



**UNIVERSIDAD NACIONAL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

**ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA, DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN**

**Plan para promover y difundir los servicios de información del Centro de Documentación e Información del Instituto Nacional de Seguros.**

Proyecto de graduación para optar por el grado de licenciatura en Bibliotecología y Documentación

Rocío Burgos Camacho

Heredia, Costa Rica

Noviembre 2014

## Tribunal Examinador

**Máster Aracelly Ugalde Víquez**

**Representante Decanato**

---

**Máster Lucrecia Barboza Jiménez**

**Representante de la Dirección**

---

**Máster Nydia Rojas Morales**

**Tutora**

---

**Máster Maribel Vallejos Vásquez**

**Lectora**

---

**Lic. Adrián Gerardo Vargas Coto**

**Lector**

---

**Máster Alfonso Mora Nuñez**

**Profesor Especialista**

---

## Dedicatorias

“Gracias Dios por darme tu bendición y la oportunidad de finalizar este trabajo final de graduación, por hacer que mi vida sea maravillosa. Tu luz siempre me ilumina y haces que cada día sea especial”...

A mis padres Mario Burgos y Cecilia Camacho, quienes incondicionalmente me brindan su amor y apoyo, y me han guiado por el buen camino. Los amo mucho...

A mi hermana Albina y a mis sobrinas María Paula y Mariangel quienes han estado siempre apoyándome, gracias por llenar mi vida de alegría...

A la memoria de mi abuelita Adelina Camacho “Mamá”, quien fue un gran ejemplo de lucha y esfuerzo, Te extraño...

A mi esposo Jairo Miranda por ser una parte importante en mi vida, gracias por tu paciencia y comprensión incondicional.

## **Agradecimientos**

A mi tutora Nydia Rojas, por su apoyo, paciencia, guía y dedicación. Gracias por compartir conmigo sus conocimientos y amistad.

De igual manera agradezco a la Sra. Maribel Vallejos y al Sr. Adrián Vargas lectores de la investigación por su apoyo y guía, además por enriquecer mi carrera profesional.

Agradezco a la señora Mayra Fallas, coordinadora del Centro de Documentación e Información del Instituto Nacional de Seguros por su colaboración durante todo el proceso.

A mis tías y a todas las personas que de una u otra manera colaboraron en la culminación exitosa de esta investigación.

## Resumen Ejecutivo

El Instituto Nacional de Seguros contribuye con el crecimiento socioeconómico del país, ya que ofrece diferentes seguros que permiten la equidad y el bienestar general de todos los costarricenses. Su principal objetivo es mantener la excelencia en el servicio mediante la satisfacción de sus clientes.

Asimismo, el Centro de Documentación tiene como misión satisfacer las necesidades de información de los clientes internos y externos del Instituto Nacional de Seguros, brindando servicios de calidad.

En este aspecto, el mercadeo de servicios juega un papel importante, ya que permite por medio de la relación entre los usuarios y el centro de documentación, conocer cuáles son las necesidades de información y lograr satisfacerlas en el menor costo y tiempo posible.

Aplicando el mercadeo de servicios, se logró identificar las necesidades de los funcionarios del Instituto Nacional de Seguros, evaluar los servicios que ofrece el Centro de Documentación e identificar las principales debilidades y amenazas con el fin de convertirlas en fortalezas y oportunidades que permitirán ejecutar el plan de promoción y difusión que se propone.

La investigación se divide en seis capítulos, el primero contiene la introducción, el problema y su importancia, el estado de la cuestión y los objetivos.

El capítulo II marco teórico, define los temas básicos tratados en la investigación como lo son la definición de centro de documentación, servicios de información, mercadotecnia y además se describe tanto el Instituto Nacional de Seguros así como el Centro de Documentación e Información donde se desarrolla la investigación.

En el capítulo III marco metodológico, se describe el proceso cómo se llevó a cabo la investigación, el enfoque utilizado, el tipo de investigación, los sujetos y fuentes

de información seleccionadas, las variables y técnicas de recolección de datos y por último el alcance de la misma.

En el capítulo IV análisis situacional del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros, se muestran los resultados obtenidos para cada variable. Los datos se representan por medio de gráfico, tablas y cuadros elaborados en el programa Microsoft Excel. Además se realiza un análisis FODA donde se identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los recursos con que cuenta el Centro de Documentación.

El capítulo V propuesta del plan estratégico de promoción, presenta la elaboración de cada uno de los elementos que contiene la propuesta para el Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros como lo son: la justificación, la metodología de la propuesta, redefinición de la misión y visión del Centro, los objetivos del plan de promoción, la segmentación del mercado, las estrategias de promoción, la creación de los medios de promoción generales y específicos para cada servicio que ofrece el Centro de Documentación, los planes de acción y cronograma de actividades, así como los planes de evaluación y control, el presupuesto del plan y finalmente los recursos necesarios para brindar servicios de calidad.

Finalmente, en el capítulo VI se presentan las conclusiones y recomendaciones donde se señala la importancia y las ventajas de implementar el plan de promoción y difusión de los servicios que brinda el Centro de Documentación del INS.

**Palabras clave:** mercadotecnia, mercadeo de servicios, servicios de información, centro de documentación, necesidades de información, promoción, publicidad, posicionamiento, planeación estratégica.

## Tabla de Contenido

ÍNDICE DE CUADROS .....	XII
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XVIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIX
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>20</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>20</b>
<b>1.1 EL PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA.....</b>	<b>21</b>
<b>1.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN.....</b>	<b>24</b>
<b>1.3 OBJETIVOS.....</b>	<b>32</b>
OBJETIVO GENERAL 1 .....	32
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	32
OBJETIVO GENERAL 2 .....	33
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	33
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>34</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>34</b>
<b>2.1 CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....</b>	<b>35</b>
2.1.1 FUNCIONES DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	36
2.1.2 COLECCIONES DE UN CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	36
2.1.3 INFRAESTRUCTURA DE UN CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	37
2.1.4. SERVICIOS QUE BRINDA UN CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	38
2.1.5. USUARIOS QUE ATIENDE UN CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	38
2.1.6 RECURSOS QUE REQUIERE UN CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	39
2.1.6.1 Personal .....	39
2.1.6.2 Recurso Tecnológico.....	40
2.1.6.3 Recurso Material.....	41
2.1.6.4 Recurso Económico .....	42
2.1.7 ÁREAS TEMÁTICAS DE LOS CENTROS DE DOCUMENTACIÓN .....	42

<b>2.2 SERVICIOS DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>43</b>
2.2.1 CICLO DEL SERVICIO .....	45
2.2.2 EVALUACIÓN DEL SERVICIO.....	46
2.2.3 TIPOS DE SERVICIOS EN LOS CENTROS DE DOCUMENTACIÓN. ....	47
2.2.4 VENTAJAS DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN.....	49
<b>2.3 MERCADOTECNIA .....</b>	<b>50</b>
2.3.1 ETAPAS DE LA MERCADOTECNIA .....	50
2.3.1.1 <i>Planeación estratégica</i> .....	51
2.3.1.2 <i>Definición de la misión y visión organizacional</i> .....	51
2.3.1.3 <i>Definición de los objetivos de la organización</i> .....	52
2.3.1.4 <i>Análisis Situacional</i> .....	52
2.3.1.5 <i>Estrategias de mercadotecnia</i> .....	54
2.3.1.6 <i>Mezcla de mercadotecnia</i> .....	55
2.3.1.7 <i>Seguimiento del Plan de Mercadotecnia</i> .....	60
2.3.1.8 <i>Implementación, evaluación y control</i> .....	60
<b>2.4 EL INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS (INS).....</b>	<b>61</b>
<b>2.5 CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DEL INS.....</b>	<b>65</b>
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>72</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>72</b>
<b>3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO.....</b>	<b>73</b>
<b>3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>73</b>
<b>3.3 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN. ....</b>	<b>74</b>
3.3.1 SUJETOS .....	74
3.3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA. ....	74
3.3.3 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	74
<b>3.4 VARIABLES ANALIZADAS .....</b>	<b>75</b>
<b>3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....</b>	<b>79</b>
<b>3.6 PROCEDIMIENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS.....</b>	<b>81</b>
<b>3.7 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN. ....</b>	<b>81</b>
3.7.1 PROYECCIONES .....	81

3.7.2 LIMITACIONES .....	82
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>83</b>
<b>ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DEL INS. ....</b>	<b>83</b>
<b>4.1 ANÁLISIS DEL AMBIENTE DE LOS USUARIOS.....</b>	<b>84</b>
<b>4.2 FUNCIONARIOS DEL INS.....</b>	<b>84</b>
<b>4.3 ESTADO ACTUAL DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN. ....</b>	<b>85</b>
4.3.1 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS .....	85
4.3.2 USO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE EL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN. ....	89
4.3.3 SERVICIOS REQUERIDOS POR LOS FUNCIONARIOS DEL INS. ....	92
4.3.4 MEDIOS DE DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS .....	93
4.3.5 DISPONIBILIDAD Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN. ....	94
4.3.6 PREFERENCIA DE IDIOMAS.....	95
4.3.7 PREFERENCIA DE FORMATO .....	95
4.3.8 ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	96
4.3.9 FINALIDAD DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA.....	96
4.3.10 TEMAS DE MAYOR INTERÉS. ....	97
4.3.11 MEDIOS UTILIZADOS PARA OBTENER INFORMACIÓN .....	99
4.3.12 PREFERENCIA DE RECURSOS DOCUMENTALES .....	100
4.3.13 DEMANDA DE NUEVOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN .....	100
4.3.14 GRADO DE SATISFACCIÓN .....	102
4.3.15 FRECUENCIA DE VISITA.....	102
4.3.16 LIMITACIONES EN LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN.....	103
4.3.16.1 <i>Limitantes de uso</i> .....	103
4.3.16.2 <i>Limitantes de acceso</i> .....	104
4.3.16.3 <i>Limitantes de horario</i> .....	104
4.3.16.4 <i>Limitación de recursos</i> .....	104
4.3.17 POSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	105
<b>4.4 ANÁLISIS FODA DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DEL INS. ....</b>	<b>108</b>
4.4.1 RECURSO TECNOLÓGICO .....	108
4.4.2 RECURSO HUMANO .....	110
4.4.3 RECURSO ECONÓMICO .....	112
4.4.4 RECURSO BIBLIOGRÁFICO.....	113
4.4.5 INFRAESTRUCTURA FÍSICA .....	114

4.4.6 SERVICIOS .....	115
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>117</b>
<b>PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN .....</b>	<b>117</b>
<b>5.1 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>118</b>
<b>5.2 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>119</b>
<b>5.3 PROPUESTA DE LA MISIÓN Y VISIÓN PARA EL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DEL INS .....</b>	<b>119</b>
<b>5.4 OBJETIVOS DEL PLAN DE PROMOCIÓN .....</b>	<b>120</b>
<b>5.5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>120</b>
<b>5.6 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN .....</b>	<b>122</b>
<b>5.7 MEDIOS DE PROMOCIÓN GENERALES .....</b>	<b>123</b>
5.7.1 LOGO DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN.....	123
5.7.2 SITIO WEB .....	124
5.7.3 BANNERS INFORMATIVO .....	146
5.7.4 BROCHURES IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS.....	148
5.7.5 VIDEOS.....	151
5.7.6 RELACIONES PÚBLICAS.....	151
5.7.7 MARQUESINAS LUMINOSAS.....	151
5.7.8 REDES SOCIALES .....	152
5.7.9 EXPOSITORES .....	153
5.7.10 BOLETÍN INFORMATIVO.....	153
5.7.11 CAPACITACIONES .....	154
<b>5.8 MEDIOS DE PROMOCIÓN PARA SERVICIOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>161</b>
5.8.1 PRÉSTAMO A SALA Y DOMICILIO .....	161
5.8.2 SERVICIO DE REFERENCIA .....	164
5.8.2.1 Préstamo Interbibliotecario .....	166
5.8.2.2 Búsquedas en Master Lex .....	169
5.8.2.3 Diseminación selectiva de información.....	171
5.8.2.4 Búsquedas bibliográficas especializadas .....	174
5.8.2.5 Búsquedas en Internet de Leyes y Reglamentos .....	176
5.8.2.6 Base de datos de la comunidad del conocimiento .....	178

5.8.2.7 Capacitaciones en el uso de los servicios de información.....	180
5.8.3 CONSULTAS EN LÍNEA.....	183
5.8.4 SERVICIO DE FOTOCOPIADO.....	185
5.8.5 SERVICIO DE CONSULTA DE PERIÓDICOS.....	187
5.8.6 RESUMEN GACETARIO Y BOLETÍN JUDICIAL.....	189
5.8.7 SERVICIO AUDIOVISUAL.....	191
5.8.8 CATÁLOGO.....	192
5.8.9 SERVICIO DE NUEVAS ADQUISICIONES.....	194
<b>5.9 PLANES DE ACCIÓN Y CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>197</b>
5.9.1 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	197
5.9.1.1 Etapas de la promoción.....	197
<b>5.10 MECANISMOS PARA LA EVALUACIÓN Y EL CONTROL.....</b>	<b>198</b>
5.10.1. INDICADORES PARA LA DEFINICIÓN DEL SERVICIO.....	199
5.10.2 INDICADORES PARA LA ESTRATEGIA DE PRECIO.....	200
5.10.3 INDICADORES PARA LA ESTRATEGIA DE PLAZA.....	200
5.10.4 INDICADORES PARA LA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	201
<b>5.11 PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>201</b>
<b>5.12 RECURSOS NECESARIOS PARA BRINDAR SERVICIOS DE CALIDAD.....</b>	<b>202</b>
5.12.1 RECURSOS DOCUMENTALES.....	202
5.12.2 RECURSO FÍSICO.....	202
5.12.3 RECURSO TECNOLÓGICO.....	203
5.12.4 RECURSO ECONÓMICO.....	207
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>208</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>208</b>
<b>6.1 CONCLUSIONES.....</b>	<b>209</b>
<b>6.2 RECOMENDACIONES.....</b>	<b>212</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>215</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>219</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Frecuencia de uso de los servicios del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	90
Cuadro 2. Servicios que desean obtener los funcionarios del INS en el Centro de documentación, San José, Costa Rica, 2012.....	92
Cuadro 3. Temas de interés para los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	98
Cuadro 4. Demanda de nuevos servicios por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	101

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de la Administración del INS, San José, Costa Rica, 2014. ....	64
Figura 2. Organigrama del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2014. ....	67
Figura 3. Propuesta de Logotipo para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013. ....	124
Figura 4. Propuesta para la página principal del sitio web del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	128
Figura 5. Imagen representativa del servicio de búsquedas bibliográficas especializadas en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	129
Figura 6. Imagen representativa del servicio de bases de datos referenciales y en texto completo en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	130
Figura 7. Imagen representativa del servicio de préstamo interbibliotecario en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	131
Figura 8. Imagen representativa del servicio de consulta de periódicos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	132
Figura 9. Enlace al menú servicios en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	133
Figura 10. Enlace al menú institucional en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	134
Figura 11. Enlace al menú colecciones en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013. ....	135
Figura 12. Información correspondiente al menú colecciones en el sitio web propuesto .....	136

Figura 13. Enlace al menú mapa web en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	138
Figura 14. Enlace al menú contáctenos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	139
Figura 15. Enlace al catálogo documental en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	140
Figura 16. Enlace al menú nuevas adquisiciones en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	141
Figura 17. Enlace al menú encuéntranos en del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	142
Figura 18. Enlace al menú su opinión es importante del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	143
Figura 19. Enlace al formulario de sugerencias en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	143
Figura 20. Enlace al blog informativo en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	145
Figura 21. Enlace al blog informativo en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	146
Figura 22. Diseños propuestos para banners informativos del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	147
Figura 23. Diseño propuesto para un brochure informativo del Centro de Documentación del INS, parte A, San José, Costa Rica, 2013.....	149
Figura 24. Diseño propuesto para un brochure informativo del Centro de Documentación del INS, parte B, San José, Costa Rica, 2013.....	150
Figura 25. Frases propuestas para las marquesinas informativas que divulgarán al Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	152
Figura 26. Diseño propuesto para un boletín informativo del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	154
Figura 27. Diseño propuesto para la invitación a la capacitación impartida en el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	157

Figura 28. Diseño propuesto para una memoria del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	158
Figura 29. Diseño propuesto para un bolígrafo del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	158
Figura 30. Diseño propuesto para un calendario del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	159
Figura 31. Diseño propuesto para separadores del Centro de Documentación del INS (separador 1), San José, Costa Rica, 2013.....	160
Figura 32. Diseño propuesto para separadores del Centro de Documentación del INS (separador 2), San José, Costa Rica, 2013.....	160
Figura 33. Diseño propuesto para separadores del Centro de Documentación del INS (separador 3), San José, Costa Rica, 2013.....	160
Figura 34. Enlace al menú servicio de préstamo a sala y domicilio en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	162
Figura 35. Contenido de la página del servicio de préstamo a sala y domicilio en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	163
Figura 36. Contenido de la página del menú servicio de referencia en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	165
Figura 37. Contenido de la página del servicio de préstamo interbibliotecario en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	167
Figura 38. Contenido del enlace formulario de solicitud para el Servicio de Préstamo Interbibliotecario en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	168
Figura 39. Contenido de la página del servicio de búsquedas en la Base de Datos Master Lex en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	170

Figura 40. Contenido de la página del servicio de Diseminación Selectiva de Información en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	172
Figura 41. Contenido del enlace formulario de solicitud para el Servicio de Diseminación Selectiva de Información en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	173
Figura 42. Contenido de la página del servicio de búsquedas bibliográficas especializadas en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	175
Figura 43. Contenido del enlace formulario de solicitud para el Servicio de búsquedas bibliográficas especializadas en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	176
Figura 44. Contenido de la página del servicio de búsquedas en Internet de Leyes y Reglamentos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	177
Figura 45. Contenido de la página del servicio de base de datos de la comunidad del conocimiento en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	179
Figura 46. Contenido de la página del servicio de capacitaciones en el uso de los servicios de información en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	181
Figura 47. Contenido del enlace formulario de solicitud para las capacitaciones en el uso de los servicios de información del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	182
Figura 48. Contenido de la página del servicio de consultas en línea en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	184
Figura 49. Contenido de la página del servicio de fotocopiado en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	186

Figura 50. Contenido de la página del servicio de consulta de periódicos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	188
Figura 51. Contenido del enlace al periódico La Nación en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	189
Figura 52. Contenido de la página del servicio de resumen gaceterio y boletín judicial en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	190
Figura 53. Contenido de la página del servicio audiovisual en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	192
Figura 54. Contenido de la página del servicio catálogo documental en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	193
Figura 55. Contenido de la página del servicio de nuevas adquisiciones en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	195
Figura 56. Contenido del enlace formulario de solicitud para el servicio de nuevas adquisiciones del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013 .....	196

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Frecuencia de uso de los servicios del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	91
Gráfico 2. Medios por los que se enteran los funcionarios del INS del nuevo material que ingresa al Centro de Documentación, San José, Costa Rica, 2012. ....	94
Gráfico 3. Formato en que los funcionarios del INS prefieren la información, San José, Costa Rica, 2012. ....	95
Gráfico 4. Finalidad de los servicios del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	96
Gráfico 5. Tipo de demanda de los servicios de información por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	103
Gráfico 6. Motivos del desconocimiento del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	106
Gráfico 7. Calificación a los servicios que ofrece el Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables analizadas .....	75
Tabla 2. Servicios del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2012. ....	85
Tabla 3. Propuesta de un tema de capacitación para promocionar y difundir el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.....	155
Tabla 4. Cronograma de medios publicitarios .....	198
Tabla 5. Hardware y software requerido para el Centro de Documentación. ....	205

**CAPÍTULO I**  
**INTRODUCCIÓN**

## **1.1 El problema y su importancia.**

Los usuarios, en la vida diaria, necesitan de información y a medida que los centros de documentación se saturan de ella, se hace más difícil su acceso. De ahí la importancia de convertir los centros de documentación en entes que organicen los servicios y productos para proporcionar información de calidad a los usuarios.

Tradicionalmente los centros de documentación, tienen como principal misión conocer en profundidad y estar al día sobre la producción científica relacionada con las diferentes áreas temáticas, obteniendo nuevos documentos que permitan extraer su contenido informativo ya que solo así podrán ser recuperados y difundidos con rapidez. Las tecnologías de información contribuyen al desarrollo de estos servicios apoyándose, además, con técnicas de mercadeo cuyos resultados permitan satisfacer la necesidad de información de sus usuarios.

Los centros de documentación brindan información específica, también se caracterizan por entregar al usuario la información pertinente y necesaria en el momento y en el formato que lo requiera. López (2004), define los centros de documentación como “la unidad orgánica por excelencia donde se produce la transformación de la información de entrada en información de salida o base potencial de nueva información” (p.296). Por otra parte, plantea que:

La planificación es la fase correspondiente al establecimiento y definición de las características de los Centros de Información Documental. Los planificadores y diseñadores deberán determinar los objetivos que han de ser alcanzados por el Centro, así como especificar los aspectos técnicos de las estrategias o planes de acción para su consecución, incluidos la selección y desarrollo de las herramientas específicas que formarán parte de sus componentes. (p. 296)

Los servicios de información de estos centros tienen como finalidad poner en contacto a los diversos usuarios con información particular que requieren para

llenar una necesidad de información y como misión, conocer a profundidad y estar al día sobre la producción científica con el fin de que el servicio brindado sea de calidad.

Por lo dinámico del mundo de la información, los centros de documentación deben estar siempre presentes en el desarrollo e innovación de los servicios y productos ofrecidos. Lo anterior, no solo obliga a investigar los servicios que se ponen a disposición de los usuarios, sino a desarrollar e implementar todo tipo de estrategias de mercadeo para promocionarlos.

Particularmente, el Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros de Costa Rica (INS) facilita y agiliza el acceso a la información especializada en el área de seguros, salud ocupacional, riesgo del trabajo y afines. También proporciona información para el apoyo a la investigación, atendiendo las necesidades de información del personal (administrativos, investigadores, técnicos, especialistas, etc.) para contribuir al logro de los objetivos de la Institución.

Según lo publicado en el sitio web del INS (2014), la misión de esta institución es contribuir al desarrollo económico y social de sus asegurados y del país en general, a través del negocio de los seguros y del cumplimiento de su función social. En este contexto, el Centro de Documentación tiene como objetivo brindar servicios especializados de información en todo lo que se refiere al área de los seguros, salud ocupacional, riesgos del trabajo y afines, tanto a funcionarios del INS como a entes externos que así lo soliciten. Sin embargo, es necesario conocer el grado de aprovechamiento y divulgación de los servicios que brinda este Centro, único y especializado en las temáticas indicadas en el nivel nacional.

Ante la importancia que tiene el sector seguros para el desarrollo del país, es necesario poner a disponibilidad toda información precisa que contribuya y apoye la labor de los usuarios involucrados. Por lo tanto, se considera relevante la recolección y el análisis de la información referente al Centro de Documentación y

al mercado meta con el fin de proponer una estrategia de promoción la cual permita divulgar los servicios que el Centro ofrece.

Es preciso señalar que la investigación de mercados resulta fundamental ya que los usuarios de información buscan servicios personalizados y de excelente calidad, exigencias que cada vez son mayores. De ahí la importancia de este tipo de estudios, que permiten a las organizaciones alcanzar sus metas de manera eficiente, adoptando nuevas estrategias para administrar y ofrecer servicios con valor agregado. “Esta herramienta es la orientación empresarial hacia el cliente y el instrumento que se encargará de recolectar y procesar las informaciones sobre las necesidades y los deseos de los consumidores, para luego transformarlas y proponer productos para satisfacerlos”. (Arellano, 2000, p.2)

La experiencia de visitar y observar el acontecer del Centro de Documentación del INS ha demostrado que la utilización de este Centro por parte de su personal y público en general es escasa, comprobando que existe un nivel mínimo de comunicación entre los usuarios y el Centro de Documentación.

