, para lograr un fin común. Ofrecen información y conocimientos a su medio ambiente y transformarlo. Esto se logra mediante la **ENTRADA, PROCESAMIENTO, ALMACENAMIENTO Y SALIDA** (diseminación) de la información existente.

El Usuario Elemento Clave de Sistema:

Como se vio anteriormente, cualquier sistema organizacional, no existe en forma aislada, sino que depende de un ambiente determinado, que posibilita su existencia. Por tanto, todo U.I. tendrá sentido en el tanto que llene las necesidades de información de la comunidad a la cual sirve (ambiente). O sea, ésta obliga a comprender quienes son sus usuarios y trabajar coherentemente para atender eficiente y efectivamente las necesidades específicas de éstos.

Al respecto, [Sequeira](#) (1988, p.95) recalca la absoluta necesidad de las bibliotecas no funcionen desatendiéndose de su comunidad de usuarios sino todo lo contrario, inmensas en dichas comunidades, de las cuales se nutrirán para proyectar sus entradas y salidas.

Bajo la perspectiva de una de las cuatro teorías de la calidad de Edwards Deming, [Leñero](#) (1993, 3 ed . p. 39) plantea uno de los redescubrimientos más importantes de dicha filosofía

administrativa, que hace del cliente (o usuario) la verdadera razón de ser de todo sistema organizacional. Al respecto dice que: Aunque tengamos la más alta tecnología en maquinaria, equipo y recursos humanos, solo podremos generar una empresa floreciente si lo que producimos es de verdadero interés para los clientes.

En consecuencia toda actividad de cualquier empresa o U.I. solo se justifica en la medida que ofrezca a sus usuarios los productos y servicio que necesita. Esta razón, tan vital para su subsistencia obliga a una comprensión profunda del interés del usuario para lograr la más alta calidad en los productos y servicios que provoca la relación cliente-U.I., pues una organización que no entiende a su cliente desvirtúa su razón de ser y está destinada al fracaso.

Así, continua [Leñero](#) (1983, 3 ed. P. 54) bajo una postura aún más radical:

... La primera condición para poner una empresa en el nuevo camino de la calidad total, es que todo su personal sea instruido en la visión sistemática para que comprenda que su principal obligación no es obedecer al jefe, sino comprender quien es su cliente y trabajar coherentemente con todos los miembros de la empresa para servirlo en la forma exacta que necesita.

Sin duda, bajo esta filosofía el usuario o cliente es el elemento fundamental que determinará cuales empresas podrán surgir y desarrollarse, y cuales estarán destinadas a desaparecer. Y la forma de ejercer su fallo será comparar o no los productos que le ofrecen; preguntar y demandar los productos y servicios que ofrecen nuestros U.I. o no hacerlo. [Leñero](#) (1993. 3 ed. P. 54) manifiesta que:

La TGS aporta el concepto de "cliente interno" que es definido por el Dr. Deming como el próximo proceso, es decir, el que utilizará su producto como insumo indispensable para realizar su parte del proceso.

Es decir, el equipo humano responsable de cada subproceso dentro de la empresa deberá tener claridad de que la próxima persona que espera su trabajo dentro del proceso, espera también calidad y eficiencia en lo que recibe. Aspecto, profundamente novedoso que sin duda incide en la calidad de cada subproducto y ulteriormente en el servicio y producto final.

Ante este nuevo concepto del cliente que lo ubica como la razón de ser de la organización, es indispensable saber que la verdadera satisfacción del usuario y la orientación de la empresa en virtud de ésta, solo se logrará conociendo y entendiendo a sus usuarios, los cuales están en la calle (o en la propia organización= "cliente interno"). Esto significa que si queremos entender porque varía las necesidades, gustos y urgencias de información de usuarios, debemos obtenerla llegando directamente a ellos, mediante la investigación y el estudio.

Refiriendo a este tema, [Leñero](#) (1992, p. 12) comenta que: relación con el cliente va mucho allá de la circunspecta "buena atención" a la "obsesión" por la calidad y la "obsesión" por el servicio. Al hablar de estas "obsesiones", Peters y Waterman (autores del conocido libro "En busca de la excelencia") se refieren no solo a entregar productos sin defectos, sino a la preocupación intensa y constante por comprender los gustos y necesidades de cada cliente, a fin de ofrecerle los productos como la respuesta exacta a los que ellos esperan.

