

El posicionamiento como estrategia del servicio en bibliotecas universitarias desde la perspectiva de los valores éticos

Positioning As a Strategy of Service in University

Libraries from the Perspective of Ethical Values

Posicionamento como estratégia de atendimento em bibliotecas universitárias a partir da perspectiva de valores éticos

Mercedes Quintero

Universidad del Zulia. Facultad de Humanidades y Educación. Coordinadora de Biblioteca
mercedesquin@gmail.com fradel16@gmail.com

Francys Delgado.

Centro de Investigación y Desarrollo en Tecnologías del Conocimiento (CIDTEC)
fradel16@gmail.com

Edixson Caldera

Director (E) del Centro de Investigación y Desarrollo en Tecnologías del conocimiento (CIDTEC)
ejocal@gmail.com

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar el posicionamiento como estrategia del servicio en bibliotecas universitarias, desde la perspectiva de los valores éticos. Se consideraron los aportes teóricos de Quintero (2013), Cabral (2012), Quintero (2011), Alvarado (2010), Romero (2006), Fernández, Delgado y López (2013), y Cortina (2009), además de las contribuciones de Max Scheler. La investigación fue de carácter descriptiva, no experimental. La información se recolectó mediante la técnica de la encuesta, por medio de dos instrumentos, uno aplicado a los usuarios y otro al personal. Los resultados permitieron determinar que el posicionamiento como estrategia del servicio de bibliotecas, está muy relacionado con el comportamiento del personal en su formación en valores. Se pudo evidenciar que el personal responde y asume que los servicios están bien conducidos, y la opinión de los usuarios, es contraria manifestando que no sienten total satisfacción. Es de hecho un problema ético donde se manifiesta la actitud del personal de sobrevalorar su desempeño frente al servicio. Pone en evidencia la necesidad de una formación en valores que sincere el comportamiento del personal y permita que los servicios se presten con toda idoneidad en favor de las necesidades del usuario. Palabras clave: valores éticos, servicios de información, bibliotecas universitarias, posicionamiento del servicio.

Recibido: 08 de abril de 2018 Aprobado: 20 de junio de 2018

Cómo citar este artículo: Quintero Mercedes; Delgado Francys y Edixson Caldera (2016) El posicionamiento como estrategia del servicio en bibliotecas universitarias desde la perspectiva de los valores éticos *Códices*, 12(2), 127-160.

Abstract

The main objective of this research is to determine the positioning as a service strategy in university libraries, from the perspective of ethical values. We considered the theoretical contributions of Quintero (2013), Cabral (2012), Quintero (2011), Alvarado (2010), Romero (2006), Fernández, Delgado and López (2013), and Cortina (2009), as well as the contributions by Max Scheler. The investigation was descriptive, not experimental. The information was collected using the survey technique, through two instruments, one applied to users and the other to personnel. The results allowed to determine that the positioning as a library service strategy is closely related to the behavior of the personnel in their values formation. It was evident that the staff responds and assumes that the services are well conducted, and the opinion of the users, is contrary stating that they do not feel total satisfaction. It is in fact an ethical problem where the attitude of the personnel of overvaluing their performance in front of the service is manifested. It highlights the need for a training in values that sincere the behavior of the staff and allows the services to be provided with all suitability in favor of the needs of the user..

Keywords: ethical values, information services, university libraries, service positioning.

Resumo

O objetivo principal desta pesquisa é determinar o posicionamento como estratégia de atendimento em bibliotecas universitárias, sob a ótica de valores éticos. Consideramos as contribuições teóricas de Quintero (2013), Cabral (2012), Quintero (2011), Alvarado (2010), Romero (2006), Fernández, Delgado e López (2013), e Cortina (2009), bem como as contribuições por Max Scheler. A investigação foi descritiva, não experimental. As informações foram coletadas por meio da técnica de pesquisa, através de dois instrumentos, um aplicado aos usuários e outro ao pessoal. Os resultados permitiram determinar que o posicionamento como estratégia de serviço de biblioteca está intimamente relacionado ao comportamento do pessoal na formação de seus valores. Ficou evidente que a equipe responde e assume que os serviços são bem conduzidos, e a opinião dos usuários, é contrária afirmando que eles não se sentem totalmente satisfeitos. É de fato um problema ético onde se manifesta a atitude do pessoal de supervalorizar seu desempenho diante do serviço. Destaca-se a necessidade de um treinamento em valores que seja sincero ao comportamento da equipe e que permita que os serviços sejam prestados com toda a adequação em prol das necessidades do usuário..

Palavras chave: valores éticos, serviços de informação, bibliotecas universitárias, posicionamento de serviços..

Introducción

Los valores éticos como guías que orientan la conducta de los seres humanos, constituyen una forma de vivir y convivir en sociedad. Están relacionados con el comportamiento y forma de actuar de las personas. Esto significa que cuando se actúa conforme a los valores, se promueve el hacer el bien siempre, tanto a nivel personal, como laboral. Podemos decir que los valores son importantes para todas aquellas cosas que forman parte de la vida; como el trabajo, los estudios, la convivencia, y el compartir en sociedad. Ellos, determinan, si la vida de las personas va por el camino correcto, y esto depende de la forma en que cada ser humano fundamente su propia manera de actuar.

Los valores, dentro de una organización son igualmente fundamentales, tanto para el desempeño del individuo, como en su relación con los integrantes

de la institución. Se deben reflejar fundamentalmente en el comportamiento institucional del personal que labora en las bibliotecas, en la forma de atención al usuario, en el respeto, honestidad, personalización del servicio, en el manejo y uso de los valores, que puedan elevar más la calidad del servicio en una institución dedicada al aprendizaje y formación intelectual. En el caso del posicionamiento como estrategia de servicio, el personal debe trabajar más los valores de manera que puedan prestar, un servicio de calidad que satisfaga al usuario. Es necesario que las bibliotecas marquen la distinción y demuestren la eficiencia en el servicio y le correspondan al usuario en forma eficiente.

Eso determinaría cómo se pueden sentir los usuarios, y de qué manera se le presta atención particular. El posicionamiento en este caso, como estrategia de servicio, distingue a un servicio, garantiza su funcionabilidad en forma rápida y efectiva. Cumple con todas las condiciones para que éste, sea de calidad y referente a nivel institucional.

En este artículo, se analiza el posicionamiento de los servicios de las bibliotecas universitarias y cómo a través del personal, los valores éticos inherentes a ellos, pueden contribuir a la consolidación del posicionamiento en la prestación de los servicios de biblioteca, o, por el contrario, la ausencia de valores, pueda contribuir al deterioro de los servicios.

Planteamiento del problema

Los valores éticos han sido concebidos como guías de comportamiento que regulan la conducta de un individuo. Éstos, se adquieren durante el desarrollo de cada ser humano, puesto que se relacionan directamente con la conducta de las personas para dar pie a su actuación. Pueden concebirse, como cualidades que estructuran el carácter y el modo de vivir de las personas, por cuanto están enmarcados en lo justo e injusto, lo honesto y deshonesto, en el respeto a uno mismo y a todos los demás. Supone la utilización de los valores, una manera de entender la vida en función de los derechos y obligaciones del otro. Asimismo, la búsqueda del bien permite a la persona, fijar una posición específica ante cualquier situación o evento y actuar en función de la conciencia moral.

Los valores en los seres humanos, deben pervivir y mantenerse en las relaciones sociales donde puedan ser compartidos por todos los grupos en un espacio de creación y contribución. Se puede decir, que la valoración depende de las personas que los juzgan por lo que, se cree que los valores cambian, cuando realmente son las personas quienes dan mayor o menor importancia a un determinado valor. Independientemente de quién realice la valoración objetivamente, los valores, son inherentes al individuo, forman parte de su idiosincrasia, de su formación y definen la manera de actuar y de comportarse en el campo personal y laboral. Los valores éticos pueden concebirse, como cualidades que estructuran el modo de vivir de las personas. Suelen calificarse innatos a la naturaleza humana, debido a que son objeto de estudio de la ética, la moral y la filosofía. No obstante, se debe comprender que no conforman un concepto sencillo y tienen que ser descubiertos por el ser humano y solo de esta manera los hace parte de su personalidad, pues ellos son esenciales en el ser humano y definen el comportamiento del individuo en el desempeño de sus actividades.