Por esta razón, a partir de los resultados de la investigación de mercado, se hace una revisión de los servicios actuales, con el objetivo de cumplir con estándares de calidad reconocidos que permitan la certificación de los mismos, de manera que se adecuen a las necesidades de los usuarios mediante una estrategia cuyo objetivo primordial es atraer al usuario para que utilice los recursos, proporcionando la información que este requiere para concretar sus labores y tomar la decisiones que contribuyan al cumplimiento de la misión del INS. Barrera (1998) resalta que:

El mercadeo de servicios es un proceso integral de gestión de la unidad de información, que reconoce la importancia de la utilización de las técnicas de la moderna gerencia de las organizaciones, las que parten de la premisa de la orientación de la administración hacia la prestación del servicio adecuado a las demandas y exigencias de los usuarios, en quienes ve la razón de su existencia. (p.18)

De modo similar Cobra (2000), manifiesta que “un servicio sólo tiene valor para el consumidor si éste reconoce la importancia del beneficio ofrecido”. (p.27)

Por todo lo anterior, se considera de mucha importancia la formulación de planes de mercadeo social que promuevan el acceso a la información, como es el caso del Centro de Documentación del INS.

Para desarrollar esta investigación, se pretende dar respuesta a las interrogantes que se plantean a continuación:

¿Cuál es la situación actual del Centro de Documentación del INS?

¿Cuál es la estrategia de promoción que se debe formular para los servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS?

## **1.2 Estado de la cuestión.**

Mediante la búsqueda bibliográfica cuidadosa se constata que en el ámbito nacional existen varias investigaciones que desarrollan aspectos del plan de mercadeo dirigido a servicios de información.

Una de las investigaciones más recientes es el proyecto titulado “Modelo de un plan de mercadeo social en búsqueda del posicionamiento: el caso de las bibliotecas especializadas en Derecho del Cantón Central de San José: distritos El Carmen y Catedral”, elaborado por Milena Camacho Arley, Gabriela Chinchilla Montoya, Laura Rodríguez Segura y Viviana Tenorio Loría en el año 2010. Esta investigación tiene como objetivo general 1 realizar un estudio de mercadeo social para bibliotecas especializadas en derecho el sector público de los distritos del Carmen y Catedral del cantón central de San José y como objetivo general 2 diseñar un plan de mercadeo social con el fin de propiciar el posicionamiento en las bibliotecas especializadas en Derecho del sector público de los distritos del Carmen y Catedral del cantón central de San José. Para lograr dichos objetivos, se identificaron los servicios y productos de información que ofrecen las bibliotecas especializadas en derechos de dichos cantones, además se determinó

el perfil de los usuarios de dichas bibliotecas y el nivel de satisfacción de los usuarios en relación a los servicios y productos que ofrecen. Para cumplir con el objetivo general 2 se define las estrategias y tácticas de mercadeo social que permita posicionar las bibliotecas en dichos distritos y asimismo se propone el plan para lograr las estrategias y tácticas para la divulgación efectiva de los servicios y productos de dichas bibliotecas especializadas.

Las autoras señalan como soluciones la identificación de servicios y productos, así como su preferencia y frecuencia de uso, se define un perfil de cada grupo de usuarios, reconociendo sus preferencias y exigencias y como última solución se logran medir los niveles de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios de las bibliotecas de la Asamblea Legislativa, el Poder Judicial, la Procuraduría General de la República y el Tribunal Supremo de Elecciones.

Como recomendación se propone la creación de un consorcio de información especializada en Derecho, obteniendo un logo, un lema y un portal virtual buscando posicionarse en la mente del mercado meta de cada una de las bibliotecas. También recomiendan la unificación y relanzamiento de los servicios ya existentes.

La investigación descrita y la presente investigación se asemejan por estar orientados a la promoción de los servicios bibliotecarios con el fin de promover su uso, además se pretende medir la frecuencia de uso y el nivel de satisfacción de los servicios ofrecidos. Se relaciona también por definir las estrategias adecuadas para llevar a cabo el plan de promoción.

Otro estudio relacionado es la “Creación de un Departamento de Mercadeo en una empresa proveedora de servicios en medios de pago electrónicos”, elaborado por Kattia Villaplana Alvarado en 2004, la cual tiene como objetivo principal, implementar el concepto moderno de mercadeo en una empresa que provee servicios de procesamiento de tarjetas-emisor, procesamiento de tarjetas – adquirente y cajeros automáticos en el mercado costarricense, con el propósito de brindar las herramientas necesarias para justificar la creación de un Departamento

de Mercadeo que le ayude a la empresa en su proyección de imagen y servicios a mediano plazo. Se realizó un análisis íntegro, interno y externo de la empresa, a través de la cual fue posible determinar que en la empresa es necesario aprovechar las fortalezas y amenazas. Dentro de las principales conclusiones de la investigación, se puede mencionar que se da un manejo inadecuado de las promesas del servicio y no se entrega lo que se promete. Por lo que se propone un plan para integrar los esfuerzos comunicacionales para minimizar o eliminar la falta de comunicación entre la empresa, su público interno y externo.

Aunque este trabajo no está dirigido al área de Bibliotecología, posee una estrecha relación con la presente investigación ya que tiene como objetivo implementar el concepto moderno de mercadeo en una empresa que provee servicios de procesamiento de tarjetas, que brinda servicios y productos, para que proyecte su imagen. Semejante a esta situación, se pretende promocionar el Centro de Documentación tanto dentro de la institución como fuera de ella para dar a conocer a sus usuarios la unidad de información y sus servicios.

El “estudio de factibilidad para la comercialización de servicios y productos de información en la Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información de la Universidad Nacional”, realizado por Ana María Alfaro Leitón, Marta Castillo Alfaro, Aracelly Ugalde Víquez, María Elena Ureña Jiménez y Nora Varela Fallas en el año 1991, se centra en determinar la factibilidad de la gestión de un proyecto de prestación de servicios remunerados al sector productivo nacional, en forma de comercialización de servicios y productos de información. Identifica la disponibilidad de recurso económico con que cuenta la Escuela. Además, determina el mercado sobre los clientes potenciales de servicios y productos de información y plantea una propuesta para la comercialización de servicios y productos de información de la Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información de la Universidad Nacional.

Dentro de las soluciones planteadas, se recomienda promover la participación del personal académico y otras personas que enriquezcan la comercialización de los

servicios y productos de información, y los beneficios generados por la pretensión del servicio remunerado al sector productivo nacional se utilice para: realizar seminarios y talleres con profesionales de bibliotecas, compartir conocimiento, publicación de textos especializados en bibliotecología y documentación, compra y mantenimiento de equipo de cómputo.

Algunas recomendaciones que plantea son: ofrecer la prestación de servicio remunerado al sector productivo nacional y desarrollar la habilidad y competencia de la Escuela para realizar proyectos de comercialización de servicios y productos.

Este estudio y la presente investigación coinciden en que están orientadas a brindar servicios de información y determina el mercado de clientes que los utilizan. Se diferencian en que la primera se enfoca a la prestación de servicios remunerados al sector productivo nacional por parte de la Escuela, es decir, a la comercialización de servicios y productos de información, mientras que esta investigación se centra en centros de documentación que pertenecen a una institución estatal y propone la promoción de los servicios que este Centro de Documentación ofrece. La tesis aportará al presente estudio información valiosa en cuanto al desarrollo de servicios, analizando aspectos relacionados con la prestación de dichos servicios, así como las estrategias utilizadas para su promoción y comercialización.

También en esta misma línea de trabajo se encuentra la investigación titulada “La comercialización de servicios y productos para los usuarios potenciales en el Sistema de Bibliotecas, Documentación e Información de la Universidad de Costa Rica”, realizada por Alberto Guevara Fernández y Patricia Vargas Brenes en el año 1997. Este trabajo consiste en proponer un modelo viable de venta y comercialización de servicios existentes, realizando un diagnóstico previo del Sistema de Bibliotecas, Documentación e Información para determinar con qué recursos cuenta, conocer las necesidades de los usuarios potenciales y la receptibilidad hacia servicios y productos que se brindan y por cuáles estarían dispuestos a pagar. Además, desarrolla un modelo para la comercialización de los

servicios y productos en el Sistema de Bibliotecas, Documentación e Información de la Universidad de Costa Rica.

Algunas soluciones planteadas son: mejorar la infraestructura de algunas bibliotecas, ampliando principalmente las salas de estudio individual y en grupo, fortalecer y actualizar el acervo bibliográfico de acuerdo con los contenidos de los programas de estudio, adecuar salas para el uso de bases de datos, implementar una adecuada divulgación de los servicios para aumentar la utilización por parte de los usuarios, además de cobrar una cuota aparte de la matrícula para el mejoramiento de los servicios.

Dentro de las conclusiones expuestas se presentan las siguientes: las colecciones se encuentran desactualizadas, la atención brindada por los bibliotecólogos no es la apropiada, los usuarios del Sistema de Bibliotecas, Documentación e Información conocen todos los servicios, sin embargo, solo utilizan el préstamo de material bibliográfico y las salas de estudio, la divulgación del servicio es poco apropiado. Esta investigación aporta a la presente investigación, información específicamente del diagnóstico realizado y de la identificación de los recursos necesarios.

El estudio realizado por Guevara y Vargas se asemeja con la presente investigación, en tanto, una de las conclusiones indica que la divulgación de los servicios no es la apropiada y los usuarios, aun conociendo los servicios, no los utilizan todos. También se realiza divulgación de los servicios para aumentar el uso por parte de los usuarios. La diferencia consiste en que esta investigación está dirigida a comercializar los servicios que ofrece el Sistema de Bibliotecas, Documentación e Información, mientras que en la presente investigación no se pretende vender servicios, al contrario, promocionarlo e impulsar al usuario a que lo utilice.

Por otra parte el documento titulado “Plan estratégico de comercialización de servicios y productos de información para la Biblioteca de la Sede Región Brunca de la Universidad Nacional, dirigida a Universidades de Pérez Zeledón”, elaborada

por Idalie Jiménez Solís en el año 1999, plantea la posibilidad de desarrollar y establecer una estrategia para la comercialización de productos y servicios en la Biblioteca de la Sede Regional Brunca de la Universidad Nacional. Además, analiza el mercado de los servicios y productos de información de la Biblioteca hacia universidades privadas de la región para su comercialización. Semejante a los proyectos anteriores, determina los servicios y productos que se ofrecen, las necesidades de información del mercado, los servicios y productos que se comercializan, además de proponer un plan de comercialización de estos servicios y productos.

Jiménez identifica como soluciones, realizar estudios de usuarios potenciales para conocer las necesidades, establecer horarios de atención, implementar una adecuada divulgación de servicios y productos de información para incrementar el uso de los mismos, capacitar al personal y definir un manual de procedimientos para los procesos administrativos. Recomienda entre otras cosas, fomentar la imagen de calidad y servicio mediante políticas de atención al cliente para mantener la confiabilidad de los clientes actuales y crear conciencia en los nuevos usuarios.

Esta investigación al igual que las anteriores, se asemeja con los estudios de Jiménez en la adecuada divulgación de los servicios y productos y se diferencia en que pretende comercializar los servicios y productos de información. Un aporte importante de esta investigación es la definición de la planeación estratégica que forma parte importante en la propuesta del plan de promoción y difusión.

El proyecto de investigación que lleva como título “Plan estratégico de mercado Biblioteca Conmemorativa Orton CATIE/IICA”, elaborado por Marcela Gil en 1999, propone un plan estratégico de mercadeo en dicha biblioteca y tiene como objetivo segmentar el mercado meta, determinar los servicios que ofrece, analizar costo-beneficio de los principales servicios, definir el precio de los servicios y establecer las estrategias para llegar al segmento de usuarios. Algunas consideraciones y conclusiones que arrojó el estudio fueron: identificar las necesidades de cada segmento, las características y la forma de trato para cada segmento, la posición

de acuerdo con el mercado para pagar por el servicio y conocer las necesidades de los usuarios.

Se observa una relación en comparación con la presente investigación ya que busca mejorar los servicios y productos en beneficio del mercado, además de buscar las estrategias de cómo llegar al usuario meta. El estudio realizado por Gil expresa el acuerdo por parte de los usuarios de pagar por los servicios y productos que reciben, lo cual se puede convertir en una oportunidad para los Centros de Documentación a un mediano plazo. Este trabajo de graduación describe el procedimiento y las técnicas necesarias para proporcionar los servicios, lo cual se convierte en un gran aporte a la presente investigación.

El trabajo titulado “Plan para promover y difundir los servicios y productos de información del programa agropecuaria (PIAGRO) del Ministerio de Agricultura y Ganadería”, realizado por Claire Picado y Ada Viales en 1996, pretende plantear los mecanismos para promover y difundir los servicios y productos de información, con el fin de vender los mismos a los usuarios aun sin recuperación de costo, mediante la previa identificación de las necesidades. Entre los objetivos que plantea es investigar el estado actual de la oferta y demanda de productos y servicios de información en el PIAGRO y proponer un plan para promover y difundir los servicios y productos de información en PIAGRO.

Las autoras recomiendan, entre otros aspectos, establecer convenios de cooperación con unidades de información del ámbito nacional, de esta manera se asegura brindar servicios de información de calidad. Evaluar anualmente los servicios y productos de información del PIAGRO para tal efecto al considerarse el estudio. La promoción de servicios nuevos se puede realizar a corto plazo por medio de la red Internet.

En relación con la presente investigación, se está de acuerdo con las autoras anteriormente citadas, que se debe realizar un diagnóstico del estado actual de los servicios y productos brindados. La investigación mencionada será útil para el presente trabajo de graduación en cuanto al diagnóstico se refiere.

Del estado de conocimiento se concluye lo siguiente:

Se han elaborado diferentes estudios de mercado donde se pretende promocionar productos y servicios de información.

Existe un grado de similitud en cada uno de los trabajos citados con la presente investigación, sin embargo, el enfoque que estos autores dan está encaminado hacia la comercialización de productos y servicios, cuya finalidad es obtener ganancias económicas que beneficien dichas instituciones.

No existe una investigación que promocióne específicamente los servicios del Centro de Documentación del INS, de ahí la importancia de elaborar un plan estratégico de mercadeo que permita el fortaleciendo y promoción de este Centro de Documentación.

### **1.3 Objetivos.**

#### **Objetivo General 1**

Realizar un análisis del Centro de Documentación del INS que permita describir su estado actual en cuanto al uso de servicios de información.

#### **Objetivos Específicos:**

1. Describir el estado actual de los servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS.
2. Identificar las necesidades de información de los usuarios del Centro de Documentación del INS.
3. Identificar la demanda de los servicios del Centro de Documentación del INS.
4. Identificar las limitaciones de los usuarios para el acceso a los servicios de información.
5. Identificar el posicionamiento del Centro de Documentación del INS.

## **Objetivo General 2**

Diseñar una propuesta para promover y difundir los servicios de Información del Centro de Documentación del INS.

### **Objetivos Específicos:**

1. Realizar un análisis FODA del Centro de Documentación del INS en relación con los servicios que ofrece.
2. Proponer la planeación estratégica del Centro de Documentación del INS.
3. Segmentar el mercado y determinar el mercado meta al cual se dirige el plan de promoción.
4. Definir la estrategia de promoción del Centro de Documentación del INS.
5. Identificar los recursos necesarios para ofrecer los diferentes servicios.
6. Establecer los mecanismos de evaluación del plan de difusión y promoción y difusión de los servicios del Centro de Documentación del INS.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Centro de Documentación.**

En los Siglos anteriores, las bibliotecas o unidades de información se creaban con una finalidad cultural y educativa un poco limitada. Esta se dirigía únicamente a una población específica, sin pensar en que esta situación podría cambiar y así fue ya que con la llegada de la sociedad de la información y el conocimiento se amplía el horizonte informacional y el concepto de unidad de información, percibiendo la información como una ventaja competitiva para las diferentes unidades u organizaciones, facilitando la toma de decisiones en un mundo caracterizado por el cambio constante y por ser sumamente competitivo.

Por esta razón, se da origen al crecimiento de centros de documentación especializados a lo interno de cada organización, donde la misión, visión, objetivos y metas del centro estén orientados a identificar y evaluar la satisfacción de las necesidades de los usuarios de la información y desarrollar organizaciones competitivas que aprovechen el conocimiento para crear, prestar y ofrecer servicios y productos informativos dentro y fuera de la organización. De acuerdo con Jaramillo (2006),

Los centros de documentación son unidades de información altamente especializadas - suelen estar adscritos a organismos de investigación - cuyo objetivo es estar vinculado al apoyo del desarrollo de la investigación en un campo de conocimiento específico, su tarea es apoyar a los investigadores en su labor documental, es decir, en la búsqueda, recuperación y obtención de información científica, de acuerdo a sus perfiles e intereses. (p. 5)

Asimismo, un centro de documentación es aquella unidad que forma parte de una organización que investiga un área del conocimiento específico para atender las necesidades de su personal y alcanzar las metas de la organización. Se especializa en la selección, adquisición, almacenamiento, descripción y análisis

del acervo documental, para lograr poner a disposición la información de una manera rápida y oportuna a sus usuarios.

### **2.1.1 Funciones del centro de documentación.**

Los centros de documentación cumplen una función exclusiva que es proporcionar información, muchas veces como apoyo a la investigación dentro de una organización. Otras funciones que se desempeñan son:

- ✓ Contribuye con los objetivos y metas principales de la organización.
- ✓ Almacena la producción documental de la organización (literatura gris, publicaciones periódicas, documentos oficiales, normas, patentes, etc.).
- ✓ Efectúa el análisis documental de cada documento (adquiere, almacena, procesa, recupera y difunde la información acerca del área específica), en relación con el área de interés de la organización.
- ✓ Mantiene actualizado el acervo bibliográfico y brinda información personalizada con el fin de ofrecer servicios de información de calidad.

### **2.1.2 Colecciones de un centro de documentación.**

Las colecciones en los centros de documentación se caracterizan por ser el producto de varias investigaciones realizadas por miembros de la institución, según el área temática que corresponda. Por lo tanto el libro deja de ser el documento más importante desde el punto de vista del tamaño de la colección. Algunos ejemplos de dichos documentos son: la literatura gris, publicaciones periódicas, videos, normas, etc.

El tratamiento bibliográfico que se le da a los documentos consiste en un análisis que permite representar su contenido, elaborando resúmenes con el fin de facilitar la selección de la información por parte del usuario, poniendo a disposición la información de forma rápida y eficiente, ya sea impresa o digital, esto permite reducir el espacio físico de la colección. Se procura ser preciso en la presentación del contenido de los documentos por medio de la utilización de tesauros, listas de

encabezamiento de materia o elaboración de un sistema de clasificación derivado de la Clasificación Decimal Dewey o la creación de nuevos sistemas.

Las colecciones son poco extensas ya que constantemente se realizan actualizaciones con el fin de mantener la colección al día, tomando en consideración que existen diversos soportes documentales los cuales contribuyen a reducir el espacio que requiere la colección impresa.

### **2.1.3 Infraestructura de un centro de documentación.**

La infraestructura se constituye por el edificio que alberga el centro de documentación que generalmente forma parte de la organización. Está compuesto por varios departamentos, por ejemplo: salas de lectura, hemeroteca, audiovisuales, oficinas administrativas, área de préstamo y devolución, área de procesos técnicos y el acervo bibliográfico. Esto varía de acuerdo al espacio físico disponible, a la comunidad de usuarios que atienda y al presupuesto disponible. Otros aspectos por tomar en cuenta son:

- ✓ Mobiliarios y equipamiento: esto en el caso de brindar servicios accesibles para personas con algún tipo de discapacidad.
- ✓ Señalización y accesibilidad: es la capacidad para moverse con comodidad en los diferentes departamentos, escaleras, pasillos, señalización a lo interno y externo del centro de documentación, además de utilizar un sistema de búsqueda de información ágil.
- ✓ Seguridad: debe brindarse para el material bibliográfico como para el usuario; caracterizado por ser contra robo, vandalismo o daño a los materiales por medio del uso de sistemas de protección contra robo que obligue a las personas a respetar el centro de documentación.
- ✓ Facilidad de uso, luminosidad y grado de temperatura: controlar el grado de luz y de ruido que pueda afectar no solo al usuario al utilizar el servicio, sino también al centro de documentación al pretender brindar un servicio de calidad. Se debe controlar la temperatura que afecta el estado físico del material bibliográfico.

#### **2.1.4. Servicios que brinda un centro de documentación.**

Los centros de documentación brindan diversos servicios con el fin de satisfacer los requerimientos y necesidades de los diferentes tipos de usuarios. Algunos de estos servicios son: el préstamo a sala y domicilio del material bibliográfico, búsquedas especializadas, consultas documentales, disponibilidad de acceso a bases de datos, referencias bibliográficas, búsquedas bibliográficas, diseminación selectiva de la información, fotocopiado, préstamo interbibliotecario, catálogos impresos, bibliografías especializadas con información a nivel nacional e internacional, resolución de consultas específicas y elaboración de boletines de alerta.

El desarrollo de servicios especializados de información compromete al centro de documentación a contar con un recurso humano capacitado, con infraestructuras y equipos adecuados. Además, deben conocer los usuarios, los cuales tienen una necesidad de información muy específica y cambiante, por lo tanto, debe desarrollar constantemente nuevos servicios de información que faciliten el uso de las tecnologías y recursos existentes. Para lograr enfrentar los nuevos retos informativos se deben ofrecer servicios competitivos que permitan insertar al centro de documentación positivamente en el entorno de la organización y en la mente del usuario.

#### **2.1.5. Usuarios que atiende un centro de documentación.**

Los usuarios de la información, son la razón de ser de los centros de documentación, por lo tanto, los objetivos, servicios, productos, políticas y procedimientos que se realicen deberán estar encaminados a satisfacer de manera eficaz sus necesidades, cumpliendo el papel de intermediario entre el usuario y el conocimiento. Para conocer dichas necesidades se pueden utilizar varias herramientas como la elaboración de estudios de usuario o la definición de un perfil del usuario donde se refleje la razón del porqué acude ese usuario al centro de documentación.

Estos usuarios se caracterizan por poseer una gran formación profesional y por ende, requieren información de calidad. Por esta razón, acuden al centro de documentación donde se albergan recursos bibliográficos correspondientes a su especialidad, convirtiéndose el centro en una herramienta para generar conocimiento.

Como usuarios se contemplan todas las personas e instituciones del sector público y privado (investigadores, estudiantes, otros centros de documentación y funcionarios) que hagan uso de los servicios y productos de información que ofrece el Centro.

## **2.1.6 Recursos que requiere un centro de documentación.**

### **2.1.6.1 Personal**

El personal determina, en un centro de documentación, el grado de éxito del mismo. El mejorar las contribuciones que efectúe el personal al centro constituye una meta esencial ya que son el capital y la materia prima para que este logre cumplir sus objetivos y metas. El personal debe responder a los desafíos que presenta la organización y la sociedad en general.

El personal debe caracterizarse por estar capacitado para manipular información, además de organizar, administrar y facilitar la recuperación de la misma. Por lo tanto, este debe motivar a la organización a generar conocimiento y contribuir al posicionamiento de la organización. Según Sánchez (2005),

El profesional de la información que se formó educativamente en el Siglo XX, debe entender que ya vive en el siglo XXI y la sociedad del conocimiento le exige asumir su rol en su ejercicio profesional. Sus actividades deben estar orientadas a romper el paradigma, de que cómo bibliotecarios o documentalistas, únicamente ayudan en los procesos educativos y de investigación (p. 13).