Para Deming es muy importante averiguar lo que el consumidor considera que está bien o mal en cuanto a productos y servicios que se ofrecen. Es muy importante que los clientes que estén más que satisfechos, que elogian el servicio; pero va más allá y aclara que no es suficiente que los usuarios estén satisfechos, sino que deben rediseñarse continuamente los productos y servicios, e inclusive debe orientarse al cliente.

Esto significa una relación permanente que se inicia antes y continúa después de que el usuario disfruta los servicios y productos que se le ofrecen; se tal manera que se sienta

“orgullosos” de saber que se le ofrece lo mejor y se llenan sus demandas específicas. En tanto se logre esto, el bibliotecólogo y las U.I. aseguran su existencia.

Para hacer las cosas bien en nuestras organizaciones y hacer lo que el cliente necesita, Kaoru Ishikawa (discípulo del Dr. Deming) recomienda seguir las siguientes cuatro etapas:

1. Diseñar de acuerdo con las necesidades del cliente.
2. Fabricar en sistemas estadísticamente controlados.
3. Vender cada producto a los clientes para los cuales fue diseñado, y
4. Evaluar el grado de satisfacción que han tenido los clientes con el uso de cada producto y sus sugerencias para rediseñarlo de modo que el próximo se ajuste mejor a sus expectativas. ([Leñero](#), 4 ed., 1993, p. 18).

Conclusiones:

La respuesta de los bibliotecólogos de hoy a los rápidos y profundos cambios que se están produciendo en las necesidades y deseos de los usuarios, requieren de una concepción diferente, de una nueva visión hacia nuestra actividad profesional y específicamente hacia nuestros usuarios, pues como bien lo señalaba Arboleda-Sepúlveda en 1982 (p. 6 y 12) refiriéndose a los centros de documentación y bibliotecas:

el propósito ha estado orientado básicamente a satisfacer intereses administrativos, políticos y en última instancia al servicio de un hipotético usuario y una menada imaginaria potencia (...) El usuario no compra cosas, compra los beneficios, las satisfacciones, la seguridad y confianza que espera obtener al comprar esas cosas.

Es necesario propiciar y desarrollar una profunda relación Usuario-U. I., que haga de nuestros clientes personas que habitualmente busquen nuestros servicios y productos, como los que mejor satisfacen sus necesidades en relación con la calidad, la disponibilidad y el costo; lo cual será posible en el tanto, innovemos y mejoremos continuamente.

Finalmente, esta nueva concepción obliga a los administradores de las U. I. Ha ejecutar un replanteamiento de los objetivos, de la estructura organizacional, los servicios y productos de éstas y de su relación con el usuario, pues de lo contrario el inevitable desarrollo y avance de nuestra sociedad nos dejará a un lado por obsoletos e inefectivos.

Bibliografía

Arboleda-Sepúlveda, Orlando Los servicios de información y documentación dentro del enfoque de la comercialización / Orlando Arboleda-Sepúlveda. -- En Revista Latinoamericana de Documentación. -- 2 (2) Jul. -dic., 1982.

Enciso, Berta La biblioteca : bibliosistemática e información / Berta Enciso. -- México: El Colegio de México, 1983.

Hernández S., Patricia

El perfil del usuario de información / Patricia Hernández S. -- En Investigación bibliotecológica.- 7(5) jul. -dic., 1993.

Leñero, José Calidad Total / José Leñero.-- En Rumbo. -- 3ª ed., 1993.

Leñero José Gerencia para el 2000 / José Leñero. -- En Rumbo. -- 4ª ed., 1993.

Leñero José Gerencia para la calidad total / José Leñero. -- En Rumbo. -- 2ª ed., 1992.

Leñero José Introducción al enfoque de sistemas / José Leñero. -- San José: ICAP, 1977.

Murdick, Robert Sistemas de información administrativa / Robert Murdick y John Munson. -- México: Prentice-Hall, 1988.

Sequeira O., Deyanira La bibliotecología como ciencia / Deyanira Sequeira O. Y Zaida Sequeira O. -- San José : Publitéx, 1988.

Shera, Jesé Los fundamentos de la educación bibliotecológica / Jesé Shera. -- México : UNAM, 1990.