Cuando nos ubicamos frente a una acción laboral, en este caso, a los servicios de información que se prestan en las bibliotecas, este servicio, corresponde al personal seleccionado para trabajar con los usuarios, y también involucra a quienes cumplen otras funciones. Es la interacción directa con el usuario y la forma como se le satisfagan sus necesidades y como se muestre la atención al usuario. Esta actividad implica una relación directa, que amerita por parte del empleado, consideraciones particulares. Trato equitativo, respeto, responsabilidad, honestidad. Esa atención y actitud para ofrecer lo mejor de los servicios de biblioteca, hacen que el usuario sienta que está primeramente reconocido como usuario, y segundo, que la institución, en este caso la biblioteca, cumple con su finalidad en la prestación de servicios.

Las bibliotecas como se sabe, son puertas de acceso al conocimiento y a la cultura, siguen siendo piezas cruciales del sistema de educación e investigación. Por ello, contar con bibliotecas actualizadas y con recursos técnicos modernos resulta esencial, por cuanto han sido tradicionalmente las encargadas del almacenamiento y conservación de los fondos bibliográficos y de la información en ellos contenida. Las bibliotecas tienen como objetivo general divulgar la información y el conocimiento, apoyando así la educación y toda

la gestión bibliotecológica como soporte al desarrollo de la nación. Los servicios de información que en ella se presentan, constituyen elementos de apoyo a los procesos claves de toda unidad de información, los mismos, han tenido que ajustarse a las necesidades de los usuarios a un ritmo acelerado, para complementar la calidad de las actividades que en ellos ocurren, demandando una atención especializada para que se desarrolle una gestión adecuada del conocimiento que se genera.

La problemática con relación a los valores éticos y los servicios de información se manifiesta en la actuación del personal, en su desatención e incumplimiento frente a los deberes y funciones a cumplir en las bibliotecas Dr. Raúl Osorio Lazo y Salvador de la Plaza, ambas ubicadas en el Núcleo Humanístico de la Universidad del Zulia. La problemática se origina entre quienes prestan el servicio de atención al usuario por cuanto según lo observado, se evidencia desatención, desánimo, trato inadecuado por parte del personal de atención en el área de los servicios, sin ninguna consideración actuando con irrespeto, sin compromiso alguno, ni cooperación, integridad y justicia. Trayendo como consecuencia, que la prestación del servicio de atención al usuario factor esencial en las unidades de información, obstaculiza el aprendizaje y la satisfacción de los usuarios en cuanto a sus necesidades informacionales. Inciden a su vez, en el posicionamiento de los servicios, por cuanto las características esenciales, como rapidez, atención personalizada, calidad entre otros, se ve afectada por la forma como se atienden los servicios.

Se requiere que el personal que labora tome en cuenta esta apreciación y por medio de su formación y asimilación de sus valores éticos, actúe y considere que los usuarios son la razón de ser de las bibliotecas. En todo lo que signifique servicios, si no hay usuarios, en sentido general, el servicio decae. El propósito fundamental de todo servicio radica en procurar la satisfacción plena de sus usuarios, no solo individual, sino general; partiendo del hecho de que tanto los usuarios como el personal de atención son seres humanos que requieren de un trato acorde con los principios y valores éticos que deben prevalecer en toda organización.

La importancia de los valores éticos en el ser humano, radica en el hecho de que el individuo formado en valores, puede actuar en forma transparente. Se enfrentan con la realidad cotidiana y puede manejar las situaciones

comprendiendo la intencionalidad de quienes acuden a su servicio. No obstante, su misión es cubrir las expectativas del usuario. Dirigir todos sus esfuerzos a la satisfacción del usuario y de la institución que representa. En el caso, de los prestadores de servicios en las bibliotecas, su objetivo es dar respuestas a las necesidades de información que poseen los usuarios relacionados con los productos informacionales, asesoramiento, búsqueda de información y suministro donde el personal ponga en práctica las estrategias de búsqueda y puedan actuar conforme a sus valores éticos, a fin de evitar la desatención, desorientación e irrespeto. El incumplimiento con la atención al usuario, puede tener muchas causas inherentes a la conducta y necesidades del personal relacionadas posiblemente con la situación laboral, social o personal de cada miembro, reflejado en su comportamiento, conductas no adecuadas. Las consecuencias se evidencian en la insatisfacción de los usuarios, deserción, poca afluencia a la biblioteca. Esto, desde luego, perjudica la operatividad de la organización, considerando que la misión de las bibliotecas es servir, y frente a la notable ausencia de usuarios, podríamos decir que se está perdiendo la inversión que se hace en ellas, puesto que no hay demanda de sus productos.

Desde luego que la problemática planteada no ha sido recurrente. Durante los puntos de observación del servicio, ha habido altos y bajos. Estas alteraciones, desde luego, no son normales ni aceptables, puesto que un servicio debe mantener alto su nivel de atención. No obstante, los seres humanos también pasan por etapas y procesos personales que, sin querer justificar, inciden en la prestación eficiente de los servicios. Esto puede ser el reflejo de comunidades que no están sólidamente formadas en valores y es probable que sus miembros padezcan las consecuencias, por cuanto son los valores a través de sus miembros, los que definen la imagen corporativa en una institución, dado su comportamiento y nivel de atención.

Lo ideal es que estas estructuras organizacionales de información, cuenten con el recurso humano debidamente preparado y de relevo, para interactuar con los requerimientos del servicio (usuarios) en función de sus herramientas éticas, que en este caso, son los valores, de manera que el usuario no sienta insatisfacción al utilizar los servicios que prestan las bibliotecas de la Universidad, las cuales son dependencias que pueden aglutinar una serie de servicios que ofrezcan soluciones a los diferentes cambios que enfrentan. Apuestan

firmemente por brindar escenarios académicos que ayuden a su comunidad en su formación integral, y sirvan a su vez, de apoyo a los intereses docentes, de investigación y extensión de la comunidad de usuarios. Su finalidad es promover y facilitar el uso efectivo de la información, propiciando un ambiente agradable y adecuado para la utilización y poder satisfacer las necesidades formativas e informativas de sus usuarios.

Para ello, es necesaria la puesta en práctica de un programa de formación continua en valores éticos, para el personal de atención al usuario que disponga de las herramientas técnicas, para la actualización del personal. De acuerdo con esto, la actitud de los trabajadores, se verá comprometida en la prestación de un servicio integral, que permita mantener la armonía y trato mutuo con decencia, lo cual supone entender, que todos somos iguales y que las personas, en este caso, los usuarios, merecen ser tratados con equidad, respeto, honestidad, responsabilidad y solidaridad.

Los valores

Los valores vienen a conformar esa carta de presentación que necesita todo individuo para actuar en diversas actividades. Es como un sello de garantía que identifica a la persona en su comportamiento. Si se observa, responsable, respetuoso, honesto, es garantía de que los servicios van a funcionar dentro de otros criterios. Los valores son como afirma Yarce, (2012) pueden ser: a) universales y objetivos, por cuanto conforman un conjunto de características y normas de convivencia de los seres humanos establecidas como cualidades positivas y válidas en una época determinada; b) subjetivos debido a que son creados por el sujeto con objetividad basados en hechos reales dado que no dependen exclusivamente de la manera de ver las cosas las personas, aunque tienen dependencia de algo objetivo; c) culturales, conformados por todas las creencias, lenguajes, actividades y relaciones que permiten a varias comunidades identificarse y expresar todas sus costumbres y forma de ser y actuar.

Los valores éticos, dan a la vida humana, tanto individual como social, su sentido y finalidad. A este respecto:

Garza (2004), considera a su vez, que los valores éticos denotan lo justo e injusto, honesto o deshonesto, respeto a uno mismo y a los demás o agresión, suponen la realización de lo ético a fin de entender la vida en función de derechos y obligaciones. Tendencia a un deber ser, dado que la esencia del valor ético es la búsqueda del bien, puesto que, son una realidad de la existencia, estos se entremezclan en la realidad cotidiana y constituyen las intenciones de los actos humanos.

Por otro lado, los valores éticos pueden ser absolutos, en virtud de que son vistos como un hábito o costumbre practicada por toda la sociedad. El ser humano, por consiguiente, vive en un constante juicio ético. Esto es, razonar y determinar qué acción, conducta o actitud es la más acertada en un momento determinado, en función a las normas y valores impuestos por la sociedad. Los valores éticos permiten regular la conducta del individuo para lograr el bienestar colectivo y una convivencia armoniosa y pacífica en la sociedad. Dentro de los valores éticos vamos a considerar la responsabilidad, compromiso, obligación, respeto, los cuales se describen a continuación.