Para comprender el siglo actual donde la información y el conocimiento son condiciones esenciales para la innovación y el desarrollo social, se debe

interactuar con personas multidisciplinarias y multifuncionales, desarrollando competencias que promuevan el liderazgo y la autonomía suficiente para hacer uso de la información y brindar servicios de calidad, apoyando documentalmente las actividades que desarrollan los funcionarios/usuarios dentro de la institución.

#### **2.1.6.2 Recurso Tecnológico**

Barrera (1998) señala que:

Los nuevos desarrollos tecnológicos están permitiendo alcanzar una interconectividad entre diferentes sistemas, culturas e información a una rapidez vertiginosa poniendo en la palma de la mano todo tipo de datos y facilitando la asimilación de conocimientos por todo aquel que tenga acceso a estas tecnologías (p. 129).

Los centros de documentación permanecerán revolucionando a causa de la introducción de nuevas tecnologías ya que incrementan el valor del servicio y facilitan la atención del usuario; además brindan oportunidades para prestar un servicio mucho mejor y justifican la necesidad de invertir en equipos modernos y sus respectivas capacitaciones. El acceso a Internet reduce la demanda del material tradicional, facilitando la consulta a bases de datos y a catálogos a nivel nacional e internacional.

Suárez y Alonso (2007) indican que:

La nueva economía se basa en unos pilares aparentemente muy delicados: los datos, secuencia de números abstractos que viajan en forma electrónica por el aire o por los cables. Pero además de delicados son poderosos, puesto que los datos, debidamente procesados, se transforman en información de utilidad. La información analizada, almacenada, transmitida, reutilizada y compartida genera conocimiento (p. 8).

Actualmente se propone utilizar sistemas integrales basados en software libre que permiten el intercambio de información con otros centros que tratan la misma temática, agilizando la automatización del mismo de una forma rápida. La

utilización de software libre y hardware de última generación facilitan el intercambio de datos de una forma eficaz, rápida y oportuna, convirtiéndose en una competencia para cualquier institución cuyo objetivo sea brindar un buen servicio.

Invertir en recurso tecnológico permite reducir espacio y tiempo, disminuye los costos de adquisición de material, facilitando compartir recursos bibliográficos con otros centros documentales, además agiliza el proceso de búsqueda y recuperación de información por medio de bases de datos y reduce los gastos en cuanto a normalización. Otra ventaja tecnológica es facilitar la comunicación por medio del correo electrónico, permitiendo digitalizar documentos para su pronto envío y reduce el desperdicio de papel al agilizar los procesos del centro.

Las telecomunicaciones han contribuido positivamente al desarrollo de nuevos servicios, a la realización de nuevas actividades y formas de transmitir información. Además, permite mejorar la difusión de dichos servicios, ofreciendo la posibilidad de satisfacer la demanda de información del usuario, dándole a conocer las posibilidades informativas y los diversos recursos que se ponen a su disposición.

### **2.1.6.3 Recurso Material**

El centro de documentación utiliza gran recurso material como sellos, artículos de oficina, materiales de almacenamiento que corresponden a estanterías, muebles para periódicos y material audiovisual. Sillas, mesas, escritorios y equipo informático como: computadoras, scanner, impresoras, cámaras, etc.

Algunos recursos bibliográficos que se pueden mencionar son libros, informes, tesis, patentes, normas, literatura gris, boletines bibliográficos, boletines de resúmenes y acceso a bases de datos.

#### **2.1.6.4 Recurso Económico**

El recurso económico de los centros de documentación depende de la organización a la cual pertenecen. Dentro de este recurso económico se contemplan varios aspectos según lo señala Guinchat (1990, p.469):

- ✓ Remuneración del personal (es lo más importante en todas las unidades de información y representa, por lo general, más de la mitad de los gastos).
- ✓ La adquisición de documentos (en algunos casos supera los costos de personal).
- ✓ Gastos de tratamiento (utilización del ordenador, elaboración de boletines y otros productos).
- ✓ Suministros.
- ✓ Equipamiento (amortización, mantenimiento, sustitución de aparatos).
- ✓ Comunicaciones (correo, teléfono, transporte, etc.)
- ✓ Gastos generales (electricidad, limpieza, etc.)
- ✓ Gastos por subcontratación, los cuales pueden ser importantes si algunas funciones se encomiendan a otras instituciones o personas.

Las asignaciones del presupuesto se dan en función de las necesidades del centro de documentación y de las posibilidades de la institución. Cada institución tiene su normativa específica para asignar el presupuesto.

#### **2.1.7 Áreas temáticas de los centros de documentación**

Los centros de documentación contemplan áreas temáticas variadas, esto de acuerdo a la especialidad de la organización a la que pertenecen. Como por ejemplo, el Centro de Documentación del INS, el cual se especializa en áreas como seguros, salud ocupacional, riesgos del trabajo y afines.

## 2.2 Servicios de Información

Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico” (Kotler, 2004, p. 235).

Como se menciona, aunque un servicio sea tangible o no, la calidad del servicio debe ser un factor competitivo que debe mantenerse, programarse y vivirse constantemente para así transformar la mente del usuario de dicho servicio, ya que si este se encuentra satisfecho se convertirá en parte del futuro de la organización. Al respecto Kotler y Armstrong (2008) definen el servicio como “... cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible porque no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo” (p. 199). Las cuatro características de los servicios son (p. 223):

- ✓ Intangibilidad: Los servicios no pueden verse, degustarse, tocarse, oírse ni olerse antes de la compra.
- ✓ Variabilidad: La calidad de los servicios depende de quién los presta, cuándo, dónde y cómo.
- ✓ Inseparabilidad: Los servicios no pueden separarse de sus proveedores.
- ✓ Imperdurabilidad: Los servicios no pueden almacenarse para venderse o usarse después.

Lo más importante es crear clientes satisfechos quienes enfrentarán el ambiente cambiante y competitivo de la sociedad actual. Cada usuario tendrá actitudes y necesidades diferentes, por esta razón se pondrán a su disposición diversas herramientas e instrumentos de acceso a las fuentes de información que satisfagan a la población con los servicios que se ofrecen. Un servicio es la relación permanente entre el usuario de la información y el profesional de la información, cuyo objetivo es que el usuario esté satisfecho con el desempeño del profesional y de la organización al finalizar el ciclo del servicio.

Pineda (2000) describe la información como:

Recurso relevante en el desarrollo científico y técnico de la sociedad moderna, es el vehículo que trasmite el conocimiento, por lo tanto es un elemento esencial para el bienestar y el progreso. La información es necesaria para la toma de decisiones, el acceso y uso de ella ha dividido a los ciudadanos en pobres y ricos en información, unos que no tienen acceso a ella, y otros que tienen acceso a la información para la toma de decisiones acertadas y satisfactorias (p. 3).

Por su parte, Sánchez (2007) indica que “...el servicio de información se ha caracterizado por suministrar información específica y brindar las facilidades para el uso de los libros y la diseminación de la información de la biblioteca o las unidades de información” (p.100), y más adelante señala qué:

Para brindar los servicios de información en un entorno cambiante que comprende el uso vertiginoso de publicaciones electrónicas e impresas, el Internet y otros materiales con fines didácticos, la demanda de profesionales con habilidades y aptitudes es un requisito indispensable para guiar a los usuarios a tener acceso a estas fuentes de información, al manejo de nuevos instrumentos de acceso y a discriminar y seleccionar los documentos relevantes en este entorno (p.100).

Finalmente Ramírez (2008), indica que:

Los servicios son actividades identificables e intangibles, que una parte (proveedor) ofrece a otro (usuario y/o cliente) para proporcionar la satisfacción de las necesidades de estos últimos. Su realización puede estar relacionada con un bien o producto físico. Además, son la unión de todas las actividades que desarrolla una unidad informativa, o cualquier institución que tiene como objetivo satisfacer las necesidades y demandas informativas del usuario individual y colectivo (p. 31).

Se puede concluir entonces que los servicios de información surgen como una oportunidad para resolver la necesidad que tiene el usuario de conocer la información más actualizada acerca de un tema en específico. Esta situación le permite al usuario priorizar sus necesidades y exigir servicios conforme a sus necesidades. Así mismo, la renovación de los servicios de información en las unidades de información permite, organizar y procesar grandes cantidades de información, transformarla en conocimiento en el menor tiempo posible con la colaboración de las nuevas tecnologías, agilizando el tratamiento, almacenamiento, disponibilidad, facilidad de acceso, rapidez y distribución de la información, mejorando así los servicios ofrecidos.

### **2.2.1 Ciclo del Servicio**

El servicio surge como una solución al cliente, para que este utilice los productos con el fin de satisfacer su necesidad. La mayor parte de las organizaciones brindan servicios múltiples ya que son el núcleo esencial de la organización. Al igual que los productos, los servicios tienen un ciclo de vida por desarrollar, Barrera (1998, p. 89), y Kotler (2004, p. 252) lo desglosan de la siguiente manera:

- ✓ La primera etapa es la introducción, que tiene lugar cuando el centro de documentación es creado y se da a conocer a la sociedad los diferentes servicios que brinda. Esta introducción a la sociedad requiere de tiempo y de promoción, la cual suele ser lenta. En la etapa introductoria, el costo económico es alto debido a que el centro de documentación deberá invertir en material bibliográfico y demás recursos necesarios para brindar el servicio, así como proporcionarlo e informar a la sociedad acerca del nuevo servicio y convencerla de que lo utilicen.
- ✓ La segunda etapa es el crecimiento, que constituye el periodo donde el servicio ofrecido por parte del centro de documentación es aceptado con mayor rapidez por el usuario, quien lo utiliza con mayor frecuencia, indicando así la efectividad del mismo. La disponibilidad para utilizar diferentes recursos cuando

se obtiene un servicio beneficiará el grado de utilización del mismo, por lo tanto, aumentará su crecimiento.

✓ La tercera etapa es la madurez, periodo donde se frena el crecimiento del servicio en cuanto a su utilización y como consecuencia el servicio se estanca, ya que ha logrado ser aceptado por la mayoría de usuarios. El grado de utilidad del servicio se mantiene en nivel o baja a causa del costo que implica continuar brindando el mismo.

✓ La cuarta etapa es la decadencia, en la que los servicios entran en una etapa de declinación, por muchos motivos, por ejemplo: la falta de uso y promoción, por ser sustituidos por otros servicios y por la competencia, por dejar de ser actualizados o por abarcar una sola temática. En la medida que disminuya el uso de un servicio, los centros de documentación deberán pensar en eliminar el servicio con el fin de invertir sus recursos en servicios más atractivos, a no ser que existan buenas razones para conservarlo.

### **2.2.2 Evaluación del Servicio**

Los centros de documentación y las diferentes organizaciones se deben plantear una pregunta importante: ¿Sus procesos y servicios se pueden mejorar de algún modo? Esto depende del deseo que tenga el centro de documentación de aumentar la satisfacción del usuario, reducir los costos, incrementar los beneficios e incluso responder a las sugerencias de los usuarios. Al respecto, Ramírez (2008) manifiesta que:

La evaluación es un proceso que su realización permite analizar el nivel de correspondencia entre lo que la organización se propuso en un principio y lo que en realidad realizó, es decir, la correspondencia y cumplimiento de su visión, misión, objetivos y metas para desarrollar la toma de decisiones acertadas, que contribuyan a su mejora y desarrollo continuo (p. 32).

Además señala,

La evaluación, considerada como una herramienta gerencial, persigue recoger información confiable en correspondencia con cualquier actividad realizada por la organización o por los individuos, a partir de indicadores que, en este sentido, intentan distinguir en qué medidas se cumplen aquellas condiciones y tareas dirigidas a obtener los resultados esperados (p.32).

De acuerdo a lo anterior, algunos aspectos importantes para realizar la evaluación del servicio son los siguientes:

- ✓ Planear la evaluación del servicio: definir los objetivos, el alcance y aspectos básicos del Centro de Documentación y también del ciclo del servicio.
- ✓ Obtener información del cliente: realizando frecuentemente estudios de campo, reevaluación de las herramientas de medición (cuestionarios, entrevistas, etc.) y ejecutar trabajos de campo.
- ✓ Procesar y analizar la información obtenida: estos resultados conllevan a definir una estrategia de servicio en el centro de documentación y formular nuevos planes de acción.
- ✓ Modificar el servicio con base en los resultados obtenidos de la evaluación.

### **2.2.3 Tipos de servicios en los centros de documentación.**

Los servicios son actividades que se desarrollan en una organización o cualquier institución dedicada a satisfacer las demandas de información de cada usuario. El centro de documentación se caracteriza por ofrecer servicios muy específicos, los cuales proporcionan ayuda a los usuarios para encontrar la información necesaria.

Estos servicios se deben basar en el conocimiento anticipado, obtenido de un estudio de la población que atenderá el centro acerca del tipo de usuario y de sus necesidades las cuales serán cubiertas por dichos servicios. A continuación se describen algunos de los servicios más convencionales.

Servicio de préstamo: Consiste en poner a disposición del usuario los documentos que alberga el centro de documentación, este préstamo puede realizarse tanto dentro como fuera del centro. Para realizar los diferentes préstamos debe existir un reglamento propio del centro donde se indique plazos de préstamo, tipos de usuarios, condiciones del servicio (por medio de carné, etc.), definición de las diferentes categorías de documentos (definición tamaño de colección), número de usuarios, documentos valiosos, número de ejemplares u obras, reserva de documentos, renovaciones, procesos de reposición de documentos, sanciones por incumplimiento de plazos de préstamo, etc.

Búsquedas de información especializada: Esta función se complementa con el análisis documental, el cual facilita localizar el documento con más facilidad y rapidez. Es un servicio ofrecido a los diferentes tipos de usuarios, consiste en la revisión del acervo bibliográfico del Centro y llevar un historial de las búsquedas realizadas anteriormente. Si es necesario y las políticas lo permiten, la búsqueda se puede realizar en otras instituciones (a nivel interno y externo a la institución).

Préstamo interbibliotecario: es un servicio que genera demanda, reduce el costo económico, y permite tener acceso al documento original. Sin embargo, existen también desventajas al realizar este tipo de servicio, por ejemplo: el exceso en la demanda de solicitudes, el deterioro de material, costo de envío, entre otros. López (2004) indica que "...se le conoce también como servicio de acceso al documento, o como una operación mediante la cual una biblioteca necesite de otra un documento (original o copia), de que no dispone en su colección, para atender la solicitud de un usuario" (p. 440).

Servicio de alerta: Consiste en la divulgación por medio de una lista de referencias bibliográficas ya sea en formato impreso o electrónico de los trabajos científicos o de los documentos más recientes sobre un tema de interés. Anteriormente debe de existir un perfil de usuarios definido que permita conocer las áreas temáticas de interés para cada usuario. Este se brinda por diferentes medios: expositor de documentos, boletines informativos, escaneo de tablas de contenido, etc. Su

principal objetivo es mantener informados a los usuarios en su campo de interés, divulgar los títulos de los documentos de recién ingreso.

**Acceso a equipo tecnológico:** Pone a disposición equipo que facilite las búsquedas de información y sirva como apoyo a las diferentes investigaciones, además permite el acceso a Internet y a diferentes bases de datos especializadas que brindan información oportuna y gratuita.

**Salas de estudio:** Servicio brindado para realizar las consultas del material que por diversas razones no se pueden prestar para domicilio, por ejemplo, el material de referencia, ejemplares únicos o muy antiguos, etc.

**Salas de atención personalizada:** servicio brindado por el personal del centro con el fin de facilitar las búsquedas y utilización de los diferentes servicios que ofrece.

**Diseminación Selectiva de Información:** Procedimiento mediante el cual se suministra periódicamente, a cada usuario o grupos de usuarios, las referencias de los documentos y puede consistir simplemente en las copias de las tablas de contenido que corresponde a intereses de conocimiento de dichos usuarios. Acorde con las tendencias actuales, el servicio puede darse en formato electrónico, que puede facilitar o diversificar lo que se ofrece.

#### **2.2.4 Ventajas de los servicios de información.**

Cuando una unidad de información enfoca los servicios de información hacia las perspectivas del usuario; es necesario dejar constancia de su participación en el desarrollo de servicios. Según Lammbin (1994), citado por Ramírez (2008, p. 27), señala que:

Los proveedores que deseen tener éxito en sus servicios, deben concentrar estos en sus usuarios, teniendo en cuenta las indicaciones siguientes:

✓ No suponer cuáles son las necesidades de los usuarios, sino preocuparse por descubrirlas (ver el servicio desde la perspectiva del usuario).

- ✓ Mantenerse en contacto con los usuarios (ayudará a reconocer las oportunidades de servir y desarrollar una relación más estrecha).
- ✓ Invertir en investigación de los usuarios.
- ✓ Utilizar tecnologías adecuadas a los usuarios (la tecnología solo es valiosa si resuelve sus problemas).
- ✓ Comunicar los deseos de la organización (y los usuarios) al personal de servicio.

## **2.3 Mercadotecnia**

Kotler y Armstrong (2008) señalan que "...la mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valores con otros grupos e individuos". Además indican que "...la doble meta del marketing es atraer nuevos clientes al prometer un valor superior y conservar y aumentar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción" (p. 5).

### **2.3.1 Etapas de la mercadotecnia**

La mercadotecnia es una forma de concebir la relación de intercambio por parte de la organización que ofrece los diferentes servicios y productos, partiendo de las necesidades y deseos del usuario de la información y su finalidad es la satisfacción del modo más beneficioso, tanto para el usuario como para la organización. El mercadeo permite ejecutar el intercambio de información que consiste en identificar, crear, desarrollar y servir a la comunidad de usuarios. Un aspecto importante del mercadeo de la información es la determinar los diferentes segmentos del mercadeo, identificando las necesidades de las diferentes categorías de usuarios de las bibliotecas. Para poner en práctica el plan de mercado se debe entender primero la planeación estratégica que muestra el panorama existente de la institución y la posibilidad de implementar el plan.

### **2.3.1.1 Planeación estratégica.**

La planeación estratégica constituye un proceso anual que debe formalizarse por escrito como un plan de mercadeo definido para la organización; generalmente se desarrolla de lo más general que son los objetivos de la organización a lo más específico que consiste en la elaboración del plan individual para una parte específica de la organización.

Un plan de mercadeo establece lo qué hará y quién, cuándo y por qué, cómo se hará y cuánto costará en términos de presupuesto, personal, tecnología e instalaciones. (Czinkota, M. 2001, p. 25).

Según Kotler y Armstrong (2008),

La planeación estratégica es el proceso de crear y mantener congruencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus cambiantes oportunidades de marketing. Esto implica definir una misión clara para la empresa, establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera de negocios sólida y coordinar estrategias funcionales (p. 37).

El éxito de la planeación estratégica radica en ver la organización con los ojos del cliente (de afuera hacia adentro), del mercado hacia la empresa. Consiste en saber entender lo que el cliente desea y quiere y cuando espera recibir los servicios que se ofrecen.

A continuación se describe el proceso de planeación estratégica.

### **2.3.1.2 Definición de la misión y visión organizacional**

La organización al definir su misión y visión debe tomar en cuenta los aspectos económicos y sociales ya que debe velar por la oferta de productos y servicios de excelente calidad, así como la remuneración adecuada de su recurso humano. Además, crear alianzas y estrategias que proporcionen una mejoría constante en la calidad del servicio brindado a las personas que conforman la empresa u organización.

La misión expresa el propósito de la organización, que es lo que desea lograr en el entorno más amplio. Las declaraciones de la misión deben estar orientadas hacia el mercado y definirse de acuerdo con las necesidades de los clientes. Al establecer una misión debemos tomar en cuenta tres aspectos importantes: grupo de clientes a atender, necesidades del cliente por servir y la tecnología por utilizar, de acuerdo al cambiante entorno de la organización.

La cultura organizacional es la misión de la organización porque pretende obtener el compromiso de todos los que componen la empresa por medio de la comunicación de los principios que se pongan en práctica, consiguiendo además el apoyo y compromiso de quienes se encuentran fuera de la organización, jugando un papel importante para lograr los objetivos. Por esta razón, se apunta a que esta misión debe ser realista y específica, congruente con el entorno de mercado y de motivación.

La visión se define, dándose cuenta de lo que existe en el mundo alrededor de la organización, analizar la posición de la organización en ese mundo y tener claro la posición que se quiere ocupar.

### **2.3.1.3 Definición de los objetivos de la organización**

Para lograr una organización exitosa, se deben definir unos objetivos adecuados que se utilizarán como medida para valorar el logro de la estrategia de mercado.

### **2.3.1.4 Análisis Situacional**

Consiste en el proceso general de recopilar e interpretar la información interna y del medio ambiente. En esta etapa, los directivos evalúan las posibilidades internas de la organización y las estrategias de los competidores para poder apoyarse en las fortalezas de la organización y explotar las debilidades de los competidores. Se identifican y evalúan las oportunidades y amenazas del entorno para descubrir nuevas posibilidades.

Al realizar el análisis situacional, los directivos tendrán claro los factores del entorno que giran alrededor de la organización y se tomarán en cuenta factores como consumidores, competidores, intermediarios, socios, proveedores y empleados, además se deberá tomar en cuenta factores socio-culturales, demográficos, tecnológicos y políticos.

En el entorno bibliotecológico, algunos aspectos que son importantes considerar están representados por la cantidad de centros de documentación especializados en la misma área, los diferentes tipos de usuarios que atienden y la necesidad de cada uno, la cooperación bibliotecaria existente con otros centros, el recurso humano con que se cuenta y su nivel profesional, aspectos relacionados con la infraestructura, ubicación geográfica, capacidad tecnológica, entre otros.

#### **2.3.1.4.1 Análisis FODA**

Tal y como lo indica Burk (2004, p.26-27), el análisis FODA permite proporcionar gran información sobre el entorno interno y externo de la organización con el fin de apoyar la planificación y la toma de decisiones para descubrir ventajas estratégicas que es posible utilizar. Se caracteriza por ser simple ya que solo se necesita conocer la organización y su naturaleza para lograr llevarse a cabo, es de bajo costo pues no requiere capacitarse, fomenta la colaboración y el intercambio de información. Seguidamente se define a cada una de ellas:

**Fortalezas:** son capacidades internas que pueden ayudar a la empresa a alcanzar sus metas y objetivos. Por ejemplo, la calidad del servicio que ofrece un centro de documentación.

**Debilidades:** son los factores internos que pueden dificultar a la empresa el logro de sus metas y objetivos. Por ejemplo, la falta de promoción del centro de documentación.

**Oportunidades:** son las circunstancias externas que la organización debería ser capaz de aprovechar para conseguir unos mejores resultados. Por ejemplo, aprovechar promociones de equipo tecnológico que ofrecen las diferentes empresas cuando lanzan sus marcas.

Amenazas: son circunstancias externas que potencialmente pueden dañar la rentabilidad presente o futura de la empresa. Por ejemplo, la competencia a nivel nacional e internacional.

#### **2.3.1.5 Estrategias de mercadotecnia.**

Tal y como manifiesta Kotler y Armstrong (2008) "...el plan estratégico define la misión y los objetivos globales de la empresa" y más adelante señala que "... por medio de la segmentación de mercado, de la determinación de mercados meta, y del posicionamiento, la compañía decide a qué clientes atenderá y cómo lo hará" (p. 49).

Dirigida la estrategia de marketing, la compañía diseña una mezcla de marketing conformada por factores que están bajo su control, producto, precio, plaza y promoción (las 4 p's). Para encontrar la mejor estrategia y una mezcla de marketing apropiada, la empresa realiza análisis y planeación, implementación y control de marketing.

Los directivos de los centros de documentación tendrán la labor de analizar su mercado y las necesidades de cada uno de sus miembros. Al existir gran cantidad de usuarios con necesidades diferentes y centros mejor posicionados para atender ciertos segmentos del mercado, de acuerdo con Kotler y Armstrong (2008) se deben tomar en cuenta 3 aspectos importantes (p. 50):

a. Segmentación de mercados: Debe quedar claro que un segmento son grupos dentro de un mercado, el cual se distingue por tener características y necesidades diferentes y es quien tiene contacto directo con la organización.

El mercado está compuesto por diversos tipos de usuarios, al segmentar el mercado este se divide en diferentes grupos de usuarios, basándose en sus necesidades, características y que podrían necesitar servicios diferentes. Un segmento de mercado consta de usuarios que responden a una necesidad similar dentro del mercado.

Por ejemplo, en el caso del Centro de Documentación del INS, el mercado que atiende son los funcionarios quienes laboran para el INS y un segmento de mercado, el personal que labora en el Departamento de Recursos Humanos.

b. Mercado meta: Una vez que la organización ha segmentado el mercado, se continúa con la delimitación del mercado meta. Al respecto Kotler y Armstrong (2008) señalan que "...la determinación del mercado meta implica evaluar que tan atractivo es cada segmento de mercado y seleccionar el o los segmentos a que se ingresará" (p. 50).

La selección se realiza de acuerdo con las características del segmento en que la organización haya identificado sus intereses y que genere mayor beneficio y se adapte a sus necesidades como organización. Este mercado se puede segmentar por variables, como por ejemplo, las variables geográficas (regiones o países), demográficas (edad, sexo, educación, etc.), psicológicas y sociales (comportamiento del mercado).

c. Posicionamiento: Consiste en definir una estrategia de posicionamiento que permita diferenciar el producto de la competencia, basándose en los atributos más significativos y relevantes para los usuarios. El posicionamiento en el mercado consiste en hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta.

Cuando una organización ha identificado y seleccionado a cuáles segmentos del mercado ingresará y en cuáles quiere actuar, podemos decir entonces que ha definido una estrategia de cobertura para los mismos.

#### **2.3.1.6 Mezcla de mercadotecnia.**

La mezcla de marketing según Kotler y Armstrong (2008) es el "...conjunto de herramientas de marketing, tácticas y controlables que la empresa combina para

producir la respuesta deseada en el mercado meta” (p. 52). Esta mezcla contiene 4 elementos básicos. Producto o servicio, precio, plaza (distribución) y promoción, los cuales se describen a continuación:

a. Producto o servicio: para Kotler y Armstrong (2008) un producto es “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” y un servicio “es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible porque no tiene como resultado la obtención de algo”. (p.199). Aplicado a un Centro de Documentación, el producto está representado en los servicios que se brindan al usuario los cuales son la clave para el crecimiento y desarrollo del mismo. Por ejemplo, préstamo a sala y domicilio, préstamo interbibliotecario, búsquedas especializadas, servicio de fotocopiado, servicio a nuevas adquisiciones, consultas en línea, entre otros.

b. Precio: en términos metodológicos, Kotler y Armstrong (2008) lo definen como la “cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o a la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (p.263). Sin embargo, el costo para un usuario también está relacionado con el esfuerzo que debe invertir para obtener un determinado servicio o idea. Desde la perspectiva bibliotecológica podemos agregar que el precio también se refiere a la dificultad para acceder a los servicios ya que en muchas ocasiones se convierte en una tarea complicada, al no existir una posibilidad real de acceso al servicio por medio del canal de distribución más próximo, ya sea por correo, televisión o por otros medios.

El valor de un servicio no necesariamente se calcula con monedas, también se puede calcular por medio del grado de satisfacción del usuario. El valor, concebido como el grado en el que cumple un servicio con las expectativas del usuario y la satisfacción entendida como el grado en el que se han cumplido dichas expectativas, nos permiten obtener el valor o precio exacto de dichos servicios. Si un servicio cumple con las necesidades y expectativas del usuario, este estará dispuesto a pagar dicho servicio, pero si por el contrario, no le es atractivo por más

barato que este sea, no lo adquirirá, por esta razón, el aumento en la competencia exige el incremento de las exigencias de los usuarios quienes desean servicios más personalizados y adaptados a sus necesidades.

En las unidades de información y centros de documentación, el concepto de precio no es aplicable, puesto que generalmente los servicios se brindan de forma gratuita. Los derechos que se cobran por algunos servicios son insignificantes. En los servicios de información el precio se sitúa en el punto de equilibrio entre la utilización del servicio y el costo de proporcionar su financiamiento. Sin embargo, cabe recalcar la importancia del valor de la información.

c. Plaza (distribución): incluye las actividades de la empresa que ponen el servicio o el producto a disposición de los usuarios. Kotler y Armstrong (2008) señalan que “es un conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial” (p.300).

Está compuesta por canales de salida y difusión y los mecanismos para hacer llegar los servicios a un lugar correcto, en el momento oportuno, en las cantidades adecuadas y al menor costo posible. Este aspecto es importante, los diferentes usuarios no pueden hacer uso de los servicios si estos no se brindan en el lugar donde el usuario lo solicita. Internet colabora para que estos canales de distribución evolucionen, abriendo nuevas vías para relacionar las organizaciones con los usuarios de forma inmediata y menos costosa.

d. Promoción: Kotler y Armstrong (2008) la definen como la “combinación específica de publicidad, ventas personales, promoción de ventas, relaciones públicas, y herramientas de marketing directo que una empresa utiliza para comunicar de manera persuasiva valor a los clientes y crear relaciones con ellos (p.363). Comprende actividades que comunican las ventajas del servicio y convencen a los consumidores meta de utilizarlo. La promoción consiste en tomar

decisiones relativas a 5 herramientas básicas de promoción según lo indica Burk (2004, p. 129):

d.1 Publicidad: consiste en hacer llegar el mensaje de forma eficiente a grandes audiencias y dar una remuneración por el uso del servicio. Esta publicidad se dirige a aquellos servicios que se encuentren en buen funcionamiento, es decir, son de calidad. Otro aspecto por tomar en cuenta es la población a la cual se dirige la publicidad definida anteriormente, en la segmentación del mercado. Por medio de la publicidad se puede crear una imagen positiva del servicio en la mente del usuario; utilizando imágenes, colores y sonidos que le atraigan. La publicidad se caracteriza por presentarse en 3 formas: publicidad escrita que consiste en elaborar materiales publicitarios impresos que permitan difundir los servicios cuya presentación debe ser atractiva y con un lenguaje de acuerdo al mercado que se dirige. La publicidad audiovisual suele ser más atractiva para el usuario ya que se presenta información de forma interactiva relacionada con el centro de documentación, servicios, productos, etc. Por último, la publicidad electrónica que actualmente es más utilizada, llega a un gran número de personas de forma rápida y fácil, algunos ejemplos que se pueden mencionar al respecto son: el correo electrónico y las páginas Web, entre otros.

d.2 La promoción de ventas: consiste en estimular la compra a corto plazo y motivar al personal de ventas. Es decir, atraer la atención del usuario para que utilice los servicios de información y obtenga de forma rápida la respuesta a su necesidad, otorgando además un valor agregado que contribuya a fortalecer el servicio brindado. Este tipo de promoción le permite al centro de documentación relaciones a largo plazo con los usuarios.

d.3 Las relaciones públicas: contribuyen en la creación de una imagen positiva del centro y refuerza las relaciones con distintos agentes externos relevantes. Se basa en la imagen que proyecta el centro de documentación, los servicios que brindan, además intenta crear un espacio de confianza y credibilidad entre el centro y sus usuarios con el objetivo de que estos se identifiquen con el mismo generando una

opinión pública favorable. La estrategia de relaciones públicas junto con algunos elementos de promoción puede resultar eficaz y económica. Algunas herramientas que se pueden utilizar son los materiales escritos, materiales de identidad corporativa, eventos especiales, entre otros.

d.4 Marketing directo: consiste en llegar directamente a la audiencia, es decir, se dirige a una persona específica. Se caracteriza por ser inmediato y personalizado, además es interactivo pues permite el diálogo entre el centro de documentación y el usuario. Establece conexiones directas con los usuarios seleccionados con el fin de crear una respuesta inmediata y crear relaciones duraderas con los usuarios, este marketing se puede dar por las siguientes formas: marketing telefónico, correo, catálogo, televisión, entre otros.

d.5 La venta personal: consiste en llegar a los consumidores de forma directa e individualizada para reforzar las relaciones y culminar las ventas. La elección de la herramienta depende de lo que la organización desee conseguir, comunicar y de cómo el usuario prefiere recibir el mensaje. Consiste en llegar al usuario por medio del personal, teléfono, o correo electrónico, siguiendo los siguientes pasos: primero se busca al usuario, se realiza un acercamiento previo con el fin de escucharlo y conocer la necesidad de información. Durante esta etapa el funcionario debe saber cómo llegar al usuario. Seguido se realiza la presentación y demostración de los servicios donde el personal del centro explica al usuario las características y ventajas para su beneficio; a este personal se le exige poseer la habilidad de escuchar y resolver problemas. Seguido se da el manejo de objeciones donde el personal del centro busca, aclara y resuelve las consultas que el usuario podría tener con respecto a los servicios. La etapa final se da cuando el funcionario le solicita al usuario la utilización del servicio. El seguimiento consiste en asegurar la satisfacción del usuario y utilización en un futuro del servicio.

Para que la promoción surja efecto se deben integrar estrategias de comunicación con el fin de conseguir que los mensajes contribuyan a lograr un adecuado posicionamiento del mercado.

### **2.3.1.7 Seguimiento del Plan de Mercadotecnia.**

Debido al entorno cambiante de las organizaciones, debe existir un control de marketing, el cual según Kotler y Armstrong "...implica evaluar los resultados de las estrategias y planes de marketing y tomar medidas correctivas para asegurar que se alcancen los objetivos". (2008, p. 57)

El control de marketing se lleva a cabo siguiendo cuatro pasos, primero, la dirección establece metas específicas, luego se mide su desempeño en el mercado. Se evalúan las causas de las diferencias entre el desempeño esperado y la realidad, por último, se emprenden acciones correctivas para cerrar las posibles brechas entre sus metas y el desempeño logrado.

Para lograr medir la evolución y dar seguimiento al plan de mercadotecnia, se deben tomar en cuenta las previsiones, que son las proyecciones futuras del comportamiento de las ventas y de los costes durante el periodo de urgencia del plan. Los presupuestos que representan la distribución de los recursos financieros para el desarrollo de programas de mercadeo.

Por medio de cronograma se puede efectuar la planificación temporal del desarrollo de las actividades y trabajos incluidos dentro de un programa. Por último, se debe tomar en cuenta los indicadores que son medidas numéricas específicas del desempeño relacionado con actividades y resultados de la empresa.

### **2.3.1.8 Implementación, evaluación y control.**

En esta etapa de la estrategia de marketing se desarrolla una evaluación detallada del entorno; tomando en cuenta 4 controles que Koltler y Armstrong (2008), señalan a continuación (p. 57):

- ✓ La dirección establece metas de marketing específicas.
- ✓ Se mide su desempeño en el mercado.
- ✓ Se evalúan las causas de cualesquiera diferencias que haya entre el desempeño esperado y el real.

- ✓ Se emprenden acciones correctivas para cerrar las posibles brechas entre sus metas y el desempeño logrado.

En conclusión, estos controles permiten guiar la ejecución de cualquier plan de mercadeo determinando si el plan funciona o no.

## **2.4 El Instituto Nacional de Seguros (INS)**

A continuación se describen algunos aspectos importantes del acontecer del INS, dicha información se obtuvo de la Ley de creación del INS del año 1924, del Plan Estratégico Institucional 1995-205 y del sitio web del INS, 2014.

El INS se crea mediante la Ley N°. 12 del 30 de Octubre de 1924, se otorga al Estado costarricense la administración del monopolio de los seguros y se le confiere la labor al Banco Nacional de Seguros. Esta entidad inició sus operaciones el 5 de noviembre de 1925 y su nombre fue modificado al de Instituto Nacional de Seguros, de acuerdo con la Ley N°. 26 del 29 de mayo de 1948.

Desde entonces, el INS es la compañía de seguros que brinda protección y servicio a los costarricenses ante pérdidas ocurridas por eventos y riesgos laborales cubiertos en los seguros ofrecidos. En sus orígenes, el Instituto inició con los seguros de vida, accidentes de trabajo e incendio, pero en la actualidad cuenta con más de 50 productos. Por medio del decreto N°. 4 del 29 de mayo de 1925, se le confió la administración del Cuerpo de Bomberos de Costa Rica.

Actualmente el INS sigue siendo una de las empresas de mayor solidez a nivel regional. No solo desarrolla exitosamente el negocio de los seguros, sino que administra eficientemente los regímenes de riesgo del trabajo y de seguro obligatorio automotor, sin dejar de lado un amplio sentido de responsabilidad social manifiesto en diversas acciones.

La apertura del mercado trajo consigo un cambio importante en el panorama del mercado de los seguros, en la legislación y en la oferta de servicios y productos;

cambio al cual el INS se ha ajustado de manera adecuada y para el cual se encuentra debidamente preparado.

El INS tiene como misión, deber y compromiso, satisfacer adecuadamente las necesidades de protección de los clientes, mediante el servicio eficiente y la alta calidad de los seguros. Su campo de acción se fundamenta en el principio de la legalidad, buscando y atendiendo tres aspectos importantes: equidad, justicia y bienestar de la comunidad costarricense.

Su visión es ser una empresa líder, eficiente, competitiva y con responsabilidad social en el mercado de seguros regional, prestando servicios que satisfagan plenamente las necesidades de los clientes.

Los objetivos del INS son los siguientes:

- ✓ Coadyuvar a reducir en forma amplia y socialmente beneficiosa, mediante el seguro, la incertidumbre económica que enfrentan los integrantes de la comunidad.
- ✓ Constituirse en un instrumento eficaz de desarrollo económico y social del país.
- ✓ Aplicar las mejores técnicas de la actividad aseguradora en procura de la equidad y el bienestar.
- ✓ Garantizar la solidez financiera y confianza en la organización mediante el empleo de los mejores criterios técnicos.
- ✓ Generar excedentes para fortalecer su patrimonio.
- ✓ Mantener la excelencia en el servicio mediante la satisfacción de las necesidades de todos los interesados en la actividad del INS, a través de la presentación de servicios y productos de alta calidad.

Sus funciones principales son:

- ✓ Administrar el Monopolio de Seguros, como los seguros personales, de daños o generales, los seguros solidarios (riesgos del trabajo, cosechas y el

obligatorio de vehículos automotores), desarrollando la cultura del seguro en la sociedad costarricense.

✓ Desarrollar el mercado de seguros en función de la demanda de la economía y la sociedad costarricense, poniendo a su disposición productos y servicios que satisfagan sus necesidades personales y patrimoniales de protección, prevención y adecuada atención del riesgo y siniestros.

✓ Promover el desarrollo humano del país a través del fortalecimiento de la función social de los seguros y las partes económicas, sociales y culturales extraordinarios del INS.

✓ Apoyar al Estado en el cumplimiento de sus objetivos de desarrollo.

Actualmente la Junta Directiva del INS se encuentra conformada de la siguiente forma:

**Presidente Ejecutivo:**

Lic. Sergio Iván Alfaro Salas

**Vicepresidenta:**

Licda. Marcia Montes Cantillo

**Secretaria:**

Ph. D. Beatriz Rodríguez Ortiz

**Directores:**

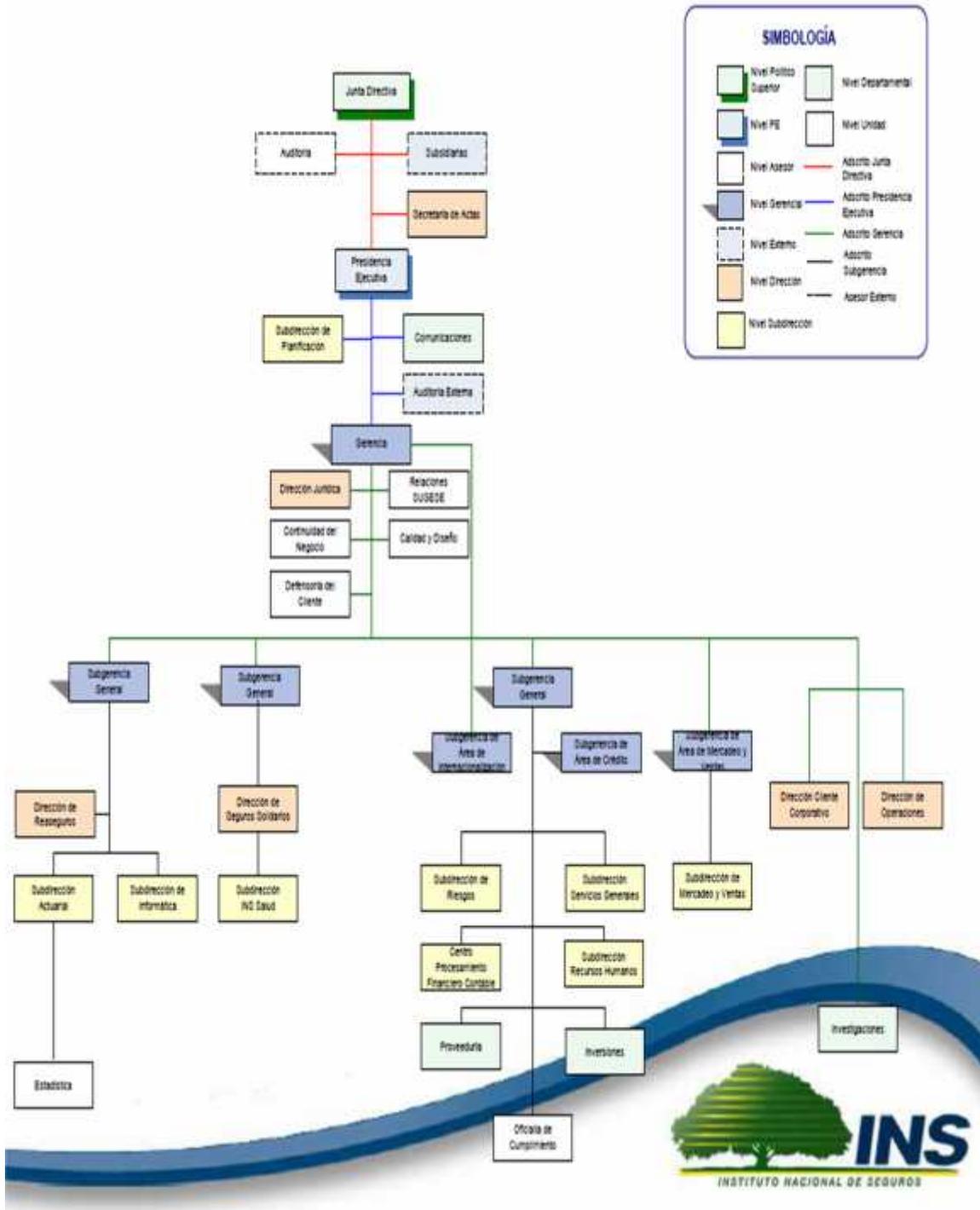
Lic. Elian Villegas Valverde

Msc. Edgar Brenes Andre

Lic. Luis Alonso Gutiérrez Herrera

Máster Moisés Valitutti Chavarría

Figura 1. Organigrama de la Administración del INS, San José, Costa Rica, 2014.



Fuente: INS (Información en línea consultada el 06 de enero 2014)

## **2.5 Centro de documentación del INS**

A continuación se describe el Centro de Documentación, de acuerdo con la información suministrada en la entrevista realizada a la Sra. Mayra Fallas encargada del Centro de Documentación (2013). Además, se toma como referencia la información suministrada en el sitio Web del INS (2014).

El Centro de Documentación del INS nace de la necesidad de los funcionarios de investigar acerca de las áreas temáticas que trata la institución, con el fin de ser un apoyo en cuanto a investigación y desarrollo profesional se trata.

Su misión es satisfacer las necesidades de información de los clientes internos y externos del INS en las áreas de: seguros, administración de negocios, economía, informática, salud ocupacional riesgos del trabajo y bomberos; a través de la creación y el mantenimiento de un sistema de información documental. Mediante el trabajo en equipo, la vocación de servicio al cliente, el conocimiento de nuestro mercado y el espíritu innovador, se encamina a la excelencia en todas las actividades del quehacer.

En su visión se propone llegar a ser un sistema de información líder en el ámbito centroamericano y del Caribe, especializados en las áreas de seguros, salud ocupacional, riesgos del trabajo y bomberos. Pretende ser un punto focal importante en la región, con tecnología y servicios de punta, dinámico y que una diferentes sectores de la organización. Brindar servicios nacional e internacionalmente.

Su objetivo general es brindar servicios especializados de información en todo lo que se refiera al área de los seguros, salud ocupacional, riesgos del trabajo y afines; tanto a los funcionarios del INS como a entes externos que así lo soliciten.

Sus objetivos específicos son:

- ✓ Apoyar las funciones de investigación de los diferentes niveles institucionales

- ✓ Colaborar con las acciones de desarrollo de los programas de capacitación de la Institución.
- ✓ Asegurar la adquisición y preservación del acervo histórico constituido por la memoria documental de la Institución.
- ✓ Incentivar la investigación y producción intelectual en todos los campos, dando especial énfasis al área de los seguros, la salud ocupacional y los riesgos del trabajo.
- ✓ Mantener los mecanismos de comunicación, suficientemente fluidos, con los usuarios del Sistema de Información y entes institucionales en general, que permitan una comprensión de los alcances del mismo en busca de una mejor proyección de sus servicios.
- ✓ Reunir y mantener actualizados los recursos de información necesarios para, el desarrollo de las diferentes actividades del INS, con el propósito de satisfacer las demandas de información de los usuarios.