Responsabilidad

La palabra responsabilidad proviene del término latino *responsum* (ser capaz de responder, corresponder por otro). Se puede ver como la conciencia acerca de las consecuencias que tiene todo lo que se hace o se deja de hacer sobre sí mismos o sobre los demás. La responsabilidad está relacionada directamente con la persona, y con el cumplimiento de los deberes y obligaciones que tenga tanto en su vida personal, como laboral. Representa una condición del ser humano que debe realizar en el momento preciso y en el tiempo justo. Su condición esencial de responder, o de cumplir, con las actividades que se tengan, es fundamental. Por eso es necesario que asuma con responsabilidad la prestación de servicios, en este caso de las bibliotecas. Para lograrlo, debe según Garza (2004), a) conocer, observar y cumplir los reglamentos y políticas institucionales; b) representar dignamente los valores que la institución ostenta y promueve en la misión; c) colaborar en acciones y proyectos encaminados a la procuración del desarrollo sustentable de la biblioteca; d) procurar el desarrollo intelectual y la salud física y emocional del personal y los usuarios.

La apreciación de Garza, implica en su esencia el cumplimiento de las obligaciones que se debe tener al hacer o decidir algo, o bien la forma de responder que implica el claro conocimiento de que los resultados de cumplir o no las obligaciones, recaen sobre sí mismo, como garantía de que el cumplimiento de los compromisos adquiridos genere confianza y tranquilidad entre las personas. El ser responsable, presupone varias características las cuales, Corcho Orrit R., y Corcho Asenjo (2008), las describen como: a) supone actuar con libertad, conciencia plena y de forma voluntaria; b) tener poder y asumirlo; c) supone un compromiso y significa que existe un vínculo de confianza con otros; d) vivir en comunidad, estar arraigado en ella y preocuparse de los que los rodean.

La responsabilidad es uno de los valores más importantes que debe tener presente todo ser humano para la realización de cualquier actividad que realice. Es reflejo del buen hacer, del cumplimiento a tiempo de todas las actividades y del fiel cumplimiento. La responsabilidad como expresa Castillo (2016), debe estar en nuestra mente y con una clara concepción de su significado enmarcado especialmente en un sentido amplio de responsabilidad -y tal vez, único-. El autor alega que el compromiso, está ligado con el valor de la responsabilidad y que, cuando se trata de realizar acciones, cambiar actitudes, generar sinergias, integrar equipos de trabajo y articular esfuerzos en busca de cumplir objetivos y metas comunes, el compromiso se vuelve completamente indispensable.

De igual modo, el compromiso tiene relación con el respeto hacia todos y así tener plena conciencia de saber hasta dónde debe llegar la capacidad de dar, sin atentar contra la salud de sí mismo ni contra el bienestar e integridad de los demás. El compromiso adquirido en la conciencia de cada individuo está enmarcado en la disciplina, dedicación y responsabilidad, que se asuma y transfiera en el desarrollo de sus funciones. En el caso del personal de las bibliotecas, debe asumir el compromiso de satisfacer los requerimientos que demandan los usuarios ofreciéndoles confianza, seguridad y credibilidad.

En cuanto a la obligación, Brugger (2015) señala que «es el núcleo de la moralidad constituida por los preceptos y prohibiciones a que está ligado, el hombre». El deber de la obligación tiene carácter absoluto, su cumplimiento se exige a todos los hombres siempre y en todas partes. Aun así, se hace mención a lo que es la obligación moral, cuya fuente es ante todo el orden del ser.

Al respecto Possenti (2016, 295-296), manifiesta que la obligación moral «descansa en primer lugar sobre los valores», y que a partir de la percepción de los valores se forma en el sujeto el sentimiento de «ser tenido por» frente a ellos, y por tanto, el sentido de la obligación y de la responsabilidad de entenderlos como algo que es propuesto y no impuesto, y que puede ser obedecido a través de la mediación activa de la libertad.

Con relación a los servicios de información, el personal está en la obligación de satisfacer las necesidades de información que tengan los usuarios al igual. La obligación la siente el individuo como una presión ante el compromiso contraído y por lo tanto, es un deber ser con la responsabilidad.

Respeto

El respeto es uno de los valores más necesarios y fundamentales tanto para la convivencia familiar, como para la laboral. Es importante, en las relaciones con los demás, que este valor esté presente. Cuando el respeto muestra su ausencia en las relaciones, todo se pierde, por cuanto no hay barreras, para poder convivir.

Morán (2011) señala que «el Respeto es una de las bases sobre la cual se sustenta la ética y la moral en cualquier campo y en cualquier época». Constituye un valor moral que permite considerar, reconocer y aceptar a cada ser humano con sus defectos y virtudes. Es aceptar y comprender tal y como son los demás, reconocer y entender su forma de pensar. Por lo tanto, es un valor fundamental para convivir en la sociedad y en la interrelación con los seres humanos. En el caso de las bibliotecas, el respeto es un valor fundamental ya que, debe estar presente en las relaciones personales y el trato que se les brinde a los usuarios, a fin mantener un excelente ambiente organizacional.

Honestidad

Según el diccionario de la Real Academia Española (2016), proviene del término latino honestitas, que es la cualidad de honesto. Por lo tanto, la palabra honestidad hace referencia a aquel que es decente, decoroso, recatado, pudoroso, razonable, justo, probo, recto u honrado. Puede decirse, que la

honestidad debería ser uno de los valores más resalante de los seres humanos, puesto que, es una cualidad que guarda una estrecha relación con la verdad y la justicia como principios morales que posee cada persona. En lo que respecta a las bibliotecas, el personal debe considerar la honestidad como un factor muy importante en la relación con los usuarios, ya que les permitirá fomentar la confianza al momento de solicitar información, con la certeza que ésta, será auténtica y les ayudará a visualizar la veracidad que demuestra el personal en el manejo de la información y las acciones que ejecuta.

A esto puede añadirse, lo referido por Garza (2004), quien señala algunas características que deben prevalecer en el manejo de los servicios, como lo son: a) ser congruentes entre lo que se piensa, se dice y se hace; b) hablar con objetividad y precisión para evitar manipular las decisiones de los demás; c) reconocer los derechos de autor en investigaciones y proyectos; d) evitar utilizar el trabajo o esfuerzos de terceros con la intención de sobresalir, ocultar la propia incapacidad o falta de empeño en la actividad cotidiana, o beneficiarse de manera indebida. Si el personal se desenvuelve dentro de las características señaladas por Garza, es obvio, que el manejo de los servicios, respondería a criterios de honestidad y de satisfacción al usuario.

Solidaridad

Ser solidario en un servicio, puede significar muchas cosas, es apoyar al usuario, es colaborar y no poner obstáculos, en medio de los procesos. Por el contrario, darles facilidades para obtener la información. Es superar todas las dificultades y frente a cualquier eventualidad ponerse en el lugar del otro, para actuar con equidad y con el valor que corresponde.

Abbagnano (2016), define la solidaridad, como la «asistencia recíproca entre los miembros de un mismo grupo». Mientras que el diccionario de la Real Academia Española (2016), describe que su origen proviene del latín «solidus» que significa solidario. También considera que la solidaridad, es una relación horizontal entre personas que constituyen un grupo, una asociación o una comunidad, en la cual los participantes se encuentran en condiciones de igualdad. Desde el punto de vista moral, la solidaridad es un valor por excelencia cuya característica esencial es la colaboración, cooperación y apoyo

mutuo que existe entre los individuos, capaces de superar cualquier eventualidad o situación difícil, brindando la ayuda necesaria que les permita salir adelante y mejorar cualquier situación.

Con relación a lo anterior, Durkheim (2016) hace referencia a la solidaridad de tres maneras: a) la solidaridad en la comunidad, que la define como el sentimiento de unidad basado en intereses o metas comunes, compartida por muchos individuos, con el fin de pertenecer a un mismo grupo social, para trabajar y luchar unidos y lograr un mismo objetivo; b) la solidaridad orgánica, que es la interdependencia que existe entre los diferentes individuos de acuerdo a la especialidad que tiene cada uno de ellos y del trabajo que realizan en diferentes funciones; c) solidaridad mecánica, que se caracteriza por una total competencia e independencia entre cada uno de los individuos en la mayoría de los trabajos, donde pareciera que no tiene necesidad el uno del otro.