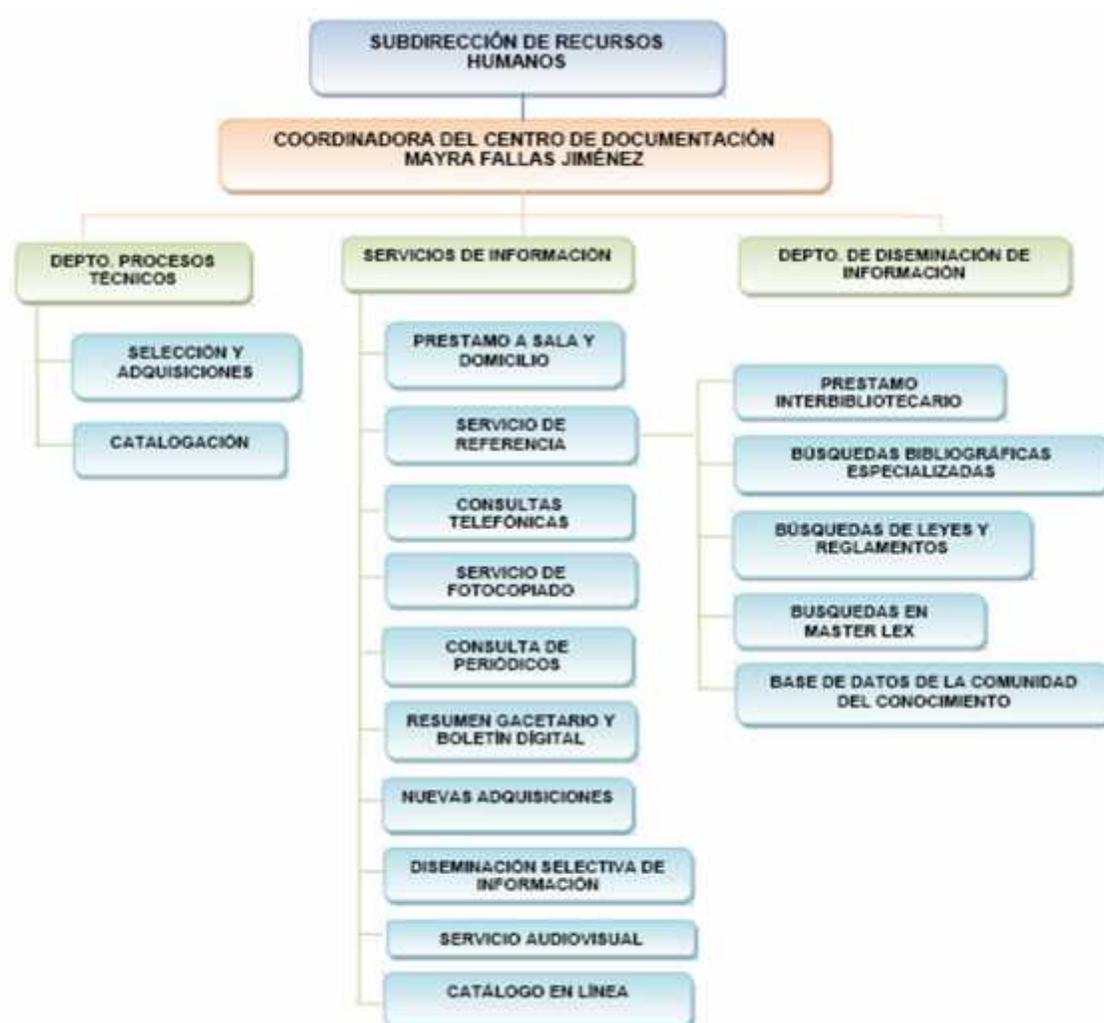
Para satisfacer las necesidades de información de los usuarios, el Centro de Documentación brinda los siguientes servicios:

- ✓ Préstamo a sala y domicilio.
- ✓ Préstamo interbibliotecario.
- ✓ Servicio de referencia.
- ✓ Consultas telefónicas.
- ✓ Búsquedas en Master Lex.
- ✓ Servicio de fotocopiado.
- ✓ Servicio de consulta de periódicos.
- ✓ Resumen gacetario y Boletín Judicial.
- ✓ Servicio de nuevas adquisiciones.
- ✓ Diseminación selectiva de información.
- ✓ Servicio audiovisual.
- ✓ Uso del catálogo en línea.
- ✓ Búsquedas bibliográficas especializadas.

- ✓ Búsquedas en Internet de Leyes y Reglamentos.
- ✓ Base de datos de la comunidad del conocimiento.

A continuación se ilustra la estructura organizacional del Centro de Documentación del INS.

Figura 2. Organigrama del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2014.



El Centro de Documentación se encuentra ubicado en el tercer piso del edificio central del INS. El espacio físico se encuentra dividido en dos grandes salas. Al

ingresar al Centro de Documentación se encuentra la sala no.1 destinada para estudio, seguido de la oficina de la Coordinadora, donde se realizan procesos administrativos y técnicos.

Al lado de esta oficina, se encuentra una pequeña sala para personas con discapacidad con su respectivo equipo tecnológico. Seguido se ubican las computadoras para consulta del catálogo público y de las diferentes bases de datos que se ofrecen a los funcionarios y usuarios externos.

Además, se encuentra el expositor de periódicos y a la par unas mesitas de uso individual para revisarlos un escritorio donde se realiza el préstamo de los materiales bibliográficos.

La sala no.2 se utiliza para procesar el material bibliográfico (catalogación, clasificación y marbetes), ingreso y alimentación de las bases de datos. La otra parte de la sala está compuesta por las diferentes colecciones que alberga el Centro de Documentación, como la colección general y de seguros, colección de periódicos, colección de literatura recreativa, colección de publicaciones periódicas, colección de tesis, unidades didácticas sobre seguros del INS y las colecciones de materiales electrónicos, como videos, CD-ROM, DVD y disquettes.

Los usuarios del Centro de Documentación son principalmente funcionarios del INS y público en general.

Anteriormente el Centro de Documentación era atendido por 2 profesionales en bibliotecología: la Lic. Mayra Fallas Jiménez quien es la Coordinadora del Centro de Documentación y la bachiller Ruth Chacón Martínez. Ante la apertura de INS-SALUD en junio 2010, la señora Chacón asume la Coordinación del nuevo centro y a cargo del Centro de Documentación de la Sede Central se encuentra solamente la señora Fallas.

El Centro de Documentación cuenta entre su recurso documental con varias colecciones en áreas críticas del INS, a continuación se detalla cada colección:

a. Colección general y de seguros: compuesta por la colección de seguros y seguridad social que incluye documentos de las siguientes áreas: bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, seguros, áreas afines, como administración, contabilidad. Además, una colección especial en medicina, que se encuentra en INS SEGUROS pero se solicita a este Centro de Documentación, algunas unidades didácticas sobre seguros y las tesis de grado, que aproximadamente se cuenta con 209 títulos.

b. Colección de periódicos: Compuesta por periódicos nacionales: la Nación, la República, la Extra, al Día, la Gaceta y el Financiero, que se conservan 3 meses.

c. Colección de literatura recreativa: es una colección de auto motivación que contiene obras literarias como novelas, cuento, drama, etc., cuya finalidad es promover la lectura.

d. Colección de publicaciones periódicas: compuesta por aproximadamente 15 títulos de revistas relacionadas con la temática del INS, como por ejemplo: Actualidad Económica, Actualidad Aseguradora, Herencia de Riesgo, MAPFRE Seguridad, Estrategia y Negocios.

e. Colecciones de materiales electrónicos como videos, CD-ROM, DVD, y disquette: este material se encuentra estrechamente relacionado con la temática tratada en el Centro y no se facilita para préstamo a domicilio.

El Centro de Documentación cuenta con los siguientes recursos tecnológicos:

1. Software: El Departamento de Informática se encarga de instalar los diferentes software que requiere el Centro de Documentación.

✓ Lotus Note: Plataforma que funciona como correo interno (intranet) y correo externo para usuarios externos a la institución.

✓ Master Lex: Software especializado en leyes, decretos y jurisprudencia.

✓ Office y Windows 2008 (Word, Excel, power point, etc)

- ✓ Internet: todas las computadoras se encuentran conectadas a Internet pero su uso se restringe, solamente se presta a funcionarios para uso exclusivo de investigación.
- ✓ Programa CD/ISIS: programa en el cual se encuentran elaboradas las bases de datos en este Centro. Este programa permite definir los campos de la base de datos, ingresar datos, modificar, corregir y borrar registros, ordenar los registros por campos, imprimir catálogos completos e imprimir índices.
- ✓ Bases de datos: se dispone de 3 bases de datos que organizan las colecciones.
  - ✓ Base de Datos INS: compuesta por registros que pertenecen a la colección general que abarca las siguientes áreas: seguros, administración, salud ocupacional y bomberos; además los artículos que pertenecen al archivo vertical, los DVD, las tesis y videos.
  - ✓ Base de Datos LIT: compuesta por registros que pertenecen a la colección de literatura recreativa.
  - ✓ Base de Datos REVIS: compuesta por registros de los artículos de las revistas que se reciben.

2. Hardware: El equipo tecnológico con que cuenta este Centro es el siguiente:

- ✓ 4 computadoras, 1 impresora lasser, 1 scanner, 1 impresora braille, 1 scanner con voz, 1 amplificador, y 1 computadora con software especial para personas con discapacidad.

El presupuesto se asigna conforme con las necesidades de información de los usuarios que atienden este Centro de Documentación y de INS SEGUROS. Es asignado anualmente y se administra en 2 partidas: una para libros y folletos y la otra para periódicos, revistas y otros servicios de información, como por ejemplo, suscripciones en línea y compras de películas que son solicitadas por las dependencias.

Para el año 2010, se asignó un monto de ¢8.350.000 para revistas y ¢10.875.000 para libros. En el 2011 aumenta en un 10-15% y se asignó ¢9.350.000 para revistas y ¢12.880.000 para libros. Para el año 2012, 2013 y 2014 el presupuesto se incorporó dentro del presupuesto general del INS.

Actualmente, cuenta con un sistema automatizado de bases de datos que permite almacenar la información y mantenerla organizada para su posterior recuperación. Sin embargo, se considera de gran importancia la implementación de un sistema de información a nivel institucional, que permita el acceso a las diferentes bases de datos que posee el Centro de Documentación desde la red Internet, tanto dentro como fuera de la institución, ampliando la proyección del Centro de Documentación y la del INS.

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Enfoque metodológico**

Para resolver el problema de la presente investigación, se consideró pertinente utilizar técnicas cualitativas y cuantitativas mediante las cuales se obtuvieron los datos para proponer la estrategia que permita difundir y promocionar los servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS. Por lo tanto, se aplicó el enfoque mixto, que Hernández y otros (2006) lo definen como "...un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema" (p. 755). Por su parte, Barrantes (2000) señala que "...existe complementariedad entre ambos enfoques por lo que puede decirse que como la investigación tiene múltiples propósitos, éstos deben ser atendidos bajo condiciones que exigen variedad de técnicas" (p. 73).

La aplicación de dicho método a la presente investigación permitió dar respuesta a los objetivos propuestos, determinando entre algunos aspectos, la necesidad de información de los usuarios, así como la demanda de los servicios que el Centro ofrece, tomando en cuenta también las limitaciones para tener acceso a ellos y analizando su diseño y los posibles replanteamientos, para posteriormente proponer la estrategia de difusión y promoción de los servicios de información que pone a disposición el Centro de Documentación del INS.

### **3.2 Tipo de investigación**

En esta investigación se describe y analiza el estado actual de los servicios que brinda el Centro de Documentación e Información del INS. A partir de los resultados, se elabora una propuesta en la que se describe una estrategia de mercadeo, enfatizando en el plan de difusión y promoción de los servicios. Por lo tanto, esta investigación es de tipo descriptiva ya que se caracteriza por ser una investigación que "busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis". (Hernández y otros, 2006, p. 102)

### **3.3 Sujetos y fuentes de información.**

#### **3.3.1 Sujetos**

Para alcanzar los objetivos propuestos en esta investigación se trabaja con el personal de la sede central del INS (San José) y el personal de su Centro de Documentación. Concibiendo a este personal como el segmento principal al que están dirigidos los servicios, constituyéndose en usuarios internos, reales y potenciales.

#### **3.3.2 Población y Muestra.**

La población total está compuesta por el personal que labora en los diferentes Departamentos de las oficinas centrales del INS, consta aproximadamente de 1800 personas. De la población total, se tomará una muestra de 300 personas. El procedimiento para establecer la muestra se adjunta en el anexo no. 11.

#### **3.3.3 Fuentes de Información.**

Otras fuentes utilizadas son:

- ✓ Documentos oficiales.
- ✓ Los servicios que se ofrecen en el Centro de Documentación.
- ✓ Recursos de información: libros, revistas, tesis, etc.

### 3.4 Variables analizadas

**Tabla 1. Atributos y variables analizadas**

Objetivo Específico	Atributo / Variable	Definición de la variable	Operacionalización	Instrumentalización
1. Describir el estado actual de los servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS.	Estado actual de los servicios	Es la forma en que se crean y brindan los servicios de información en el Centro de Documentación como respuesta a una necesidad de información.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nombre del servicio</li> <li>✓ En qué consiste</li> <li>✓ A quién se dirige</li> <li>✓ Personal a cargo</li> <li>✓ Frecuencia de uso</li> <li>✓ Área temática</li> <li>✓ Nivel de Satisfacción</li> </ul>	<p>Cuestionario para funcionarios del INS. Pregunta 9.</p> <p>Guía de entrevista (Entrevista para funcionarios del INS).</p> <p>Guía de Observación</p>
2. Determinar las necesidades de información de los usuarios del Centro de Documentación del INS.	Necesidades de Información	Requerimientos de información en un área y tema específico de los usuarios del Centro de Documentación del INS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Áreas temáticas</li> <li>✓ Servicios de Información</li> <li>✓ Atención</li> <li>✓ Acceso</li> <li>✓ Finalidad</li> <li>✓ Formato</li> <li>✓ Periodicidad</li> <li>✓ Frecuencia</li> <li>✓ Idioma</li> <li>✓ Recursos</li> <li>✓ Capacitación</li> <li>✓ Actualización</li> </ul>	<p>Cuestionario para para funcionarios del INS. Pregunta 7, 12, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 29.</p> <p>Guía de entrevista (Entrevista para funcionarios del INS).</p>

<p>3. Identificar la demanda de los servicios del Centro de Documentación del INS.</p>	<p>Demanda de los servicios.</p>	<p>Solicitudes expresas por parte de los usuarios para obtener los servicios de información ofrecidos en el Centro de Documentación del INS.</p>	<p>✓ Temas de interés.          ✓ Periodicidad del uso de los servicios.          ^ Si los resultados oscilan entre 70% y 100% la demanda es alta.          ^ Si los resultados oscilan entre 50% y 70% la demanda es media.          ^ Si los resultados están entre 20% y 50% la demanda es baja.</p>	<p>Cuestionario para funcionarios del INS. Pregunta 10, 11, 13, 17, 24.</p> <p>Guía de entrevista (Entrevista para funcionarios del INS).</p> <p>Guía de Observación</p>
<p>4. Determinar las limitaciones de los usuarios para el acceso a los servicios de información.</p>	<p>Limitaciones de los usuarios</p>	<p>Obstáculos que se le presentan al usuario para utilizar los servicios de información del Centro de Documentación del INS.</p>	<p>✓ Idioma          ✓ Tecnología          ✓ Fuentes de Información</p> <p>✓ Servicios          ✓ Productos          ✓ Costo          ✓ Ubicación          ✓ Acceso          ✓ Horario</p>	<p>Cuestionario para funcionarios del INS. Pregunta 25, 26, 27.</p> <p>Guía de entrevista (Entrevista para funcionarios del INS)</p>
<p>5. Identificar el posicionamiento del Centro de Documentación del INS.</p>	<p>Posicionamiento</p>	<p>Percepción o imagen que tienen los usuarios acerca del Centro de Documentación.</p>	<p>✓ Conocimiento del Centro</p> <p>○ Si los resultados oscilan entre 80% y 100% el conocimiento del Centro es Alto.</p> <p>○ Si los resultados oscilan entre 60% y 80% el conocimiento</p>	<p>Cuestionario para funcionarios del INS. Pregunta 5, 6, 8, 16, 28, 30.</p> <p>Guía de entrevista (Entrevista para funcionarios del INS).</p>

			<p>del Centro es medio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Si los resultados están entre 40% y 60% el conocimiento del Centro es bajo.</li> <li>o Si los resultados están entre 20% y 40% no hay conocimiento del Centro.</li> </ul>	
<p>6. Realizar un análisis FODA del Centro de Documentación del INS en relación a los servicios que ofrece.</p>	<p>Análisis FODA</p>	<p>Identifica las capacidades internas y externas (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenaza) que se deben aprovechar en el mercado con el fin de crear ventajas competitivas para el Centro de Documentación del INS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fortalezas</li> <li>✓ Oportunidades</li> <li>✓ Amenazas</li> <li>✓ Debilidades</li> <li>✓ Riesgos</li> <li>✓ Recurso tecnológico</li> <li>✓ Recurso humano</li> <li>✓ Recurso económico</li> <li>✓ Infraestructura física</li> <li>✓ Servicio y productos</li> </ul>	<p>Matriz 1</p> <p>Evaluación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas y Riesgos del Centro de Documentación del INS.</p> <p>Entrevista en profundidad para funcionarios del Centro de Documentación del INS.</p>
<p>7. Establecer la planeación estratégica del Centro de Documentación del INS.</p>	<p>Planeación estratégica.</p>	<p>Medio que contribuye a alcanzar las metas de la institución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Misión</li> <li>✓ Objetivos</li> <li>✓ Metas</li> <li>✓ Estrategias</li> <li>✓ Políticas</li> <li>✓ Cronograma</li> <li>✓ Actividades</li> <li>✓ Presupuesto</li> </ul>	<p>Entrevista en profundidad para funcionarios del Centro de Documentación del INS.</p>

<p>8. Segmentar el mercado para determinar el mercado meta al cual se dirige el plan de mercadeo.</p>	<p>Segmentación del mercado.</p>	<p>Segmentar el mercado es la división del mercado total en grupos o segmentos más pequeños que tienen la misma necesidad para seleccionar los individuos hacia los cuales se dirigen los esfuerzos del Centro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Características</li> <li>✓ Tipo de necesidades</li> <li>✓ Tipo de Ocupación</li> </ul>	<p>Matriz 2</p> <p>Segmentación del mercado.</p>
<p>9. Definir la estrategia de mercado para del Centro de Documentación del INS.</p>	<p>Estrategia de mercado</p>	<p>Plan sobre la manera en que el Centro va a utilizar sus capacidades para el fortalecimiento de los servicios existentes o para la creación de otros, que satisfagan las necesidades de los usuarios del Centro de Documentación del INS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Definición o Modificación</li> <li>✓ Servicios</li> <li>✓ Estimación del costo</li> <li>✓ Forma de presentación del servicio.</li> <li>✓ Promoción de los Servicios.</li> <li>✓ Calidad de los Servicios.</li> </ul>	<p>Matriz 3</p> <p>Definición de la estrategia del mercado.</p>
<p>10. Identificar los recursos necesarios para ofrecer los</p>	<p>Recursos</p>	<p>Son los insumos necesarios para llevar a cabo los procesos de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recursos documentales</li> <li>✓ Recurso físico</li> </ul>	<p>Matriz 4</p> <p>Recursos necesarios para brindar servicios</p>

diferentes servicios.		fortalecimiento o creación de los servicios del Centro de Documentación del INS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recurso tecnológico</li> <li>✓ Recurso humano</li> <li>✓ Recurso económico</li> </ul>	de calidad.
11. Elaborar un plan para promover y difundir los servicios de información del Centro de Documentación del INS.	Plan de promoción y difusión.	Plan dentro del cual se analizan estrategias destinadas a dar a conocer el servicio o el producto que ofrece el Centro de Documentación del INS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Misión</li> <li>✓ Objetivos</li> <li>✓ Metas</li> <li>✓ Mercado</li> <li>✓ Servicios</li> <li>✓ Estrategias</li> <li>✓ Políticas</li> <li>✓ Recursos</li> <li>✓ Cronograma</li> <li>✓ Actividades</li> </ul>	<p>Matriz 5</p> <p>Plan para promover y difundir los servicios de información del Centro de Documentación del INS.</p>
12. Establecer los mecanismos de evaluación de la estrategia.	Mecanismos de evaluación.	Consiste en la evaluación y control que se efectúa después de implementar la estrategia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Control Anual</li> <li>✓ Funciones</li> <li>✓ Mercado</li> <li>✓ Recursos</li> <li>✓ Normas</li> <li>✓ Costos</li> <li>✓ Tiempo</li> <li>✓ Satisfacción</li> </ul>	<p>Matriz 6</p> <p>Mecanismos de Evaluación de la Estrategia.</p>

### 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas para recolectar los datos:

- ✓ Encuesta: es una técnica para recolectar datos que utiliza el cuestionario como instrumento de medición. Según Barrantes (2011),

La construcción de un buen cuestionario y su correcta aplicación se convierte en la columna vertebral de una encuesta. Además, señala que la primera función del cuestionario es obtener-por medio de la formulación de preguntas adecuadas- las respuestas que suministren los datos necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación. Para este propósito, el cuestionario debe obtener información pertinente, válida y confiable (p. 53).

En el Centro de Documentación se aplicó este instrumento a los funcionarios del INS, permitiendo conocer la situación actual en cuanto a necesidades de información, demanda de los diferentes servicios y limitaciones para acceder a los mismos. Para obtener dicha información se utilizó como instrumento, un cuestionario que se define, según Hernández y otros (2006) como “un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p. 320). El cuestionario consta de 31 preguntas. (Ver anexo no.1).

✓ Entrevista en profundidad: Canales (2006), afirma que:

Esta entrevista no es una situación de interrogatorio, sino la situación de una confesión en que se invita al sujeto entrevistado a la confidencia, la cual se concibe como posible gracias a esta noción de empatía bajo la cual se canalizan los afectos y se estabilizan con eficiencia las tendencias disruptivas de la comunicación (se anulan las condiciones facilitadoras de la violencia simbólica) creando un clima de naturalidad donde la confesión sea posible (p. 242).

Para efectos de esta investigación, dicha entrevista se aplicó a los funcionarios del Centro de Documentación del INS con el fin de captar la mayor información posible acerca de su opinión, con respecto a la demanda de los servicios y sus limitaciones en cuanto a su uso. Esta entrevista se apoyó en la guía de entrevista. (Ver anexo no.2).

✓ Observación: es el método que permite relacionar el investigador y el espacio social obteniendo los datos, seguidamente se sintetizan para desarrollar la investigación. Barrantes (2010) señala que “los datos son recogidos por el

investigador observando lo que le interesa y utilizando algún procedimiento para recopilar sus observaciones” (p. 33). Esta técnica permite percibir la realidad del Centro de Documentación del INS e interpretar las situaciones que en ocasiones no serán percibidos por los funcionarios. Para desarrollar dicha técnica se utilizó como herramienta la guía de observación. (Ver anexo no.3).

✓ Análisis Documental: Según Hernández y otros (2006) “la técnica de análisis documental tiene la ventaja de que los elementos fueron producidos por los participantes del estudio o los sujetos de estudio” (p. 616). Para aplicar esta técnica se realizó una matriz que permitió determinar los aspectos representativos con el fin de analizar fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas y riesgos y proponer la planeación estratégica.

### **3.6 Procedimientos para el análisis de los datos.**

Una vez aplicados los diferentes instrumentos propuestos a la muestra seleccionada, se procede a la recolección y análisis de los datos obtenidos de la siguiente manera:

- ✓ Se codifica la información obtenida de forma manual.
- ✓ Se utilizó el programa Excel para el registro y generación de cuadros y gráficos, para representar los resultados de la encuesta.
- ✓ A partir de los resultados, se elaboran las conclusiones y recomendaciones.

### **3.7 Alcance de la Investigación.**

#### **3.7.1 Proyecciones**

Se espera que la propuesta se implemente a corto plazo en el Centro de Documentación del INS y se desarrolle el plan de promoción y difusión de los servicios de información del Centro; el cual será útil y beneficioso para el buen funcionamiento del Centro de Documentación. Esta propuesta beneficiará a:

✓ Funcionarios del INS: convirtiéndose en beneficiarios directos con la información obtenida del Centro al hacer uso de los servicios de información, que le permita contar con información accesible para la toma de decisiones y su desarrollo como profesionales e investigadores.

✓ Centro de Documentación del INS: logrará satisfacer las necesidades de información inmediatas de sus usuarios, ofreciendo servicios idóneos para garantizar los resultados y desarrollar la investigación en las diferentes áreas que contempla el INS.

Además, al hacer efectiva esta propuesta se beneficiará el INS al hacerle frente a los desafíos del Tratado de Libre Comercio, proporcionando el conocimiento y la información más actualizada por parte del Centro, permitiéndose competir con otras empresas aseguradoras a nivel internacional.

### **3.7.2 Limitaciones**

Dada la amplitud de la población total del INS y a sus diferentes sedes a nivel nacional, se delimitó la investigación solamente a la Sede Central (San José), sin embargo, queda la posibilidad de implementar la propuesta a nivel nacional.

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN**  
**DEL INS.**

#### **4.1 Análisis del ambiente de los usuarios**

En este capítulo se presenta el análisis e interpretación de los datos recopilados, el cual se desarrolló variable por variable en el orden de los objetivos, lo que permitió una mejor interpretación de los mismos. Los resultados de este análisis se presentan por medio de cuadros, gráficos, tablas y su análisis respectivo. Es importante reiterar que los instrumentos fueron aplicados únicamente en la sede central del INS, en San José.