Por lo tanto, la solidaridad es la conexión que une a los miembros de una organización o sociedad, que no dudan en colaborar y apoyarse entre sí, en cualquier situación que se encuentren. En las bibliotecas el sentido de la solidaridad debe prevalecer. Es necesaria entre el personal y sobre todo con los usuarios. Garza (2004), destaca que, al ser solidario, las personas manifiestan sus necesidades ofreciendo apoyo desinteresado a quienes así lo requieran. Es importante acotar, que las características resaltantes de la solidaridad, son la cooperación y el apoyo.

Servicios de información en bibliotecas

El servicio de información tiene como función ser utilizado de enlace entre una población de usuarios y el universo de los recursos de información que posea cualquier institución aportando la información oportuna en el momento adecuado, sin importar el tipo de formato en que esta se encuentre. Para la Universidad de Salamanca (2015), «El servicio de información bibliográfica tiene la finalidad de resolver problemas cotidianos de información, de estudio o de investigación gracias a sus conocimientos específicos de las fuentes de información». Se trata de un servicio directo y personalizado al usuario y del servicio por excelencia que da sentido a la biblioteca.

Según Fuentes (2007), «Es el que se refiere a la información como asesoramiento directo a los lectores y referida a la biblioteca». Es uno de las claves en cualquier biblioteca de hoy día es el constituido por todo lo referente a la información. Mientras que Ramírez, Santovenia, Figueroa y Vega (2008), señalan que “en el momento actual, el incesante crecimiento en la producción de datos e información que se genera en formato tanto impreso como digital no puede ser asimilable eficientemente por parte de los usuarios que reciben los servicios de las organizaciones de información»; de ahí se desprende la imprescindible función de los especialistas en Ciencias de la Información, utilizando los métodos y técnicas de evaluación de fuentes más actuales, para garantizar el suministro de información confiable.

Según los autores arriba mencionados, los especialistas en el tratamiento de la información que en este caso, está conformado por el personal que labora en las bibliotecas, deben ser garantes que toda la información producida tanto en formato impreso como digital sea procesada con las técnicas y procesos pertinentes para colocarla a disposición de los usuarios, con el objetivo de que pueda ser asimilada de manera más eficiente garantizando así el suministro oportuno de la información actualizada.

Se conoce que las necesidades informativas de directivos, investigadores, especialistas, profesores, técnicos, estudiantes y el resto de los miembros de la sociedad, son: acceder a información actualizada sobre los resultados alcanzados en un campo específico del conocimiento y en las disciplinas afines a este. Para ello, las organizaciones deben tener en cuenta las necesidades cambiantes de los usuarios; por lo que se hace necesario realizar evaluaciones sistemáticas de sus productos y servicios, de esta manera se podrá conocer si continúan cumpliendo con los objetivos por los cuales han sido creados en cada contexto., puesto que, los servicios de información son el punto de intersección entre el conocimiento y el desarrollo social, este último ha devenido en transformaciones en diferentes aspectos, dando lugar a nuevas formas de publicación, transferencia, difusión y uso de la información.

Por ello, es importante tener en cuenta que los usuarios que reciben los productos y servicios bibliotecarios, han modificado su comportamiento en el momento de interactuar con determinado sistema informativo, desean obtener tanta información como sea posible en menos tiempo y con el menor

esfuerzo, lo que conlleva a imponer en las organizaciones de información el reto de sintetizarlos y prepararlos, de acuerdo con las necesidades de su universo de usuarios.

Se asume entonces, que los servicios de información son la integración de todas las actividades que se desarrollan en una organización de información, o cualquier otra institución dedicada a satisfacer las demandas de información del usuario individual como del usuario colectivo. En consecuencia, un acercamiento a la evolución de los servicios de información ha devenido en diferentes aspectos, como la transferencia, difusión y uso de la información, dado que ellos, constituyen el punto de intersección entre el conocimiento y el desarrollo social, de los individuos. Por ello, podría decirse que serían, los servicios dedicados a satisfacer personalmente las consultas de informaciones realizadas por el usuario mediante la búsqueda directa por parte del bibliotecario, o la indicación del uso de las fuentes de información a disposición del usuario para que éste sea quien la realice, independientemente de que las mismas estén en la propia biblioteca o fuera de ella.

Estrategias de Servicio

Según Albrecht (2007), la Estrategia de Servicio «es una fórmula característica para la prestación de un servicio»; esa estrategia es inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el cliente y que establece una posición competitiva real.

El autor señala que una manera de definir la estrategia de servicio es considerándola como un principio organizacional que permita a la gente que trabaje en una empresa de servicio, canalizar sus esfuerzos hacia servicios enfocados en el beneficio, que se distingan muy bien ante los ojos del cliente. Dicho principio debe hacer una afirmación que diga: «Esto es lo que somos, esto es lo que hacemos y esto es lo que creemos». Otra manera de definir la estrategia es describiendo el valor que se va a ofrecer y esto gira alrededor de que la noción de valor ante los ojos del cliente es lo que cuenta. Este concepto orientado hacia los beneficios, puede servir como una declaración pública que anuncie a los clientes el deseo de la compañía de suministrar buenos productos y servicios. Como también puede llegar a ser una declaración que

recalque en cada empleado la importancia de prestar servicio al cliente de alta calidad y una explicación de lo que significa exactamente un servicio de calidad.

A lo antes expuesto, se muestra que una estrategia de servicio eficiente posiciona su servicio en el mercado; en segundo lugar, una estrategia de servicio claramente establecida proporciona una dirección uniforme para la organización y, en tercer lugar, permite que los subalternos sepan qué es lo que la gerencia espera de ellos y que es lo más importante para la organización. Con base a lo planteado, cabe señalar que cada autor define las estrategias en el marco de los componentes organizacionales de su investigación.

Posicionamiento

Según Albrecht y Zemke (2007), el posicionamiento permite analizar la posición que ocupa la estrategia de servicio y la que quiere ocupar, por cuanto, es un proceso sofisticado que exige criterio, creatividad y la capacidad de pensar a un nivel global. Por su parte, Barrera (1998) manifiesta que su importancia radica en los valores que los usuarios le atribuyen a los servicios; entre los que se mencionan: la información puntual, concisa, depurada, limpia, rápida y otras tantas cualidades que tienen valor para el cliente (usuario) a la hora de decidirse a visitar la unidad de información o a demandar los servicios.

Con base a lo planteado, puede decirse que el posicionamiento de servicios permite proporcionar del modo más eficiente las demandas de productos y servicios por parte de los usuarios que asisten a las bibliotecas. Así pues, el posicionamiento es probablemente el paso más importante a dar en la ejecución de la estrategia del servicio en las bibliotecas, como forma efectiva en que los usuarios la tomen, la entiendan, la compartan y cumplan.

Rapidez: Para Pérez et al. (2013), la rapidez «es la cualidad de aquel o aquello que es rápido (y que, por lo tanto, se desliza a mucha velocidad)». También puede asociarse al tiempo que demora concretar algo o a la velocidad de reacción de un individuo. Así pues, cuando se habla del servicio al cliente o usuario, la clave es la rápida atención la cual implica, contar con procesos simples y eficientes que permitan responder rápidamente a las consultas de los usuarios para brindarles un servicio en la mayor brevedad de tiempo posible.

Un aspecto resaltante de una rápida atención también implica que el gerente de la organización, delegue autoridad suficiente a un trabajador para que él mismo sea capaz de atender las quejas o reclamos de los usuarios, resolver sus problemas y hacerles concesiones, sin necesidad de consultar a sus superiores para tomar decisiones. Aunado a ello, se describen algunas características que ayudarán a la organización de información a brindar una rápida atención a sus usuarios: a) crear procesos simples y eficientes como una aplicación para Smartphone, que permita tomar las solicitudes de información de los usuarios antes que éstos visiten la biblioteca; b) tener el número adecuado del personal, lo que permitirá atender rápidamente a los usuarios; c) capacitar al personal, entrenarlo para obsequiarle un excelente servicio a los usuarios y, sobre todo, hacerles notar la importancia de brindar siempre una rápida atención; d) delegar autoridad, con el propósito que un mismo trabajador sea capaz de atender alguna queja o situación propuesta por los usuarios; e) incentivar el trabajo en equipo, para hacer que el personal no trabaje aisladamente sino que esté dispuesto a hacer el trabajo de manera dinámica.