Con la información obtenida y la confrontación del marco teórico, se desarrolló la propuesta para la elaboración del plan con el fin de promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del INS.

#### **4.2 Funcionarios del INS**

Con el objetivo de tener un panorama más amplio de la población en estudio, se define un perfil del funcionario del INS, donde se comprueba que en mayor porcentaje, el recurso humano se compone por mujeres 50,8%. Además, la nacionalidad que predomina es la costarricense 98% y en cuanto al grado académico, los porcentajes más significativos son bachiller universitario 33,4%, seguido de licenciatura 26,6%, secundaria 24,6% y en menor porcentaje universitaria incompleta 1,3%.

La mayor parte de la población de funcionarios del INS se concentra en el Centro de Gestión de Reclamos de Automóviles 17,7%, seguido del Centro de Servicios complementarios 10,2% y en menor porcentaje, el Departamento de Recursos Humanos 7,5%.

En relación con el conocimiento del Centro de Documentación y los servicios que tienen los funcionarios, el 70,5% indica conocerlo y 29,5% señala lo contrario. De los funcionarios que conocen el Centro, el 14,4% desconoce los servicios que este ofrece, demostrando así la necesidad de un plan de promoción que permita dar a conocer el Centro a la comunidad de funcionarios que laboran para el INS.

### 4.3 Estado actual de los servicios de información.

Con respecto a los servicios de información que ofrece el Centro de Documentación del INS, se desglosan los resultados obtenidos de la investigación.

#### 4.3.1 Descripción de los servicios

Para cada servicio brindado por el Centro de Documentación se identifica el área temática que contempla cada uno y la población meta para la cual se dirige, con el fin de tener un panorama más amplio de cada servicio.

**Tabla 2. Servicios del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2012.**

Nombre del servicio	Descripción	Área temática	Población meta
Préstamo de Sala y domicilio	El servicio de préstamo en sala y domicilio consiste en proporcionar el material bibliográfico del centro de documentación para consultarlo ya sea a sala o domicilio, si fuera el caso. Los documentos para sala son documentos que por su frecuencia de uso o tipología no se permite su salida del Centro.	Seguros, bomberos, salud ocupacional, Riesgo del trabajo, administración y Contabilidad.	Usuarios internos (Funcionarios)  Usuarios externos
	El préstamo interbibliotecario permite obtener documentos (libros, artículos, revistas, etc.) que no se encuentran en las colecciones custodiadas por el centro de Documentación en calidad de	Temáticas Generales	Usuarios internos (Funcionarios)

Nombre del servicio	Descripción	Área temática	Población meta
<b>Préstamo Interbibliotecario</b>	préstamo. Este se da solo a nivel nacional, las principales bibliotecas con las que existe el convenio son: UCR, UNA, UNED, TEC, Asamblea Legislativa, Banco Central, Universidad Latina.		
<b>Servicio de Referencia</b>	Consiste en ayudar a los usuarios en la búsqueda de información y en el uso de las fuentes y recursos que se consulten.	Seguros, bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, administración, contabilidad.	Usuarios internos (Funcionarios)  Usuarios externos
<b>Consultas Telefónicas</b>	Consiste en recibir solicitudes de información por medio telefónico. Generalmente se busca la información y se sugiere al usuario dirigirse al Centro de Documentación.	Temáticas Generales	Usuarios internos (Funcionarios)  Usuarios externos
<b>Búsquedas en la Base de Datos Master Lex</b>	Consiste en realizar búsquedas en la base de datos Master Lex especializada en legislación nacional. Se encuentra organizada por áreas: leyes, reglamentos, decretos, directrices, jurisprudencia y códigos. Esta se actualiza mensualmente. Solo se encuentra en CD-ROM.	Leyes, reglamentos, decretos, directrices, jurisprudencia y códigos.	Usuarios internos (Funcionarios)  Usuarios externos (eventualmente)

Nombre del servicio	Descripción	Área temática	Población meta
<b>Búsquedas bibliográficas especializadas</b>	Se ofrece cuando un usuario solicita la confección de una bibliografía especializada en determinada área temática.	Seguros, bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, administración, contabilidad.	Usuarios internos (Funcionarios)
<b>Búsqueda en Internet de Leyes y Reglamentos</b>	Búsquedas realizadas en la red Internet. Los funcionarios tienen acceso a Internet	Seguros, bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, administración, contabilidad.	Usuarios internos (Funcionarios)
<b>Servicio de Fotocopiado</b>	Servicio de fotocopiado, el valor es 10 colones por fotocopia. Se encuentra fuera del Centro de Documentación.	Seguros, bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, administración, contabilidad.	Usuarios internos (Funcionarios)  Usuarios externos
<b>Servicio de consulta de periódicos</b>	Consiste en la posibilidad de consultar los periódicos nacionales del día	Diversas áreas temáticas	Usuarios internos (Funcionarios)  Usuarios externos
<b>Servicio de Resumen Gacetario y Boletín Judicial</b>	Consiste en el envío del extracto de los temas más relevantes de la Gaceta y el Boletín Judicial por medio del correo del INS.	La Gaceta  Boletín Judicial	Usuarios internos (a grupos de funcionarios específicos)

Nombre del servicio	Descripción	Área temática	Población meta
<b>Servicio de Nuevas Adquisiciones</b>	<p>Consiste en enviar la portada del documento nuevo que se está adquiriendo. Este producto envía semanalmente al correo de los funcionarios, además se detalla: signatura, autor, título. Editor. Lugar, año, descripción, tabla de contenido y contraportada.</p>	<p>Seguros, bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, administración, contabilidad.</p>	<p>Usuarios internos (Funcionarios)</p>
<b>Diseminación Selectiva de Información</b>	<p>Es el envío semanal al correo electrónico o intranet, a un grupo seleccionado de funcionarios (Presidencia, Gerencia, Jefaturas y Direcciones Técnicas), los documentos y artículos relevantes acerca de áreas temáticas de importancia para el INS.</p> <p>Se envía la siguiente información: referencia bibliográfica, resumen del artículo u documento, además de un adjunto con la tabla de contenido y contraportada.</p>	<p>Seguros, bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, administración, contabilidad. Nuevas tendencias.</p>	<p>Usuarios internos (Funcionarios)</p>

Nombre del servicio	Descripción	Área temática	Población meta
<b>Servicio Audiovisual</b>	Consiste en el préstamo de materiales electrónicos como videos, CD-ROM, DVD y disquetes.	Seguros, bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, administración, contabilidad. Nuevas tendencias.	Usuarios internos (Funcionarios)
<b>Base de Datos del Conocimiento</b>	Alberga toda aquella información que sirve como herramienta para la labor diaria del INS acerca de áreas técnicas como por ejemplo: manuales, directrices, información confidencial, estudios salariales, informes.	Diversas áreas temáticas	Usuarios internos (diferentes dependencias)

#### 4.3.2 Uso de los servicios que ofrece el Centro de Documentación.

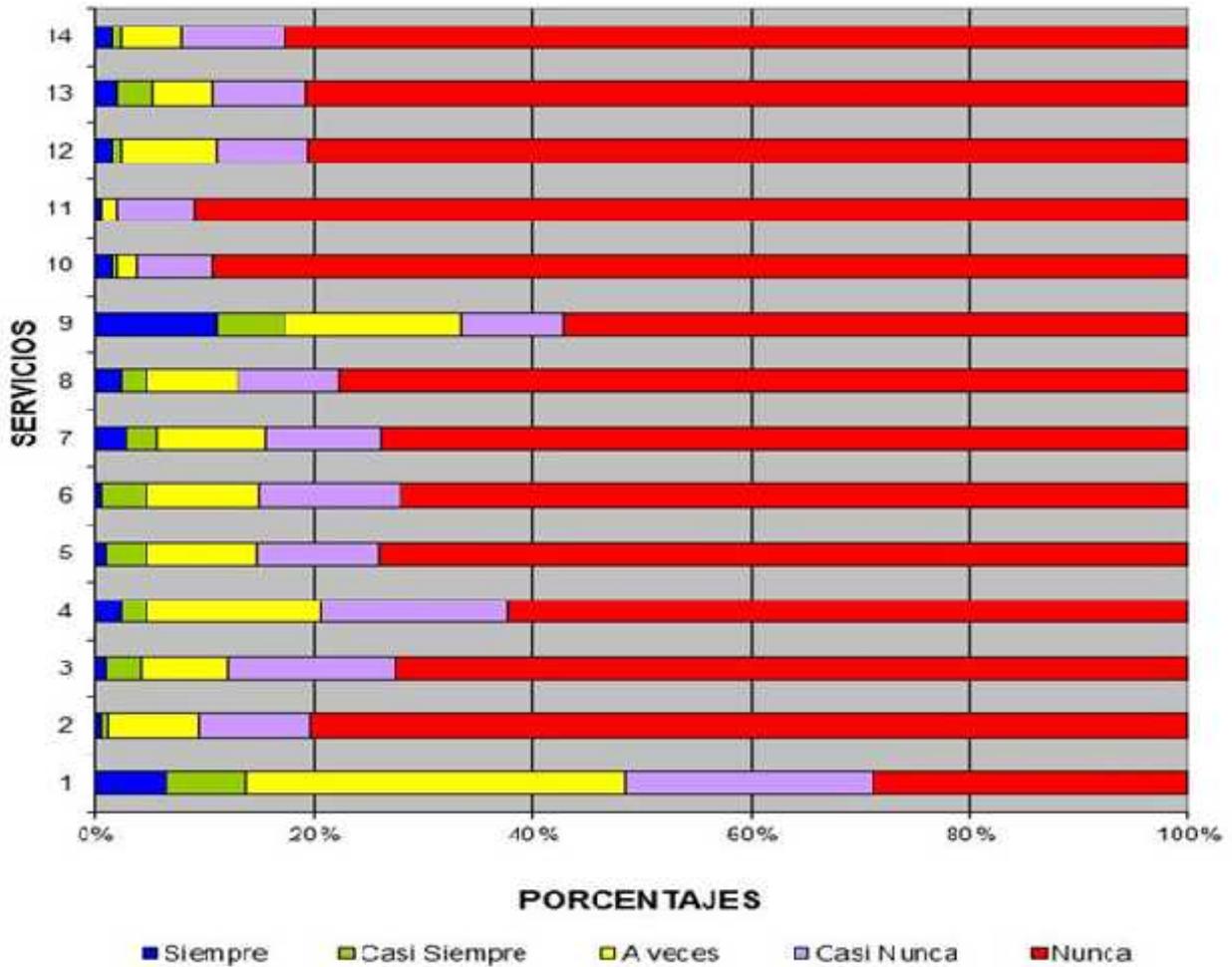
Actualmente el porcentaje de funcionarios que conocen el Centro de Documentación es de un 70,5% y un 29,5% lo desconocen, pero no solo es importante conocer si los funcionarios conocen o no los servicios, es también de utilidad determinar la frecuencia de uso de cada uno de ellos. Por esta razón se consulta a los funcionarios del INS acerca de la periodicidad con que usan los servicios, obteniendo gran cantidad de datos.

**Cuadro 1. Frecuencia de uso de los servicios del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**

	Servicio	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
1	Préstamo Sala/Domicilio	6,5%	7,4%	34,4%	22,8%	28,8%
2	Préstamo Interbibliotecario	0,5%	0,5%	8,4%	10,2%	80,5%
3	Servicio de Referencia	0,9%	3,3%	7,9%	15,3%	72,6%
4	Consultas Telefónicas	2,3%	2,3%	15,8%	17,2%	62,3%
5	Búsqueda en la Base de Datos MASTER LEX	0,9%	3,7%	10,2%	11,2%	74,0%
6	Búsquedas Bibliográficas Especializadas	0,5%	4,2%	10,2%	13,0%	72,1%
7	Búsqueda en Internet de Leyes y Reglamentos	2,8%	2,8%	9,8%	10,7%	74,0%
8	Servicio de Fotocopiado	2,3%	2,3%	8,4%	9,3%	77,7%
9	Resumen Gacetario y Boletín Judicial	11,2%	6,0%	16,3%	9,3%	57,2%
10	Servicio Diseminación Selectiva de Información	1,4%	0,5%	1,9%	7,0%	89,3%
11	Base de Datos de la comunidad del Conocimiento	0,5%	0,0%	1,4%	7,0%	91,2%
12	Servicio de nuevas adquisiciones	1,4%	0,9%	8,8%	8,4%	80,5%
13	Consulta de periódicos	1,9%	3,3%	5,6%	8,4%	80,9%
14	Servicio Audiovisual	1,4%	0,9%	5,6%	9,3%	82,8%

El cuadro 3 detalla los datos estadísticos para cada servicio. Además se presenta el gráfico 1 que permite observar la relación de uso entre los servicios.

**Gráfico 1. Frecuencia de uso de los servicios del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**



Del análisis de los datos anteriores se puede concluir, que los servicios más utilizados son el resumen gacetario y Boletín Judicial en 11,2%, seguido del préstamo a sala y domicilio en 6,5%, las búsquedas en Internet de leyes y reglamentos con 2,8%, consultas telefónicas y servicio de fotocopiado 2,3%, seguido de la consulta de periódicos en 1,9%, el servicio audiovisual, servicio de nuevas adquisiciones y el servicio de disseminación selectiva de información 1,4% y el servicio de referencia y búsquedas en Master Lex en 0,9%. El préstamo interbibliotecario, las búsquedas bibliográficas especializadas y la base de datos de la comunidad del conocimiento en 0,5%. Con estos bajos porcentajes se

demuestra que los funcionarios conocen el Centro de Documentación, pero no utilizan los servicios.

#### 4.3.3 Servicios requeridos por los funcionarios del INS.

Del total de funcionarios encuestados el 29,5% indicó no conocer el Centro de Documentación del INS, ante esta respuesta se consultó sobre los servicios que les gustaría obtener del Centro de Documentación.

**Cuadro 2. Servicios que desean obtener los funcionarios del INS en el Centro de documentación, San José, Costa Rica, 2012.**

OPINION	Cantidad	%
Préstamo a sala y domicilio	47	52,2%
Servicio audiovisual	34	37,8%
Búsqueda en Internet de leyes y reglamentos	33	36,7%
Servicio de fotocopiado	25	27,8%
Búsquedas bibliográficas especializadas	22	24,4%
Consultas telefónicas	21	23,3%
Préstamo interbibliotecario	20	22,2%
Uso del catálogo en línea	20	22,2%
Expositor de periódicos	19	21,1%
Búsquedas en la base de datos Master Lex	17	18,9%
Elaboración de bibliografías	15	16,7%
Servicio de referencia	13	14,4%
Servicio de alerta	12	13,3%
Servicio resumen gacetario y Boletín Judicial	10	11,1%
Acceso a Internet	5	5,6%
Información	1	1,1%
Total de menciones	314	
Total de entrevistados	90	

El cuadro 4 muestra los resultados, obteniendo mayor interés por el préstamo a sala y domicilio en 52,2% seguido del servicio audiovisual con 37,8%, las búsquedas en Internet de leyes y reglamentos en 36,7%, servicio de fotocopiado en 27,8%, búsquedas bibliográficas especializadas 24,4%, consultas telefónicas

23,3%, préstamo interbibliotecario 22,2%, uso de catálogo en línea en 22,2%, expositor de periódicos 21,1%, búsquedas en la base de datos MASTER LEX 18,9%, y en menor proporción la elaboración de bibliografías 16,7%, servicio de referencia 14,4%, servicio de alerta 13,3%, mientras que el servicio de resumen gacetero y Boletín Judicial 11,1% es el de menor interés. Se consultó a los funcionarios que otro servicio desean obtener, manifestando el acceso a Internet en 5,6% y 1,1% indicó que requería información en general independientemente del tipo de servicio.

La información obtenida refleja el desconocimiento tanto del Centro como de los servicios, ya que las opciones seleccionadas con menor porcentaje son los servicios que brinda el Centro actualmente, quizá no los más importantes, pero sí los más enriquecedores en cuanto a obtener información actualizada y de calidad en el menor tiempo posible.

#### **4.3.4 Medios de difusión de los servicios**

Se consultó a los funcionarios del INS sobre los medios por los cuales se entera del nuevo material bibliográfico que obtiene el Centro de Documentación con el fin de conocer la mejor estrategia de comunicación entre los funcionarios y el Centro para utilizarlo como herramienta para promocionar los servicios que ofrece el Centro.

El 91,2% de los funcionarios manifestó como prioridad el uso del correo electrónico, otro porcentaje dice no enterarse por ningún medio equivalente a 6,54% y en menor porcentaje, indican visitando el Centro de Documentación en 2,8%, por comunicación escrita 1,9%, por vitrinas o boletines 1,9%, por medio del sitio Web del Centro de Documentación 1,4% y como última opción, por medio de sus compañeros 0,5%, según se muestra en el gráfico 2.

**Gráfico 2. Medios por los que se enteran los funcionarios del INS del nuevo material que ingresa al Centro de Documentación, San José, Costa Rica, 2012.**



#### **4.3.5 Disponibilidad y calidad de la información.**

Es importante determinar si los funcionarios encuentran en el Centro de Documentación la información que requiere ya que de esto depende que regresen a utilizar los servicios que ofrece el Centro de Documentación. Al respecto 50,7% de funcionarios indicó que siempre o casi siempre encuentran la información que requieren. Sin embargo, el 37,2% indica que a veces y 12% casi nunca o nunca encuentran la información.

Los funcionarios en su mayoría (78,1%) califican la calidad de la información recibida del Centro de Documentación como excelente, muy buena o buena, el 18,6% la califican regular mientras que 3,3% consideran que es mala, muy mala o pésima.

Con los resultados obtenidos se determina que los funcionarios del INS satisfacen sus necesidades de información, obteniendo información de calidad para su desempeño profesional.

### 4.3.6 Preferencia de idiomas

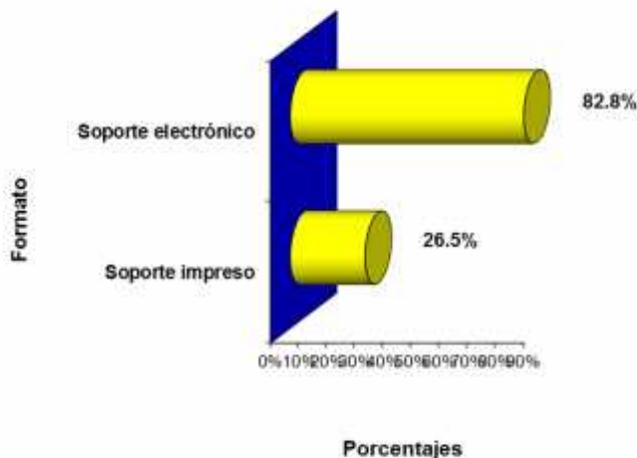
En cuanto al idioma de preferencia de la información, los funcionarios indican como prioridad el idioma español en un 88,8%, seguido del inglés en 7,4%, italiano 2,8%, al igual que el idioma alemán en 2,8%, y el idioma ruso en 2,8%, el idioma francés en un 1,9%, en igual porcentaje al idioma chino 1,9%.

Se consultó a la Coordinadora del Centro de Documentación al respecto y manifestó que la mayoría de documentos se encuentran en español, sin embargo, mucha información de calidad acerca de las temáticas del INS está en inglés.

### 4.3.7 Preferencia de formato

En lo que se refiere al formato de la información, según se muestra en el gráfico es posible observar que la mayoría de funcionarios prefiere el formato electrónico 82,8% y en menor porcentaje el formato impreso 26,5%, sin embargo, la Coordinadora del Centro considera que el 50% de los funcionarios utilizan el formato impreso y 50% el formato electrónico.

**Gráfico 3. Formato en que los funcionarios del INS prefieren la información, San José, Costa Rica, 2012.**



### 4.3.8 Actualización de la información

Se interrogó a los funcionarios acerca de la periodicidad en que requieren la actualización de la información para sus investigaciones. Según los resultados obtenidos, la mayoría de funcionarios, 37,7% requiere que la información se actualice mensualmente y en menor porcentaje, 30,2% semestralmente, anualmente en 16,7% y, por último, 15,3% requiere la actualización semanalmente.

### 4.3.9 Finalidad de la información utilizada.

Otro elemento importante que se consultó a los encuestados es la finalidad en cuanto al uso de los servicios de información que brinda el Centro de Documentación, señalando como principal finalidad realizar sus actividades profesionales 35,7%, seguido del desarrollo de sus estudios 31,4%, investigación 25,2% y entretenimiento 6,2%, otras finalidades señaladas por los funcionarios es la consulta a terceros, capacitación a empresas y realización de trabajos, cada uno de los anteriores representados en 1,3%. De igual forma 1,3% indicó que utilizan la información para todos los fines mencionados y representados en el gráfico 4.

**Gráfico 4. Finalidad de los servicios del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**



Como se aprecia en el gráfico 4, los servicios del Centro de Documentación satisfacen las necesidades de información como la actividad profesional, lo cual garantiza el logro de los objetivos institucionales. Por lo tanto, se debe mantener las colecciones actualizadas.

El INS cuenta con personal de alta calidad profesional, motivado y orgulloso de trabajar en la institución, por esta razón, el Centro de Documentación debe contribuir con la institución, manteniendo actualizado su acervo bibliográfico con material cada vez más especializado en el área, disponer de herramientas tecnológicas de calidad que faciliten el quehacer investigativo y que permitan el acceso a información en el nivel mundial. Además, debe contar con personal altamente capacitado en el área de investigación, en nuevas tecnologías de información y con gran espíritu de servicio.

Al respecto, la Coordinadora del Centro indica que, los funcionarios utilizan la información para desempeñar sus labores profesionales en su quehacer diario dentro de la institución.

#### **4.3.10 Temas de mayor interés.**

Con el objetivo de conocer cuáles temas contribuirán a fortalecer la actividad profesional de los encuestados, se consultó sobre los temas de interés para desempeñar su trabajo, obteniendo que las ciencias administrativas son el tema más importante para los funcionarios en 58,6%, seguido de otros temas como por ejemplo, seguros que es la especialidad del INS en 54,4%, seguridad social en 10,7%, informática 10,2% y seguridad ocupacional en 7,0%.

En el cuadro 5 se otros temas de interés.

**Cuadro 3. Temas de interés para los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**

<b>TEMAS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Ciencias administrativas	126	58,6%
Seguros	117	54,4%
Seguridad ocupacional	15	7,0%
Informática	22	10,2%
Seguridad social	23	10,7%
Bomberos	8	3,7%
Negocios internacionales	1	0,5%
Servicios Web	1	0,5%
Finanzas	2	0,9%
Ciencias económicas	1	0,5%
Derecho (códigos) tratados-ingeniería en producción industrial	2	0,9%
Contable	1	0,5%
Reaseguros	1	0,5%
Matemáticas - actuarial	1	0,5%
Actuariado - estadística	2	0,9%
Riesgos, financieros, operativos, estratégico	1	0,5%
Ninguna	4	1,9%
Psicología- estudio	1	0,5%
Estadística	1	0,5%
Inversiones	1	0,5%
Ciencias sociales	1	0,5%
Temas crecimiento personal	1	0,5%
Administración de recursos humanos	4	1,9%
Históricos	1	0,5%
Jurídicos	1	0,5%
Pensiones	3	1,4%
Salud	2	0,9%
Agricultura y ganadería	5	2,3%
Psicología laboral y psicología clínica	2	0,9%
Manuales aeronáuticos	1	0,5%
Medicina, terapia física	2	0,9%
Total de menciones	354	
Total de entrevistados	215	

Como se observa, existe una gama de temas, los cuales deben ser abordados y explotados por el Centro de Documentación. Algunos son propios de la especialidad del INS, otros son más generales que se deben tomar en cuenta por crecimiento y superación personal de los funcionarios.

La especialidad tratada por el INS es muy amplia, abarca temas como riesgos del trabajo, cosechas, vehículos, siniestros, aspectos sociales y culturales, salud ocupacional, servicios médicos y seguros de vida; por lo tanto, se debe conocer tanto la especialidad tratada como áreas afines, esto para aumentar y mejorar la calidad tanto en los servicios como en el acervo bibliográfico.

En la entrevista realizada, la coordinadora del Centro de Documentación indicó que las áreas temáticas que trabaja el Centro son las siguientes:

- ✓ Seguros.
- ✓ Riesgos del trabajo.
- ✓ Salud Ocupacional.
- ✓ Bomberos.
- ✓ Áreas afines como administración de empresas, economía, informática, mercadeo, fianzas, entre otras.

#### **4.3.11 Medios utilizados para obtener información**

Acerca del método que utilizan para obtener la información disponible en el Centro de Documentación, el 57,2% manifestó que hacen las consultas directamente a la Coordinadora del Centro de documentación, sin embargo, 27,0% indica que realizan búsquedas en el Internet, el 17,2% busca la información en catálogos externos y 6,0% localiza la información directamente en el estante.

Otros métodos utilizados por los funcionarios para acceder a la información son: correo electrónico en 2,8%, bases de datos externas en 1,9%, guía de bibliotecas externas 1,4% y por medio de recomendaciones 1,4%. El 0,9% de los funcionarios manifestó que no utilizaba ninguno de los medios de acceso a la información mencionados y en igual porcentaje (0,9%) manifestaron no utilizar frecuentemente estos métodos de búsqueda. A pesar de esta situación, el 0,5% realiza búsquedas en las bases de datos del Centro de Documentación.

Al respecto, los porcentajes indicados evidencian la debilidad actual del Centro de Documentación en cuando al uso del mismo ya que si el funcionario desconoce el

método adecuado para localizar los documentos que necesita para realizar sus investigaciones, no visitará el Centro. No obstante, la Coordinadora del Centro de Documentación tiene una perspectiva diferente, indicando que la información se encuentra accesible y disponible para los funcionarios.

#### **4.3.12 Preferencia de recursos documentales**

Con el fin de conocer cuáles son los recursos documentales que se utilizan con más preferencia, el 66,5% de los funcionarios del INS utiliza los libros, con menor preferencia los periódicos en 14,4%, las tesis en 11,2%, la literatura recreativa en 10,2% y el material audiovisual en 9,8%. Es importante indicar que un porcentaje significativo de funcionarios (20,9%) no utilizan estos recursos.

#### **4.3.13 Demanda de nuevos servicios de información**

Para obtener dicha información, se consultó sobre los servicios que se consideran necesarios para satisfacer sus necesidades de información. El cuadro 6 detalla que el 50,7% manifestó la importancia de adquirir bases de datos internacionales en línea y en CD-ROM especializadas en ciencias administrativas, informática, seguridad social, bomberos, seguros, seguridad ocupacional; el 34,9% demanda el boletín bibliográfico, el 34,0% la orientación en el uso de los recursos y servicios que se brindan y el 32,1% los catálogos de bases de datos en línea.

El Centro de Documentación ofrece varias bases de datos referenciales para localizar la información en las diferentes colecciones que alberga el Centro de Documentación, estas se alimentan y actualizan diariamente por parte del personal del Centro, sin embargo, el 56,7% de los funcionarios encuestados indican que no las utilizan, mientras que el 43,3% sí las utilizan, quedando en claro que este recurso no se está utilizando apropiadamente. Uno de los objetivos de esta investigación es dar a conocer este recurso y además adquirir bases de datos internacionales a texto completo que contengan artículos científicos acerca de la temática tratada por el INS.

**Cuadro 4. Demanda de nuevos servicios por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**

<b>SERVICIOS ADICIONALES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Bases de datos internacionales en línea y en CD especializadas	109	50,7%
Boletín bibliográfico	75	34,9%
Orientación	73	34,0%
Catálogos de bases de datos en línea	69	32,1%
Historia - geografía - ciencias	5	2,3%
Resúmenes de libros importantes de administración al estilo resumido.com	4	1,9%
Sistema con acceso via lotus, búsqueda de libros, solicitud por este medio	4	1,9%
Otras ciencias del conocimiento, por cuanto se recarga en administración	2	0,9%
Ninguno	2	0,9%
Mas sobre informática	2	0,9%
Recreativos	1	0,5%
Mayor cantidad de libros	1	0,5%
Literatura variada, temas de superación	1	0,5%
Material audiovisual de seguros	1	0,5%
Total de menciones	349	
Total de entrevistados	215	

Otros servicios que los funcionarios consideran de importancia son los siguientes:

- ✓ Aumentar el acervo bibliográfico en historia, geografía y ciencias.
- ✓ Poseer resúmenes de libros importantes de administración al estilo de resumido.com
- ✓ Ofrecer el servicio de búsqueda de libros y solicitudes por medio del sistema lotus.
- ✓ Incluir material bibliográfico en otras áreas del conocimiento como por ejemplo: informática, literatura recreativa variada, temas de superación.
- ✓ Aumentar la cantidad de documentos.
- ✓ Aumentar material audiovisual sobre seguros.

#### **4.3.14 Grado de satisfacción**

Otro aspecto que se consultó en el desarrollo de la investigación lo constituye el nivel de satisfacción en cuanto al uso de los servicios que brinda el Centro de Documentación del INS, obteniendo como resultado que el 50,7% de los funcionarios no se encuentran ni satisfechos/ni insatisfechos, un 47,0% indica que se encuentran satisfechos y un 2,3% que se encuentra insatisfecho.

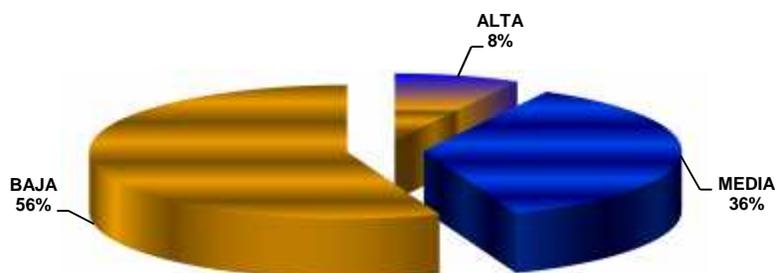
Un aspecto importante de mencionar es la falta de evaluación del grado de satisfacción en relación con dichos servicios ya que el Centro no cuenta con estudios al respecto.

#### **4.3.15 Frecuencia de visita**

Se consultó también a los funcionarios encuestados la frecuencia con que visitaban el Centro de Documentación resultando que 62,8% nunca lo visita, de 2-3 veces por semana el 20,9%, a veces el 4,7%, no opinan 3,3%, un 1,4% de 4-5 veces por semana, 1,4% mensual, 1,4% al menos una vez cada tres meses y 0,9% la visita, pero cuando acude está cerrada. Estos porcentajes reflejan la razón por la que los servicios del Centro de Documentación del INS no son utilizados por los funcionarios. No obstante, la Coordinadora del Centro manifiesta que los funcionarios no visitan el Centro de Documentación por falta de cultura informacional. Ella manifiesta que el presupuesto se debe distribuir en varias actividades propias del Centro de Documentación, por lo tanto, no es suficiente para adquirir gran cantidad de documentos, además señala que los funcionarios del INS no cuentan con el tiempo suficiente para visitar el Centro de Documentación.

En el gráfico 5 se evidencia que la demanda de servicios de información por parte de los funcionarios del INS es baja en 56%, media en 36% y alta en 8%.

**Gráfico 5. Tipo de demanda de los servicios de información por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**



#### **4.3.16 Limitaciones en los servicios de información**

Para obtener un panorama más amplio acerca de las limitaciones que enfrentan los funcionarios al utilizar los servicios de información que ofrece el Centro de Documentación del INS, se analizaron los siguientes aspectos:

##### **4.3.16.1 Limitantes de uso**

Se consultó a los funcionarios cuáles consideraban como limitantes al hacer uso de los servicios que brinda el Centro de Documentación, al respecto un 47% señala como principal limitante el desconocimiento de los servicios de información, el 39,1% indica desconocimiento de las fuentes de información, el 10,2% señala la carencia de equipo tecnológico, el 2,3% por el idioma, y el 0,9% indica el costo. Otras limitantes de uso señaladas por los funcionarios son las siguientes:

- ✓ Información desactualizada.
- ✓ Carencia de equipo tecnológico.
- ✓ Tiempo y horario.
- ✓ No hay necesidad de utilizarlo.
- ✓ Escaso material de interés.
- ✓ Limitación del préstamo pues el préstamo del material bibliográfico para domicilio se brinda a aquellos funcionarios que se encuentren con un

nombramiento en propiedad, a los funcionarios interinos se les facilita el material solo para consultarlos en la sala y sacar fotocopia.

Al respecto, la Coordinadora considera que la atención brindada por parte del Centro de Documentación es excelente. A pesar del recurso humano insuficiente, se brindan servicios de calidad, en ocasiones, si la información no se encuentra en el Centro de Documentación se indica al usuario dónde adquirirla con el fin de que quede satisfecho.

#### **4.3.16.2 Limitantes de acceso**

Otro aspecto que se consultó a los funcionarios es la ubicación del Centro de Documentación en el edificio del INS, obteniendo que el 71,2% de los funcionarios señalan que la ubicación del Centro es accesible, con respecto al 1,9% que considera lo contrario. Sin embargo, el 27% no define su posición, es decir, indica ni accesible/ni inaccesible. Por otra parte, la Coordinadora considera que el Centro debería estar ubicado en la planta baja por las siguientes razones: el ruido, la distracción, espacio reducido, distribución física no idónea. Sin embargo, considera que es de fácil acceso por estar localizado en el centro de San José.

#### **4.3.16.3 Limitantes de horario**

En cuanto al horario de atención, 62,8% lo considera adecuado, no obstante el 32,1% no lo consideraba ni adecuado/ni inadecuado y 5,1% considera que es inadecuado. Al respecto la Coordinadora opina que el horario de lunes a viernes de 7:30am a 4:30pm es una limitante ya que los funcionarios requieren del servicio fuera de su horario de trabajo para realizar sus investigaciones laborales y personales, por lo tanto, se considera que el horario no es el idóneo.

#### **4.3.16.4 Limitación de recursos**

La Coordinadora señala como principal limitante el recurso humano ya que actualmente se cuenta con una persona para cubrir todo el Centro y como consecuencia muchos procesos se quedan rezagados. Además el tiempo de

respuesta a una consulta o servicio no es inmediata. A pesar de dicha limitación la Coordinadora brinda un servicio de calidad.

En cuanto al equipo tecnológico, la Coordinadora considera que es el adecuado, sin embargo, es conveniente la adquisición de equipo actualizado y en mayor número ya que las impresoras y los scanner son de uso administrativo.

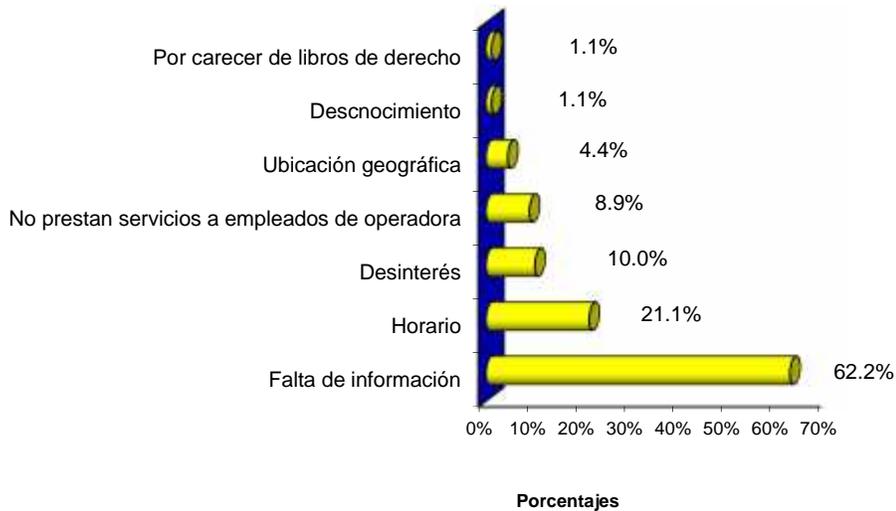
Respecto a las fuentes de información, la Sra. Mayra Fallas señala que las revistas carecen de actualización pues su adquisición depende del presupuesto asignado al Centro de Documentación. El presupuesto asignado al Centro se divide en dos partidas, una para libros y otra para revistas. El 50% de las revistas se adquiere por medio de la compra realizando la suscripción directa con el proveedor y el otro 50% se adquiere a través de la compra en amazon.com. Los libros son solicitados para compra y la Coordinadora los tramita con el Departamento de Recursos Humanos.

#### **4.3.17 Posicionamiento del Centro de Documentación**

Con esta variable se pretende conocer la opinión o imagen que tienen los funcionarios acerca del Centro de Documentación, así como el nivel de conocimiento de su existencia.

Se consultó si conocían el Centro de Documentación, obteniendo como resultado que 70.5% conocían el Centro, contrario a 29.5% que lo desconocían. A este 29,5% de los funcionarios que desconocen el Centro, se les consultó el motivo, obteniendo como resultado que el 62,2% es por la falta de información, el 21,1% por asuntos de horario, el 10% por desinterés, el 8,9% indica que no brindan servicio a los empleados de operadora, el 4,4% menciona la ubicación física, el 1,1% por el desconocimiento y el 1,1% por carecer de documentos en el área de derecho, según lo ilustra el gráfico 6.

**Gráfico 6. Motivos del desconocimiento del Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**



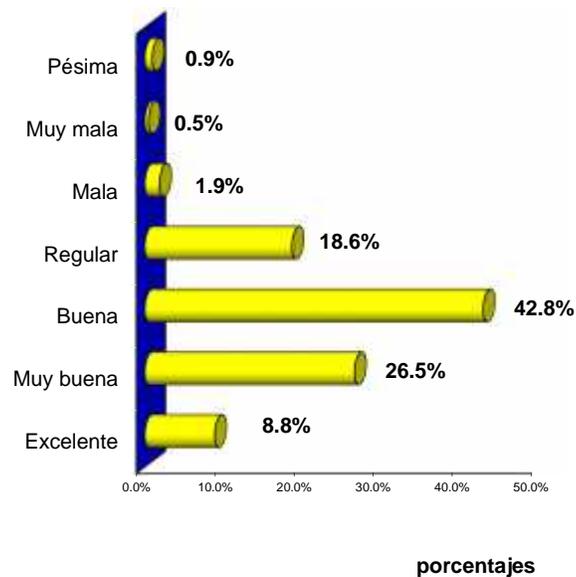
La Coordinadora señala que el Centro de Documentación es conocido a nivel institucional, este es utilizado para realizar investigaciones laborales y de estudio profesional. Además señala que existe una necesidad de su promoción y de sus servicios, pero actualmente no se cuenta con recurso tecnológico ni humano capacitado para realizar un programa o proyecto de promoción.

En relación con el conocimiento de los servicios del Centro de Documentación el 85.6% de los encuestados señalan que sí los conocen, mientras que un 14.4% indica lo contrario. Al respecto, se concluye que aunque un 85.6% conoce los servicios, estos no están siendo utilizados. Estos datos se reflejaron en el gráfico 1.

Sobre la opinión general que tienen los funcionarios del INS acerca del Centro, el 42,8% indican que es buena, el 27,9% muy buena y el 20% regular. Se puede deducir que los funcionarios tienen una buena visión, lo cual podría contribuir en la elaboración del plan de promoción ya que se contaría con un actitud positiva para recibir la información promocional de sus servicios.

También se consultó la opinión acerca de la calidad de los servicios, donde el 50,7% indicó que son buenos, el 21,9% muy buenos, el 19,1% regular, el 7,0% excelente, el 0,5%, mala, el 0,5% muy mala y en igual porcentaje pésima (0,5%) según lo indica el gráfico 7.

**Gráfico 7. Calificación a los servicios que ofrece el Centro de Documentación por parte de los funcionarios del INS, San José, Costa Rica, 2012.**



En relación con la percepción general que tienen los funcionarios del Centro de Documentación como fuente de información, el 42,8% de los funcionarios indicó que es buena, para el 27,9% es muy buena, para el 20% es regular, para el 6,5% es excelente, para el 1,9% es mala, para el 0,5% es muy mala y para el 0,5% es pésima.

Del estudio anterior se concluye que el Centro de Documentación actualmente no cumple con las expectativas en cuanto a servicios de información ya que sus principales usuarios quienes son funcionarios del INS no se encuentran ni satisfechos / ni insatisfechos con los servicios que reciben por parte del Centro. Existe poca cultura investigativa por parte de los funcionarios del INS que les

permita hacer uso de los servicios que se ponen a su disposición. Se debe enfatizar en la carencia de personal que actualmente existe en el Centro de Documentación ya que sin el personal debidamente capacitado y calificado el Centro no podrá surgir.

De ahí la importancia de evaluar la situación actual del Centro y realizar propuestas para promover y difundir el uso del Centro de Documentación y, por ende, sus servicios para contribuir a la investigación.

#### **4.4 Análisis FODA del Centro de Documentación del INS.**

A continuación se desarrolla el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que permiten presentar un panorama amplio de la situación actual del Centro de Documentación en cuanto al entorno interno y externo, cuyo resultado es fundamental para la toma de decisiones. El análisis se efectuó evaluando aspectos tales como: los recursos tecnológicos, humanos, económicos y bibliográficos, infraestructura física y productos y servicios.

##### **4.4.1 Recurso Tecnológico**

Fortalezas:

- ✓ Posibilidad de compartir los servicios de información con otros centros interesados en la temática del INS por medio de equipos tecnológicos de calidad.
- ✓ Se cuenta con una Intranet para uso de la comunidad de funcionarios.
- ✓ El uso del recurso tecnológico dentro del Centro es un servicio gratuito.
- ✓ Se dispone de programas computacionales necesarios para brindar los servicios. Cuenta con bases de datos, adquiridas y propias.
- ✓ Tanto el personal del Centro como sus usuarios se adaptan rápidamente a cambios tecnológicos de software.
- ✓ Se cuenta con equipo especial para personas con discapacidad.

#### Oportunidades:

- ✓ Con la Intranet y la red institucional se pueden ofrecer servicios de forma virtual, garantizando el acceso a nivel institucional y en las sedes. Además facilita la comunicación e impulsa las relaciones entre unidades interconectadas.
- ✓ Posibilidad de desarrollar nuevos servicios de información sustentados en una plataforma informática más avanzada y con acceso a otros centros por medio de plataformas tecnológicas y de comunicación modernas.
- ✓ Posibilidad de mejorar los servicios ofrecidos a los funcionarios por medio de nuevas opciones de acceso a la información.
- ✓ Acceso de los funcionarios a la información por medio de la plataforma lotus note, que funciona como correo electrónico interno.

#### Debilidades:

- ✓ Poco recurso tecnológico destinado para que los funcionarios realicen sus búsquedas.
- ✓ Carencia de una fotocopidora dentro de las instalaciones del Centro de Documentación.
- ✓ No existe convenios con otras instituciones que traten la temática de seguros.
- ✓ No dispone de suscripciones a bases de datos especializadas en las áreas de interés de los funcionarios
- ✓ El equipo tecnológico para personas con discapacidad (impresoras, scanner, magnificador de imagen, audífonos), no se utiliza.
- ✓ Las bases de datos propias del centro para elaborar búsquedas están diseñadas en la plataforma Microisis que es un sistema de almacenamiento y recuperación de información basado principalmente en texto; actualmente se trabaja para exportar la base de datos a la versión Winisis que es la interfaz gráfica de la plataforma Microisis, pero aun así, ambos software han sido superados por interfaces más dinámicas y atractivas.

- ✓ El único medio de comunicación entre el Centro de Documentación y los funcionarios es el correo electrónico, limitando la posibilidad de interactuar.
- ✓ Recurso tecnológico limitado ya que el recurso tecnológico se encuentra administrado por el Departamento de Informática del INS, quien decide cómo se distribuye el recurso, además se encargan de instalar y actualizar el software.
- ✓ Ausencia de ambientes tecnológicos para desarrollar bases de datos debido a la carencia de un sitio Web propio con un administrador de bases de datos.
- ✓ No se cuenta con el recurso tecnológico suficiente para crear un laboratorio equipado y actualizado que permita atraer a los funcionarios.
- ✓ No brindar información en el formato deseado por los usuarios.

#### Amenazas:

- ✓ Los constantes cambios y avances tecnológicos en software y hardware le permite a las instituciones utilizar herramientas que facilitan la investigación diariamente. Esta situación le exige al Centro de Documentación mantenerse al margen de estos cambios, de lo contrario, este quedará rezagado como consecuencia de utilizar herramientas tecnológicas ya superadas.

#### 4.4.2 Recurso Humano

##### Fortalezas:

- ✓ El personal está comprometido con la organización.
- ✓ La Coordinadora es una profesional graduada en el campo de la Bibliotecología, lo cual contribuye al mejoramiento del Centro.
- ✓ El trato brindado por parte del personal es de calidad.
- ✓ El personal cuenta con la experiencia y amplia trayectoria en este campo.

#### Oportunidades:

- ✓ Cursos de capacitación disponibles para la actualización profesional y prestación de servicios.
- ✓ La pertenencia a una institución reconocida.
- ✓ Las alianzas estratégicas y convenios con otras instituciones.
- ✓ Ampliación de fronteras institucionales con INS-SALUD que permite mantenerse actualizado, mientras se encuentra en estado de convalecencia ya que se brindan servicios de información dentro del hospital donde se encuentran internados los pacientes del INS, como por ejemplo, préstamo de material bibliográfico para lectura.

#### Debilidades:

- ✓ El personal es limitado en comparación con la población de usuarios que atiende.
- ✓ El horario de atención del Centro de Documentación se convierte en una debilidad pues solo se ofrece en horas laborales.
- ✓ Alianzas débiles con otros centros de documentación.
- ✓ El personal está poco capacitado en la prestación de servicios.
- ✓ Carencia de estrategias para promover la alfabetización informacional (capacitaciones para utilizar los servicios).
- ✓ Ausencia de capacitaciones en caso de riesgo por parte del personal del Centro.
- ✓ Falta capacitación del personal en cuanto a tecnologías de la información.
- ✓ Falta personal interdisciplinario.
- ✓ Bajo desarrollo de valores como calidad, compromiso, valor agregado al servicio, trabajo en equipo, innovación, originalidad y creatividad.
- ✓ Escasa cultura investigativa.

#### Amenazas:

- ✓ Aumenta la competencia por parte de los centros de Documentación pertenecientes a empresas privadas.
- ✓ Las necesidades y gustos de los funcionarios están en constante cambio.

#### 4.4.3 Recurso económico

#### Fortalezas:

- ✓ El Centro de Documentación no tiene como fortaleza su recurso económico ya que no se cuenta con un presupuesto fijo anualmente.

#### Oportunidades:

- ✓ Posibilidad de adquirir nuevo material bibliográfico para actualizar el acervo bibliográfico.
- ✓ Disposición de los funcionarios del INS a pagar por los servicios siempre y cuando estos sean de calidad y cumplan las expectativas.

#### Debilidades:

- ✓ Recurso financiero limitado para cubrir las necesidades del Centro de Documentación.
- ✓ Para el año 2013 y 2014 no se asignó presupuesto para el Centro de Documentación.
- ✓ El porcentaje de presupuesto asignado para actualizar los servicios, no es el adecuado ya que no es suficiente para brindar servicios de calidad y satisfacer las necesidades de información.
- ✓ Poco reconocimiento a nivel nacional del Centro de Documentación.