Con relación a los servicios de información puede decirse, que la rápida atención comienza por atender inmediatamente al usuario apenas éste entre a la biblioteca, haciéndole saber que se ha notado su presencia y que prontamente será atendido, luego de haber escuchado su solicitud acerca del material que desea consultar.

Atención Individualizada: Consiste en un modo de atención en el que cada persona es atendida de manera singular e individual, en función de sus características propias y sus problemas personales. Este tipo de atención, debe tomar en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares de los usuarios, con el objeto, de brindarles la atención que se merecen desde la realización de su solicitud de información, el seguimiento de su investigación hasta la entrega de sus materiales acción esta, que debe realizar una sola persona de la organización con perfecto conocimiento del material que existe en la unidad de información evitando con ello, que el usuario tenga que necesitar de la asesoría de más de una persona para satisfacer sus necesidades de información.

Según documento publicado por la Universidad de Cantabria (2011), en relación a la atención individualizada se debe tener en cuenta, que cada

persona que utiliza la biblioteca es diferente; por lo que debe ser reconocida de este modo para el servicio y debe percibir que es vista como única puesto que, cada caso, cada relación, además, es la resolución de un problema singular, que puede requerir técnicas o procedimientos peculiares; ya que, la atención individualizada supone un seguimiento consciente en el tiempo de las necesidades y planteamientos del usuario (en qué y cómo trabaja, qué le interesa). Cabe señalar, que en toda prestación de servicio lo más valioso de la atención individualizada es lo que pone de su parte la persona que la realiza, debido a que es bueno que el usuario conozca a quien lo atiende. Así pues, la atención individualizada debe enfocarse en dar prioridad al usuario efectivo y actual, concreto, sobre el abstracto o potencial.

Calidad del Servicio: Según Pizzo (2013) citado por Solórzano y Aceves (2013):

La calidad del servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en efecto mayores ingresos y menores costos para la organización.

De acuerdo con la opinión de Pizzo, un servicio que no ofrezca calidad, no cubre las expectativas del cliente y por supuesto sus necesidades. Por lo tanto, debe ser reorientado, y rotar al personal, porque quien pierde es la institución, y si no se cumple la premisa de satisfacer al cliente, de nada serviría tener un servicio, donde los usuarios solo van a tener insatisfacciones.

Ahora bien, existen una serie de características relacionadas con el servicio, que según Anierte (2013), «se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, las cuales son las siguientes: a) debe cumplir sus objetivos; b) debe servir para lo que se diseñó; c) debe ser adecuado para el uso; d) debe solucionar las necesidades; y e) debe proporcionar resultados». Estas características aunadas a otras, van a garantizar un servicio de excelencia. Y cada biblioteca, debería tener semanalmente un reporte basado en esas características u otras, que le permitan conocer como se están llevando los servicios, y

como se están sintiendo los usuarios. Esto evitaría, manejar cifras de cantidades absolutas de cumplimiento, para un informe estadístico, pero sin ninguna satisfacción al cliente.

Es oportuno mencionar también, otras características específicas descritas por Paz (citado por Verdú, 2013). Resumiendo, parte de lo expresado por Paz, mencionamos, la formalidad, la iniciativa, y la colaboración. Estas características son complementarias e importantes para poder realizar un trabajo en prestación de servicios. Primero porque la formalidad permite una actitud de respeto por el usuario y mantener el orden y el buen comportamiento en el cumplimiento de sus labores. La iniciativa, porque es necesario actuar siempre de acuerdo a la circunstancias, crear, pensar, frente a situaciones desconocidas y poder decidir, sin que se afecte el servicio. La colaboración, porque en el área de atención al cliente, son muchas las situaciones que se pueden presentar, y todos deben estar dispuestos a resolver.

Con relación a la calidad del servicio, Cardozo (2006), señala que la calidad de los servicios es una estrategia que permite que cada unidad de información le dé un valor agregado a los servicios que ofrece, permitiendo de esta manera que sean más competitivas en el mercado actual, y pueda cumplir con los requerimientos de los clientes atendidos y superar sus expectativas, por lo cual es necesario que las bibliotecas y el personal que trabaja en ellas, presten y ofrezcan los mejores servicios enfocados siempre hacia el cliente ya que ellos son la razón de ser de la organización. Es por ello, que cuando la calidad del servicio se tiene en cuenta y se percibe que el usuario está satisfecho con los servicios que le ofrece la biblioteca, se tiene la certeza que siempre recurrirá a este mismo lugar en búsqueda de ayuda para satisfacer sus necesidades de información y esa fiabilidad, permitirá mejorar la imagen corporativa de la biblioteca hecho este, que generará confianza en sus usuarios y una ventaja competitiva en el mercado.

Tecnología: Según señala Barros (2017), las tecnologías de información juegan un papel fundamental para generar y administrar conocimiento y facilitar el aprendizaje. Esto enmarcado en la necesidad que tienen las personas de comunicarse, para colaborar y coordinarse las cuales son características esenciales al trabajo en equipo, sobre todo cuando los miembros de una organización, trabajan en diferentes espacios y tiempo. De hecho, es por medio de la tecnología que se hace factible un nuevo paradigma de empresas en

red, facilitando la comunicación y coordinación en línea de los servicios con flexibilidad y adaptabilidad de acuerdo a las necesidades de los clientes. Por consiguiente, en la era de la información el cliente o usuario es el rey, y esto proviene del hecho que los avances de las tecnologías de información, permiten diseminar masivamente información acerca de los productos y servicios que le ofrecen a los usuarios, en conocimiento de la oferta como nunca antes existió en las unidades de información.

De acuerdo a lo planteado por Herrera y Pérez (2013), el entorno en línea está regularmente adaptado para trabajar cooperativamente y compartir recursos, señalando que Internet se ha convertido en una imprescindible y completa fuente de información. De igual modo, según recomendaciones de la IFLA (2001), «el alcance de los servicios que se prestan debería estar basado en una planificación realista y en los recursos financieros disponibles, así como en las necesidades que se observan en la comunidad a la que se sirve».

Con relación a lo mencionado, señala algunas características como: a) crear un grupo de trabajo de administradores y profesionales de la institución para investigar las opciones de servicio posibles y establecer prioridades; b) elaborar objetivos concretos como: ¿Cómo atenderá este servicio las necesidades de la comunidad?, ¿Cómo podría evolucionar este servicio con el transcurso del tiempo? En cuanto a este aspecto, los usos innovadores de la tecnología en la información tienden a suprimir algunas divisiones tradicionales al conectar funciones y unidades que antes eran distintas; pues, las pruebas sugieren que la tecnología de la información aumentará la incidencia de personas que trabajen como aportadores individuales y de grupos en equipos autónomos. Por tanto, es probable que el uso de tecnologías aumenta en forma apreciable el número de individuos que trabajen predominantemente por sí solos y que sólo se relacionan con los demás casi siempre por medios electrónicos.

En cuanto al trabajo en equipo, la tecnología de la información permite: a) la combinación de funciones para crear equipos de trabajo responsables de procesos completos; b) fácil acceso a la información compartida; c) inclusión de funciones preparatorias, de mantenimiento y auxiliares, para lograr con ello que el grupo de trabajo sea tan autosuficiente como sea posible; d) la simplificación del trabajo en equipo a través de mejoras en el intercambio de información, el fomento de reuniones de grupos grandes y pequeños respaldando

las decisiones de cada grupo; e) diversidad suficiente dentro del grupo de trabajo que permita la rotación de tareas, la capacitación entrecruzada y el crecimiento individual. Por consiguiente, las tecnologías de la información son fundamentales por cuanto que, permiten que las personas u organizaciones interactúen a pesar del distanciamiento geográfico en el que se encuentren.

Materiales y métodos

Esta investigación es producto de un trabajo de grado realizado sobre los valores éticos como herramientas básicas para el manejo de los servicios de información. En Maracaibo, Venezuela y en el ámbito de las bibliotecas universitarias de la Universidad del Zulia. Se desarrolla este artículo partiendo de la necesidad de determinar el posicionamiento como estrategia del servicio en bibliotecas universitarias desde la perspectiva de los valores éticos. La investigación fue de carácter descriptivo. Los datos se analizaron bajo una estadística descriptiva en función de la frecuencia y el porcentaje y el promedio como resultado de las opiniones obtenidas producto de la aplicación del instrumento.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados relacionados con posicionamiento como estrategia del servicio en bibliotecas universitarias desde la perspectiva de los valores éticos. En la tabla 1 se describen los resultados relacionados con la responsabilidad y medida a través de sus indicadores, compromiso y obligación.

Tabla 1. Variable: Valores Éticos. Dimensión: Tipos de Valores
Subdimensión: Responsabilidad

Indicadores	Alternativas						
	Siempre			Casi Siempre			
	U	P	D	U	P	D	
Compromiso	29,4%	61,9%	-32,5%	31,4%	21,4%	10,0%	
Obligación	33,8%	65,5%	-31,7%	36,3%	28,6%	7,7%	
Promedio	31,6%	63,7%	-32,1%	33,9%	25,0%	8,9%	

U: Usuario P: Personal D: Diferencia.

En la tabla 1 se puede evidenciar, que los usuarios consideran que hay limitaciones en la atención del personal con relación al compromiso. No se observa de éste, el cumplimiento ni el esfuerzo por parte del personal. Eso hace que el usuario haya opinado, resultando el compromiso con un 29,4%. En cuanto a la obligación, es decir, a ese compromiso de estar al frente del servicio, de cumplir con el vínculo laboral y con la propia obligación moral de servir al usuario, éstos consideraron, que solo se cumple en un 33,8%. Lo cual significa, que no siempre está el personal cumpliendo con la obligación moral, de atender a los usuarios oportunamente y cumplir con sus funciones.

En cuanto al personal encuestado, manifestaron que el compromiso, siempre está presente en el trabajo que realizan en la biblioteca con un 61,9%. Y la obligación, de acuerdo a su criterio, la cumplen en un 65,5%. Este resultado como se puede apreciar en promedio, presenta una diferencia de (-32,1%), con relación a la opinión del personal, lo cual significa, que hay en el personal, una tendencia a considerar que están cumpliendo a cabalidad, cuando los usuarios tienen marcadas diferencias en la opinión. Desde luego, son dos visiones distintas de una misma realidad.

Según la teoría utilizada de Castillo (2016), el compromiso es adquirido en la conciencia de cada individuo enmarcado en la disciplina, dedicación y responsabilidad, que cada uno asuma y transfiera en el desarrollo de sus funciones. Mientras que la obligación está sustentada en el acto de darle cumplimiento a las actividades asignadas. Es ético asumir que las cosas, se están haciendo de acuerdo a los preceptos establecidos. Es no ético, tratar de maquillar las actuaciones de común acuerdo.

	Alternativas								
	A veces			Casi Nunca			Nunca		
	U	P	D	U	P	D	U	P	D
	27,5%	14,3%	13,2%	6,4%	1,2%	5,2%	5,4%	1,2%	4,2%
	22,5%	4,8%	17,7%	5,9%	0,0%	5,9%	1,5%	1,2%	0,3%
	25,0%	9,6%	15,5%	6,2%	0,6%	5,6%	3,5%	1,2%	2,3%

En la tabla 2, referida al respeto se tomaron en cuenta la consideración y deferencia como características a medir. Los usuarios opinaron con relación a la consideración, que ésta se da en un 31,4% y la deferencia en un 38,7%. Lo cual significa que el respeto, medido a través de estos indicadores no se cumple totalmente. Mientras que la opinión del personal está centrada en un 57,1% para la consideración, y en 59,5% para la deferencia. Según estos resultados, el personal, visto asimismo, respeta al usuario, no lo excluye ni lo discrimina. Al contrario, atiende sus necesidades y los valora.

Se observa, entre la opinión de los usuarios y la del personal, la misma tendencia expuesta en la tabla 1. Tal vez, el personal considera que está cumpliendo con prestar la atención adecuada, que es tolerante comprensivo con el usuario; pero no hay compatibilidad en las respuestas, según los resultados. El promedio entre la opinión de los usuarios y la del personal, 35,1% (usuarios), y 58,3% (personal), marca una diferencia de -23,3%, que es preocupante en la prestación de los servicios.

La posición de Pérez y Merino (2011) con respecto a la consideración, es que ésta, se lleva a cabo cuando se respetan los sentimientos de los demás, y se establecen acuerdos, buscando la mejor alternativa. Mientras que la deferencia, es algo que trasciende a la cortesía y se acerca a la condescendencia y, es sinónimo de amabilidad, cumplimiento, atención, gentileza o cortesía. De acuerdo a los resultados, se evidencia una marcada diferencia en las opiniones de usuarios y la del personal.

Tabla 2. Variable: Valores Éticos. Dimensión: Tipos de Valores.
Subdimensión: Respeto

Indicadores	Alternativas						
	Siempre			Casi Siempre			
	U	P	D	U	P	D	
Consideración	31,4%	57,1%	-25,7%	30,9%	26,2%	4,7%	
Deferencia	38,7%	59,5%	-20,8%	30,4%	28,5%	1,9%	
Promedio	35,1%	58,3%	-23,3%	30,7%	27,4%	3,3%	

U: Usuario P: Personal D: Diferencia.

En cuanto a la honestidad, en la tabla 3 se puede constatar, la opinión de los usuarios, con relación al indicador integro. Manifiestan que el 37,2% del personal siempre hacen las cosas que deben hacer dentro de la prestación de los servicios. Actúan en forma equitativa y resuelven cualquier incidente que involucre a los usuarios. Con relación a ser justos, un 35,3% de los usuarios opinan que el personal actúa en forma justa buscando hacer las cosas bien, en forma equánime e imparcial. En cuanto al personal encuestado, este manifestó con relación a lo integro que un 51,2%, considera que el trato para los usuarios siempre, es amable, la información es proporcionada de manera gentil y sus derechos son reconocidos. En lo referente a lo justo, el personal señaló que 72,6% siempre, se prestan los servicios de manera correcta, la atención es equitativa y resuelven cualquier incidente que involucre a los usuarios. El trato es equitativo e imparcial. Al respecto, se aprecian discrepancias entre lo que opinan los usuarios con relación las respuestas del personal. Sigue observándose opiniones opuestas entre los usuarios y el personal que labora en las bibliotecas universitarias.

La solidaridad según se puede apreciar en la tabla 4, tiene sus características resaltantes en la cooperación y el apoyo. Con relación a la cooperación los usuarios opinaron, que siempre, solo un 27,9% se muestran cooperativos, Significa que procuran formular estrategias que faciliten la delegación de tareas, para lograr el objetivo propuesto. En cuanto al apoyo, manifestaron a su vez, que a veces (34,8%), del personal de la biblioteca brinda soporte a los usuarios. Por su parte, el personal considera, que la cooperación, estuvo centrada

	Alternativas								
	A veces			Casi Nunca			Nunca		
	U	P	D	U	P	D	U	P	D
	27,4%	15,5%	11,9%	7,4%	0,0%	7,4%	2,9%	1,2%	1,7%
	23,5%	10,7%	12,8%	5,9%	1,2%	4,7%	1,5%	0,0%	1,5%
	25,5%	13,1%	12,4%	6,7%	0,6%	6,1%	2,2%	0,6%	1,6%

Tabla 3. Variable: Valores Éticos. Dimensión: Tipos de Valores
Subdimensión: Honestidad

Indicadores	Alternativas					
	Siempre			Casi Siempre		
	U	P	D	U	P	D
Íntegro	37,2%	51,2%	-14,0%	36,3%	40,5%	-4,2%
Justo	35,3%	72,6%	-37,3%	33,8%	17,9%	15,9%
Promedio	36,3%	61,9%	-25,7%	35,1%	29,2%	5,9%

U: Usuario P: Personal D: Diferencia.

Tabla 4. Variable: Valores Éticos. Dimensión: Tipos de Valores.
Subdimensión: Solidaridad

Indicadores	Alternativas					
	Siempre			Casi Siempre		
	U	P	D	U	P	D
Cooperación	27,9%	40,5%	-12,6%	24,0%	27,4%	-3,4%
Apoyo	20,6%	52,4%	-31,8%	27,0%	26,2%	0,8%
Promedio	24,3%	46,5%	-22,2%	25,5%	26,8%	-1,3%

U: Usuario P: Personal D: Diferencia.

en la alternativa siempre con un 40,5%. Esto significa, que ellos, usualmente realizan esfuerzos para lograr acuerdos y estrategias, que faciliten la atención más oportuna y eficiente en los servicios. En lo relacionado con el apoyo, opinan que siempre (52,4%), están dispuestos a ayudar a que los usuarios obtengan la información oportunamente.

Pero como se puede apreciar también en la solidaridad, el promedio de los usuarios está en 24,3%, y el del personal en 46,5%, con una diferencia entre ambo resultados de -22,25%. El personal, considera que son muy

	Alternativas								
	A veces			Casi Nunca			Nunca		
	U	P	D	U	P	D	U	P	D
	20,1%	4,8%	15,3%	2,9%	3,6%	-0,7%	3,4%	0,0%	3,4%
	22,1%	9,5%	12,6%	6,4%	0,0%	6,4%	2,5%	0,0%	2,5%
	21,1%	7,2%	14,0%	4,7%	1,8%	2,9%	3,0%	0,0%	3,0%

	Alternativas								
	A veces			Casi Nunca			Nunca		
	U	P	D	U	P	D	U	P	D
	27,4%	21,4%	6,0%	12,2%	6,0%	6,2%	8,3%	4,8%	3,5%
	34,8%	17,9%	16,9%	12,7%	0,0%	12,7%	4,9%	3,6%	1,3%
	31,1%	19,7%	11,5%	12,5%	3,0%	9,5%	6,6%	4,2%	2,4%

solidarios con los usuarios en la prestación de los servicios, pero de acuerdo al promedio en las opiniones, esa condición del ser humano para con el otro, no se mantiene o cumple según se pudo corroborar.

En la tabla 5, se puede observar los promedios parciales correspondientes a los resultados de los usuarios y el personal con relación a los valores éticos, Se evidencia según los porcentajes obtenidos, que el personal manifiesta siempre actuar con valores éticos tanto en la ejecución de sus funciones como en la atención que les ofrecen a los usuarios.

Tabla 5. Variable: Valores Éticos. Dimensión: Tipos de Valores

Subdimensiones	Promedios Parciales		
	Usuarios	Personal	Diferencia
Responsabilidad	3,84	4,49	-0,65
Respeto	3,89	4,42	-0,53
Honestidad	3,97	4,51	-0,54
Solidaridad	3,48	4,09	-0,61
Promedio Total	3,80	4,38	-0,58

Mientras que los porcentajes alcanzados por los usuarios, demuestran todo lo contrario. Se observa una diferencia negativa por cada valor, que pone de manifiesto que la diferencia arrojada, evidencia que los usuarios no son atendidos en su totalidad, dentro de los valores éticos medidos (responsabilidad, respeto, honestidad y solidaridad). Que esa diferencia, además es negativa, denota la necesidad de formular estrategias para de formación integral en valores.

Los valores éticos son fundamentales para cualquier persona en la sociedad, a lo largo de toda su vida, ya que cada quien basa sus prioridades en tomar decisiones y por medio de estas forjan el rumbo de su futuro, lo aplican a su forma de ser, para desarrollarse y comunicarse con el mundo externo. Estos valores éticos influyen en cada persona en una sociedad entera y unida puesto que son completamente necesarios en todas las relaciones humanas y para el buen funcionamiento de las organizaciones.

La tabla 5 muestra los promedios parciales arrojados por los usuarios y el personal con relación a los valores éticos como la Responsabilidad, el Respeto, la Honestidad y la Solidaridad.

Se evidencia según los porcentajes obtenidos que el personal manifiesta siempre actuar con valores éticos tanto en la ejecución de sus funciones como en la atención que les ofrecen a los usuarios; mientras que los porcentajes alcanzados por parte de los usuarios, demuestran todo lo contrario. Se evidencia una notable diferencia que además es negativa y que, denota la necesidad de

formular estrategias para evitar que esto continúe ocurriendo puesto que, las bibliotecas se desarrollan en ambientes educativos, y es preocupante que los valores éticos se encuentren tan escasos y si esto continua así, estos valores tienden a ir desapareciendo trayendo como consecuencia que el personal que labora en las unidades de información universitarias ofrezca servicios de información de muy baja calidad a los usuarios que a ellas asisten en busca de satisfacer sus necesidades de información.

En la tabla 6, se pueden observar los resultados correspondientes a estrategias de servicio, relacionadas con el Posicionamiento cuyas características relevantes son la Rapidez, la Atención Individualizada, la Calidad del Servicio y las Tecnologías. Con relación a la rapidez para el manejo del servicio, los usuarios opinaron a veces (39,2%), son rápidos. Mientras que el personal opinó que en un 54,8% cumplen con la dinámica del servicio. En cuanto a la atención individualizada los usuarios consideran que en un 28.9%, se cumple la atención individualizada por parte del personal. No obstante, el personal consideró, en un 46,4%, que ellos cumplen con esta atención, procurando que los usuarios puedan canalizar directamente con el personal sus requerimientos. Con relación a la calidad del servicio, los usuarios manifestaron (36,8%), que casi siempre cuentan con servicios de calidad. Mientras que el personal para el mismo concepto, opinaron que siempre (50,00%), ofrecen calidad en el servicio.

En lo referente al uso de las tecnologías, los usuarios argumentan que casi siempre (35,3%), cuentan con tecnologías de información. El personal de la biblioteca opinó que casi siempre (46,4%), ofrecen tecnologías de información.

De acuerdo con los resultados obtenidos para el posicionamiento, se observa que hay diferencias negativas en los promedios entre las alternativas siempre (-24,7%), y casi siempre (-8,4%) en la opinión de los usuarios y el personal de la biblioteca. La tendencia observada en los resultados, es la consideración del personal de ponderar positivamente sus servicios. Pero esto contrasta, con la opinión de los usuarios quienes manifestaron con muy pocas excepciones, que los servicios que se ofrecen, en la biblioteca, no se corresponden con sus aspiraciones como usuarios ni con los valores éticos.

Tabla 6. Variable: Servicios de Información en Bibliotecas
 Dimensión: Estrategias del servicio. Subdimensión: Posicionamiento

Indicadores	Alternativas						
	Siempre			Casi Siempre			
	U	P	D	U	P	D	
Rapidez	24,5%	54,8%	-30,3%	27,4%	40,5%	-13,1%	
Atención Individualizada	21,6%	46,4%	-24,8%	28,9%	34,5%	-5,6%	
Calidad del servicio	25,0%	50,0%	-25,0%	36,8%	40,5%	-3,7%	
Tecnologías	23,1%	41,6%	-18,5%	35,3%	46,4%	-11,1%	
Promedio	23,6%	48,2%-	24,7%	32,1%-	40,5%	8,4%	

U: Usuario P: Personal D: Diferencia.

Conclusiones

Los valores éticos como la responsabilidad, el respeto y la honestidad forman parte de la vida de los seres humanos y determinan entre otros valores, el comportamiento de las personas. En la investigación realizada partiendo de los valores mencionados y el posicionamiento, se pudo concluir al pulsar la opinión del personal de atención y los usuarios, lo siguiente:

En los servicios de biblioteca, el respeto, la responsabilidad y la honestidad son valores esenciales para el buen funcionamiento de los servicios. La proporcionalidad observada en las respuestas de los usuarios y el personal, determinan que existe una tendencia por parte del personal, de mantener los servicios y atención a los usuarios, como si realmente se cumplieran a cabalidad y dentro de los preceptos establecidos por ellos. El personal se inclina por las respuestas que lo favorezcan. Ya esto refleja un problema de valores al no declarar un comportamiento responsable, honesto, respetuoso. En este caso, es el usuario, junto con la imagen de la institución, el más afectado, por cuanto es él, quien acude día a día a la prestación de los servicios, y puede

	Alternativas								
	A veces			Casi Nunca			Nunca		
	U	P	D	U	P	D	U	P	D
	39,2%	4,8%	34,4%	4,9%	0,0%	4,9%	3,9%	0,0%	3,9%
	26,0%	15,5%	10,5%	20,1%	0,0%	20,1%	3,4%	3,6%	-0,2%
	28,4%	9,5%	18,9%	8,3%	0,0%	8,3%	1,5%	0,0%	1,5%
	32,9%	10,7%	22,2%	6,4%	1,2%	5,2%	2,4%	0,0%	2,4%
	31,6%	10,1%	21,5%	9,9%	0,3%	9,6%	2,8%	0,9%	1,9

directamente, percibir y determinar cómo se está llevando a cabo el servicio en la biblioteca: si son de calidad, si responden a lo inmediato, si la atención es eficiente y respetuosa.

Visiblemente, los usuarios en los promedios, no muestran total satisfacción. Esto, puede deducirse por la diferencia en los promedios, la cual resultó negativa. No obstante, pudieran existir excepciones en la atención. Hay fluctuaciones en la prestación del servicio. Lo cual demuestra, que el personal no está cumpliendo con los preceptos establecidos para el manejo de ellos. En el caso de los servicios de biblioteca, se observa un problema de conciencia. Como prestador de un servicio, el personal debería ser un referente. Darle posicionamiento a la biblioteca, a través del cumplimiento oportuno de cada uno de ellos. Así mismo, reconocer las deficiencias y escuchar al usuario siempre.

Referencias

- Abbagnano, N. (2016). Diccionario de filosofía. Actualizado y aumentado por Giovanni Fornero. Published by Fondo de cultura económica, México. Recuperado de [www.academia.edu/20196340/Abbagnano - Diccionario de Filosofía 2a ed](http://www.academia.edu/20196340/Abbagnano_-_Diccionario_de_Filosofía_2a_ed)
- Albrecht, K., y Zemke, R. (1991). Gerencia del Servicio. LEGIS Fondo Editorial: Santa Fé-Colombia. Recuperado de <http://es.slideshare.net/albertogaitan87/gerencia-del-servicio-karl-albrecht-ron-zamke>.
- Alvarado, L. (2010). Reflexiones teóricas: Valores Éticos en la Prestación de Servicios de la Administración Pública. Revista Gestión y Gerencia Vol. 5 No. 2 Agosto, Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt" (UNERMB). Recuperado de www.ucla.edu.ve/DAC/investigacion/.../Agosto%202011/3-%20LisandroAlvarado.pdf
- Aniorte, N. (2013). Servicios de Calidad. [Recuperado de http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)
- Barrera R., E. (1998). Mercadeo de Servicios de Información. Colciencias. Medellín-Colombia.
- Barros, B., & Verdejo, M.F. (2017). Entornos para la realización de actividades de aprendizaje colaborativo a distancia. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/925/92551205.pdf>
- Brugger, W. (2014). Diccionario de Filosofía. HERDER: BARCELONA. [themecolor] Nueva edición de un gran diccionario: [themecolor] [themecolor]Walter Brugger revisado y actualizado por HaraldSchöndorf[themecolor]. Recuperado de esword-espanol.blogspot.com/2015/12/este-diccionario-de-filosofia-consta.html
- Cabral, B. (2012). Mercadotecnia y ética: ¿valores encontrados en las bibliotecas universitarias? Recuperado de <http://revistas.unam.mx/index.php/rbu/article/view/35773>
- Cardozo C., M. C. (2006). El Mercadeo de Servicios en las Bibliotecas Públicas Colombianas: Entorno y Herramientas Prácticas Situacionales: Bibliotecas Básicas, Locales y Comunitarias de Bogotá D.C. Universidad de la Salle Facultad de Sistemas de Información y Documentación Bogotá D.C. Recuperado de repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/12694/33001202.pdf;sequence=2

- Castillo, E. (2016). El valor del compromiso. Vicerrector de Educación a Distancia y Virtual de Uniremington. Recuperado de <http://www.uniremington.edu.co/bucaramanga/cat/noticias-cat/1158-el-valor-del-compromiso.html>
- Corcho Orrit R y Corcho Asenjo A. (2008). Filosofía y Ciudadanía. Editorial Bruño. Madrid. Recuperado de iesalfonsox.es/wp-content/.../FILOSOFÍA-Y-CIUDADANÍA-1º-BACH-CIDEAC.pdf
- Cortina, A. (2009). Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía. Tercera Edición. Alianza Editorial.
- Diccionario de la Real Academia Española (2016). Recuperado de <http://dle.rae.es/>
- Durkheim, F. E. (2016). Solidaridad y sociología. Recuperado de <http://www.significados.com/solidaridad/>
- Fernández, N., Delgado, F., y López, A. (2013). Valores Éticos-Morales en el Contexto de la Gestión Pública. Revista Formación Gerencial, Año 12 N° 2, Noviembre. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4772727.pdf>
- Fuentes, J. (2007). Planificación y Organización de Centros Documentarios. Organización y funcionamiento de bibliotecas, centros de documentación y centros de información. Ediciones Trea, S.L.: España.
- García, J. (2009). Orientación y Atención al Usuario en Bibliotecas Públicas. Departament de Cultura i Patrimoni. Consell de Mallorca. Biblioteca Pública Municipal. Ayuntamiento de San Javier (Murcia). Grupo de Investigación en Bibliotecas, Archivos y Cultura Informacional. Universidad de Murcia. Recuperado de <http://biblioteca.sanjavier.es/webs/fjgg.htm>
- Garza, J. (2004). Valores para el ejercicio profesional. Guías Didácticas. :México. McGraw-Hill/Interamericana.
- González, J. (2013). Fundamentos teóricos de la cooperación y aplicaciones prácticas. Departamento de Didáctica de la Universidad de Alcalá. Recuperado de <http://sedeonline.blogspot.com/2013/03/fundamentos-teoricos-de-la-cooperacion.html>
- Herrera M., J. L., y Pérez P, M. (2013). Servicios bibliotecarios: referencia, consulta en sala y préstamo. Recuperado de eprints.rclis.org/15450/7/Servicios-Tema-6.pdf
- IFLA (2001). Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas Recuperado de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3mY-0VAqzMwJ:https://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

- Márquez F, Á. (2001). La ética del Investigador frente a la Difusión y Producción del Conocimiento Científico. En Revista Venezolana de Gerencia (RVG). Año 6. N.16. pp. 632-650
- Morán, E. (2011). El Respeto. UJGH, Maracaibo. Recuperado de <http://www.respetoerlaynesmoran.blogspot.com/2011/04/el-respeto-como-valor-autor-erlaynes.html>
- Pérez P. J., y Merino, M. (2013). Definición de rapidez. Recuperado de (<http://definicion.de/rapidez/>)
- Pérez P. J., y Merino, M. (2011). Definición de consideración. Recuperado de (<http://definicion.de/consideracion/>)
- Pizzo, M. (2013). Construyendo una definición de Calidad en el Servicio. Recuperado de <http://comoservirconexcelencia/html>
- Ponjuán D., G. (2011). La gestión de información y sus modelos representativos. Valoraciones. En Revista Ciencias de la Información, vol. 42, núm. 2, mayo-agosto, pp. 11-17. Instituto de Información Científica y Tecnológica. La Habana, Cuba. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181422294003>
- Possenti, V. (2016). La Obligación Moral y la Percepción de los Valores. Recuperado de <https://www.scribd.com/document/209358691/Vittorio-Possenti>
- Quintero, H. (2013). Los valores éticos de los empleados administrativos del núcleo humanístico de la Universidad del Zulia. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73728678007>
- Quintero, Y. (2011). Los Valores Éticos y los Modos de Actuación Profesional: Un Círculo Virtuoso. Cuadernos de Educación y Desarrollo Vol 3, Nº 27, mayo 2011. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/ced/27/yjqc2.htm>
- Ramírez, H., Santovenia, J., Figueroa, A. y Vega, M. (2008). Los servicios de información. Un acercamiento a su evolución. Revista Ciencias de la Información, vol. 39, núm. 2, mayo-agosto, 2008, pp. 23-35 Instituto de Información Científica y Tecnológica. La Habana, Cuba. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181421632003>
- Romero, G. (2006). Principios y valores éticos en las organizaciones bancarias respecto a la calidad del servicio y atención al cliente. Revista Venezolana de Gerencia, v.11, n.36. Maracaibo, oct. 2006. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842006000400008

Universidad de Cantabria (2011). Pautas de Atención al Público. Recuperado de www.buc.unican.es/sites/default/files/DOCS/atencionalpublico.pdf

Universidad de Salamanca (2015). Servicios Bibliotecarios. Servicios a los usuarios. Recuperado de [www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/bmn/5servicios_calidad en bibliotecas.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/bmn/5servicios_calidad_en_bibliotecas.pdf)

Verdú, C. (2013). 13 Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente. Recuperado de <http://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

Yarce, J. (2012). Qué son y cómo operan los valores. Recuperado de <http://www.degenerencia.com/articulo/que-son-y-como-opetran-los-valores>