#### Amenazas:

- ✓ Cambio de presidencia cada 4 años, cambio de visión con respecto al Centro de Documentación.

#### 4.4.4 Recurso Bibliográfico

#### Fortalezas:

- ✓ Ser el único Centro de Documentación especializado en seguros y, por lo tanto, tener la colección especializada en la temática.
- ✓ Al contar con una colección especializada beneficia la imagen del INS.
- ✓ El Centro de Documentación se fortalece con el material bibliográfico facilitado al Centro por medio del préstamo interbibliotecario.
- ✓ Se cuenta con una excelente colección de vídeos en áreas de interés para el INS.
- ✓ Cuenta con gran cantidad de información especializada en seguros, permitiendo establecer más convenios institucionales.

#### Oportunidades:

- ✓ Actualmente el INS es el único Instituto asegurador contra riesgos de todo género, por lo tanto, el Centro de Documentación se puede convertir en el ente principal que alberga toda la información relacionada con esta área de seguros a nivel nacional, teniendo la posibilidad de surgir a nivel internacional.
- ✓ El INS se encuentra posicionado a nivel nacional e internacional lo que indica un posible desarrollo del Centro de Documentación.

#### Debilidades:

- ✓ El Centro de Documentación es desconocido por un porcentaje significativo de funcionarios del INS quienes son el principal mercado, por lo tanto, el recurso bibliográfico no está siendo utilizado.

- ✓ Imagen débil del Centro de Documentación a nivel institucional.
- ✓ Centro de Documentación no proyectado dentro de la organización.
- ✓ No existe una campaña de comunicación para dar a conocer el material bibliográfico.
- ✓ Algunas colecciones de libros y revistas están desactualizadas.
- ✓ Material bibliográfico insuficiente para satisfacer la demanda de información por parte de los funcionarios ya que no existe variedad en diferentes áreas temáticas y formatos.
- ✓ No se realizan estudios de necesidades de usuarios, lo que propicia el desconocimiento del material bibliográfico que se necesita.

Amenazas:

- ✓ Deterioro del material bibliográfico por diferentes factores físicos, biológicos, etc.

#### **4.4.5 Infraestructura Física**

Fortalezas:

- ✓ Estar situado en el mismo edificio del INS.

Oportunidades:

- ✓ Optar por una infraestructura más óptima que permita la comodidad de los usuarios.
- ✓ Ampliar la sala grupal e individual.
- ✓ Solicitar un espacio físico que se adecue a las necesidades de las personas con discapacidad para instalar el equipo tecnológico con que se cuenta.
- ✓ Cambio de estanterías.

#### Amenazas:

- ✓ Brindar un servicio ineficiente, al no contar con un espacio físico que se adapte a las necesidades del Centro de Documentación.
- ✓ Peligro de colapsar en caso de emergencia, por falta de un plan de evacuación.

#### Debilidades:

- ✓ El Centro de Documentación se encuentra ubicado cerca del consultorio médico y a la par del comedor de funcionarios, provocando ruido y distracción.
- ✓ La puerta principal es angosta y con cierre electrónico lo que impide en caso de emergencia, el desalojo del Centro rápidamente.
- ✓ Infraestructura inadecuada de acuerdo a la demanda de funcionarios que laboran en el INS, salas de estudio no aptas para consultar el material bibliográfico.
- ✓ La iluminación y ventilación no es adecuada, lo cual provoca que este espacio no sea atractivo para los funcionarios.
- ✓ No se cuenta con servicio sanitario.
- ✓ Se cuenta con un plan de evacuación a nivel del INS, pero no existe uno para el Centro.
- ✓ El Centro tiene poco mobiliario para atender la población de funcionarios ya que posee solo con una mesa grande para revisar el material y pocos cubículos individuales.
- ✓ No existe una señalización adecuada dentro del Centro de Documentación.

#### 4.4.6 Servicios

#### Fortalezas:

- ✓ Envío diario del resumen gacetario con los temas más relevantes de dicha publicación.

- ✓ Cuenta con normativas de préstamo y un manual de procedimientos avalados por la Subdirección de Planificación.
- ✓ Fortalecimiento de la imagen del INS al brindar servicios de calidad.
- ✓ Los funcionarios del INS que cursan estudios obtienen servicios actualizados para enriquecer su conocimiento.

#### Oportunidades:

- ✓ Posibilidad de mejorar los servicios ofrecidos a los funcionarios.
- ✓ Crecimiento del mercado al ofrecer servicios de calidad.

#### Amenazas:

- ✓ Cambio constante de las necesidades de información de los usuarios.

#### Debilidades:

- ✓ No existe una adecuada campaña de comunicación, publicidad y promoción de los servicios que el centro ofrece.
- ✓ Carece de servicios novedosos y los existentes son limitados.
- ✓ No cuenta con un presupuesto fijo y permanente para la adquisición de material bibliográfico.
- ✓ Los funcionarios desconocen los servicios que se ponen a disposición y la forma de acceder a ellos.
- ✓ La evolución del Centro de Documentación en cuanto a servicios se encuentra estancada.
- ✓ Las condiciones en cuanto al servicio de préstamo no satisface las necesidades de los funcionarios quienes manifiestan restricción hacia quienes no se encuentran en propiedad.
- ✓ Uso poco significativo de los servicios, reflejado en el análisis de los datos.

**CAPÍTULO V**  
**PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN**

En el presente apartado se especifica el objetivo de la propuesta, la estructura y el desarrollo de la misma. Además, se elabora el presupuesto en función del costo aproximado en que se incurrirá al desarrollarlo y se define el cronograma de actividades.

## **5.1 Justificación**

A partir de los datos obtenidos y la información recopilada en la investigación de mercado descrita en el capítulo anterior, se hace evidente la necesidad de contar con un plan para promover y difundir los servicios de información dirigido a los funcionarios de la institución. Esto se evidencia en los resultados que reflejan el desconocimiento del Centro de Documentación y de sus servicios, así como su escasa utilización.

Este Centro tampoco posee medios de promoción, únicamente tiene un enlace dentro del sitio web del INS que contiene información limitada de los servicios. Es un sitio poco llamativo y con navegabilidad poco amigable, por lo que a través de este no se ha logrado posicionar en la población de usuarios. Esto se manifiesta en la opinión de los usuarios, quienes indican que el desconocimiento del Centro de Documentación es por falta de información.

El Centro de Documentación es la única Unidad de Información especializada que resguarda información sumamente valiosa y específica en su área, por lo que se propone un plan que ofrezca los medios para promover y difundir los servicios de información con el fin de que los funcionarios conozcan las posibilidades informativas que tienen.

Para la puesta en marcha del plan es necesario fortalecer algunos aspectos en cuanto al personal y a recursos económicos, tecnológicos y documentales, entre otros, teniendo presente los objetivos de la institución.

Actualmente el Centro de Documentación subsiste con el presupuesto establecido por el INS, sin embargo, mediante alianzas con los diferentes departamentos, se pueden desarrollar mecanismos que le permitan la difusión y promoción. Por

ejemplo, el Departamento de Mercadeo podría facilitar el proceso de diseño de medios de promoción como banners y plegables, entre otros y el Departamento de Informática puede colaborar con el mantenimiento y actualización del sitio Web.

Es conveniente aclarar que en este caso, no se pretende generar utilidades, sino promocionar y dar a conocer los servicios que posee el Centro que contribuyen en la satisfacción de las necesidades de información de sus funcionarios y, por ende, en el crecimiento institucional.

## **5.2 Metodología de la propuesta**

La presente propuesta se diseña con base en los objetivos específicos correspondientes al objetivo general 2 que plantea el diseño de un plan para promover y difundir los servicios de información del Centro de Documentación del INS.

En este apartado se reformulan la visión y misión establecidas por el Centro como, se plantean los objetivos de la propuesta y se define el segmento de mercado. Ligado a esto se define y desarrolla la estrategia de promoción que está acompañada por la definición del servicio, la estimación del costo y la forma de distribución, lo que usualmente se denomina mezcla de mercado.

Seguidamente se indican los mecanismos para la evaluación del plan y para el manejo del presupuesto para llevarlo a cabo.

Por último se describen recursos básicos para mantener y actualizar los diferentes servicios que se pretenden promocionar.

## **5.3 Propuesta de la misión y visión para el Centro de Documentación del INS**

Toda institución por pequeña que sea, tiene una razón de ser que se expresa en la misión y la visión. Ambas indican el rumbo de una organización. A continuación se propone una nueva misión y visión para Centro de Documentación dado que la actual no deja claro el ser y hacia donde se quiere llegar.

La misión propuesta es *desarrollar y promover servicios y productos de información con el objetivo de satisfacer las necesidades y demandas de información de los clientes internos y externos del INS, brindando servicios personalizados y valores de excelencia para asegurar la calidad en el servicio*. La visión se enuncia así: *ser reconocido por sus usuarios como el Centro de Documentación con servicios informacionales de alta calidad, especializados en las áreas de seguros, que alcanzan y superan las necesidades y expectativas de sus usuarios y se expanden a nivel nacional e internacional*.

#### **5.4 Objetivos del plan de promoción.**

Objetivo General:

Diseñar un plan de promoción para difundir los servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS, con el fin de que los funcionarios los utilicen para satisfacer sus necesidades de información.

Objetivos Específicos:

- ✓ Definir la segmentación del mercado del Centro de Documentación.
- ✓ Determinar las estrategias para promocionar y difundir los servicios que permitan llegar al mercado meta.
- ✓ Identificar los recursos necesarios para desarrollar el plan de promoción del Centro.
- ✓ Establecer los mecanismos de control y evaluación para los servicios que ofrece el Centro.

#### **5.5 Segmentación de mercado**

Según el estudio del mercado meta, se concluye que la segmentación de mercado va dirigida tanto a hombres como mujeres, funcionarios del INS con necesidades de información semejantes. Esta población se caracteriza por ser en su mayoría femenina, la nacionalidad que predomina es costarricense y los niveles académicos son bachillerato universitario y licenciatura.

La segmentación le permite al Centro de Documentación identificar las necesidades de los funcionarios, definir los servicios requeridos, identificar canales de distribución y comunicación adecuados para la difusión de los servicios, identificar los recursos necesarios y los métodos de evaluación.

La población está compuesta por 1800 funcionarios distribuidos en los siguientes departamentos:

- ✓ Centro de Gestión de Reclamos de Automóviles.
- ✓ Centro de Servicios Complementarios.
- ✓ Recursos Humanos.
- ✓ Seguro Obligatorio Automotor.
- ✓ Dirección de Riesgos.
- ✓ Departamento de Operaciones.
- ✓ Departamento de inversiones.
- ✓ Dirección Jurídica.
- ✓ Reaseguros.
- ✓ Departamento de Auditoría.
- ✓ Departamento de Comercialización.
- ✓ Departamento de Actuarial.
- ✓ Departamento Dirección de Automóviles.
- ✓ Departamento de Presupuesto.
- ✓ Departamento Planes y Proyectos.
- ✓ Departamento Seguros Personales.
- ✓ Departamento Salud Ocupacional.
- ✓ Centro de Servicios Técnicos y Profesionales.
- ✓ Departamento INS-Pensiones.
- ✓ Departamento de Mercado.
- ✓ Dirección de Seguros Solidarios.

Los productos de mayor interés para los funcionarios son las búsquedas bibliográficas especializadas, seguidas por las búsquedas en Internet de leyes y

reglamentos, por último, la base de datos de la comunidad del conocimiento donde se alberga la información que sirve como herramienta para realizar investigaciones técnicas del INS que contiene manuales, directrices e información confidencial.

Dentro de las necesidades manifiestas por los funcionarios se enumeran los siguientes: requieren información principalmente para desarrollar su actividad profesional, para estudio, investigación, entretenimiento, capacitaciones a empresas y realización de trabajos profesionales. Las principales áreas de interés son: ciencias administrativas, seguros, seguridad social, informática, seguridad ocupacional, administración de recursos humanos, pensiones, psicología laboral, derecho y ciencias sociales.

## **5.6 Estrategias de promoción**

La estrategia se enfatiza en la promoción y difusión de los servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS. Contempla además, la definición de los servicios, el precio y la plaza o distribución. Los elementos que componen la estrategia se describen a continuación:

- ✓ Definición del servicio: el servicio es el medio que utiliza el Centro de Documentación con el fin de brindar recursos de información a los funcionarios del INS para satisfacer sus necesidades de información. Para cada servicio se describe en qué consiste, sus características y el procedimiento para hacer uso del mismo.
- ✓ Definición del precio: al tratarse de una institución pública, aunque el servicio conlleva un costo de creación y puesta en marcha, no se exige al usuario una retribución, solo en los casos donde el servicio requiera de algún costo adicional, como por ejemplo, el caso del servicio de fotocopiado o el envío de información por correo postal. Sin embargo, es importante aclarar que todos los servicios tienen un costo derivado del pago de salarios del personal, el costo de la adquisición de las colecciones bibliográficas, el costo de las suscripciones a los diferentes títulos de publicaciones periódicas, el pago de teléfono,

electricidad, mobiliario, artículos de oficina, equipo tecnológico y su conexión a Internet, el tiempo para brindar los servicios, entre otros.

✓ Definición de la plaza: es el método de distribución que el Centro de Documentación utilizará para hacer llegar los servicios al usuario. Esta estrategia se pondrá en práctica seleccionando los medios o lugares donde se brindarán los servicios y la manera de cómo hacerlos llegar.

✓ Definición de la promoción: es la combinación de las herramientas de publicidad utilizadas para comunicarse con los funcionarios del Centro de Documentación. Se utilizan medios para hacer llegar la información a los funcionarios con el objetivo de que se enteren de los servicios que ofrece el Centro y, por ende, los utilicen. Algunos de los medios de promoción utilizados para atraer al funcionario y desarrollar la estrategia son: página web, banners informativos, plegables impresos/electrónicos, correo electrónico, boletines informativos, capacitaciones, videos, relaciones públicas, logo del Centro de Documentación, marquesinas luminosas, redes sociales, expositores y obsequios. Estos medios se seleccionan tomando en cuenta algunos aspectos como la cantidad de funcionarios a los cuales se le harán llegar los medios, las veces que será enviado (frecuencia) y el impacto deseado. Se caracterizan por ser llamativos y adaptarse a las necesidades de los funcionarios.

## **5.7 Medios de promoción generales**

Los medios de promoción generales son aquellos que permiten dar a conocer el Centro de Documentación de forma global, es decir, facilitan identificar el Centro de Documentación y detallar aspectos como por ejemplo: antecedentes, misión, visión, objetivos, servicios, colecciones, etc. A continuación se describe cada medio general.

### **5.7.1 Logo del Centro de Documentación**

Actualmente no se cuenta con un logo que identifique al Centro de Documentación, por eso se propone el diseño de la figura 3.

**Figura 3. Propuesta de Logotipo para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.**



El logo está compuesto por un libro abierto que simboliza la información y el conocimiento que el Centro puede ofrecer por medio de su material documental. Dentro del libro se observa un código binario que representa la documentación digital, sobre las hojas del libro hay tres siluetas de colores, el verde simboliza los riesgos naturales, la silueta azul simboliza los riesgos humanos y la silueta naranja los riesgos contra incendios; completando de esta manera las temáticas principales que enfoca el INS.

Se recomienda que este logo se utilice de forma permanente en toda la documentación relacionada con el Centro ya que es el símbolo que lo identifica.

### **5.7.2 Sitio web**

El estudio refleja que el Centro de Documentación no cuenta con un sitio web exclusivo, actualmente el sitio web del INS alberga un enlace que permite acceder a información relacionada con el Centro de Documentación el cual es meramente informativo. Por esta razón se propone la elaboración de un sitio web que contenga toda la información del Centro de Documentación, que permita promocionar y fortalecer los servicios brindados y realizar búsquedas en las bases de datos propias o en bases de datos internacionales de interés a los funcionarios del INS. El diseño de este sitio web está enfocado para el uso de la comunidad de funcionarios que laboran para el INS y para el público en general.

En el desarrollo de la aplicación se utilizó la herramienta Adobe Dream Weaver que fue de gran utilidad para la creación de imágenes con flash, se utilizó programación HTML, editor de imágenes online, Word, entre otras. Este sitio web se caracteriza por ser atractivo, dinámico y agradable.

El sitio web está diseñado siguiendo la línea de colores semejante a la plantilla del INS. En el encabezado (parte superior del sitio web), se observa el logo del INS al que pertenece el Centro de Documentación, seguido del título del sitio web y el logo diseñado para representar el Centro de Documentación. Además se cuenta con una caja de búsqueda en la parte superior que le permite al funcionario realizar búsquedas dentro del sitio Web.

En el menú principal cada botón está compuesto por un menú desplegable horizontal en la parte superior del sitio web donde el funcionario encontrará los siguientes botones:

*Inicio:* este botón le permite al funcionario regresar a la página principal del sitio web de una forma directa sin necesidad de navegar por los diferentes menús.

*Servicios:* dentro de esta opción se despliegan todos los servicios que ofrece el Centro de Documentación como se presenta en la figura 9, donde se detalla cada uno de los servicios, sus características y requisitos.

*Institucional:* Este menú contiene los siguientes botones: *Acerca del Centro* que contiene la información relacionada con la evolución histórica, misión y visión del Centro de Documentación. El botón *Objetivos* que informa acerca de los objetivos generales y específicos del Centro, el botón *Organigrama* que ilustra la estructura organizativa del Centro de Documentación y el botón *Estructura Física* el cual brinda información general sobre la estructura física, áreas temáticas y horario. Cada botón se encuentra ligado a la información correspondiente según lo detalla la figura 10.

*Colecciones:* En cuanto a las colecciones, se identifican y describen las 5 colecciones que alberga el Centro de Documentación, las cuales son: colección

general y de seguros, colección de periódicos, colección de literatura recreativa, colección de publicaciones periódicas y la colección de materiales electrónicos, según lo ilustra la figura 11.

*Mapa web*: permite conocer la estructura del sitio web.

*Contáctenos*: Permite obtener información de las redes sociales que facilitan el contacto con el Centro de Documentación como Facebook, Twitter, You Tobe y Glass, además se facilita la dirección física del Centro de Documentación, los números de teléfonos, fax y el e-mail para resolver consultas rápidas como lo define la figura 14.

Posteriormente se presenta un eslogan que insta a los funcionarios a visitar la página y seguido se colocan unas imágenes rotativas que promocionan algunos de los servicios que se ofrecen, capturando la atención de los funcionarios que visitan el sitio web. Algunos de los servicios que se promocionan son el préstamo interbibliotecario, las búsquedas especializadas, servicio de consulta de periódicos, acceso a bases de datos, equipo tecnológico para personas con discapacidad y se promociona el sitio web.

Seguido se presenta otra frase, motivando a utilizar los servicios que se ofrecen en el Centro de Documentación. En la parte inferior del sitio web se encuentran 5 menús que están ligados a los siguientes servicios: *catálogo documental* donde se localizará la base de datos que permitirá recuperar los registros de los documentos albergados en el Centro de Documentación como lo ilustra la figura 15. Seguido se encuentra otra imagen que contiene la información de las *nuevas adquisiciones* permitiendo a los funcionarios consultar fuentes con información actualizada y especializada, cada vez que se adquieran los diferentes documentos, completando el formulario de solicitud para adquirir el servicio detallado en la figura 55 y 56. La opción *encuétranos en* indica las redes sociales que funcionan como intermediarios entre los funcionarios y el Centro de Documentación permitiendo una comunicación ágil, rápida y de calidad como lo detalla en la figura 17. A continuación se encuentra la opción *su opinión es*

*importante*; que representa las sugerencias del Centro de Documentación de los servicios que reciben y además del sitio web como lo presenta la figura 18 y 19.

En el menú *blog informativo* se presentan asuntos de interés para los funcionarios del INS, como por ejemplo, novedades en el préstamo interbibliotecario, invitaciones a actividades propuestas por el Centro de Documentación, divulgación de equipos y servicios para personas con discapacidad, noticias en el ámbito de seguros, adquisición o actualización de bases de datos de interés como se podrá apreciar en la figura 20 y 21, además alertas de las nuevas adquisiciones de material bibliográfico. Cada usuario tiene la libertad de hacer sus comentarios, dando su opinión y creando una relación de confianza y comunicación entre ambos. Las figuras 4, 5, 6, 7 y 8 muestran el modelo del sitio Web que representará al Centro de Documentación en la red mundial:

Figura 4. Propuesta para la página principal del sitio web del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



La figura 4 ilustra cómo una vez hecho el ingreso de la dirección del sitio web en el navegador, se observa la página principal del sitio web que se elaboró basada en la plantilla similar a la utilizada por el INS. Se muestra en la parte superior el logo del INS y del Centro de Documentación seguido de la caja de búsqueda. Tiene un menú principal compuesto por el botón *inicio* que facilita la exploración del sitio web, en el menú *servicios* se encuentra detallado cada uno de ellos, el menú *institucional* está compuesto por la información relacionada con el Centro de Documentación, en el menú *colecciones* se describe cada una de las colecciones que alberga en Centro, el menú *mapa Web* es una guía de cómo se encuentra organizado el sitio Web y finalmente el menú *contáctenos* donde se indican los

medios por los que los funcionarios pueden comunicarse con el Centro de Documentación.

De cada menú principal se despliegan submenús con la información respectiva. Seguido un eslogan y unas imágenes rotativas que representan algunos de los servicios, además decoran el sitio web.

En la parte inferior se encuentran los cinco enlaces a los siguientes servicios: *catálogo documental*, *nuevas adquisiciones*, *encuétranos en*, *su opinión es importante* y el *blog informativo*.

Figura 5. Imagen representativa del servicio de búsquedas bibliográficas especializadas en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



La figura 5 tiene los mismos componentes que la página principal del sitio Web, la única diferencia es la imagen rotativa que representa el servicio de búsquedas bibliográficas especializadas que brinda el Centro de Documentación. La información específica del servicio se encuentra detallada en el menú *servicios* dentro del submenú *servicios de referencia* donde hay un enlace a la descripción del servicio y al formulario específico respectivo.

**Figura 6. Imagen representativa del servicio de bases de datos referenciales y en texto completo en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



La figura 6 muestra en el recuadro rojo cómo se promociona el acceso a bases de datos en línea referenciales y en texto completo que el Centro de Documentación puede adquirir para complementar las colecciones especializadas que posee.

**Figura 7. Imagen representativa del servicio de préstamo interbibliotecario en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



Como se puede observar en la figura 7, el sitio web promociona el préstamo interbibliotecario con las diferentes instituciones con las cuales se tiene establecido un convenio de préstamo.

Figura 8. Imagen representativa del servicio de consulta de periódicos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



Por último, la figura 8 ilustra el servicio de consulta de periódicos donde se comunica al funcionario la posibilidad de consultar los periódicos en formato impreso, directamente en el Centro de Documentación y en formato electrónico por medio del sitio web.

El sitio cuenta con un menú principal en la parte superior y cada uno de ellos tiene varios botones que conforman los menús. Las figuras 9, 10, 11, 12, 13 y 14 muestran cómo se despliega cada menú.

**Figura 9. Enlace al menú servicios en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



La figura 9 ilustra cómo se despliega el menú *servicios*, cada uno de los botones que aparecen tienen su respectivo enlace a una página con la información

correspondiente. Este menú está compuesto por los siguientes botones: préstamo a sala y domicilio, el servicio de referencia, consultas en línea, el servicio de fotocopiado, servicio de consultas de periódicos, resumen gacetario y boletín judicial y el servicio audiovisual.

**Figura 10. Enlace al menú institucional en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



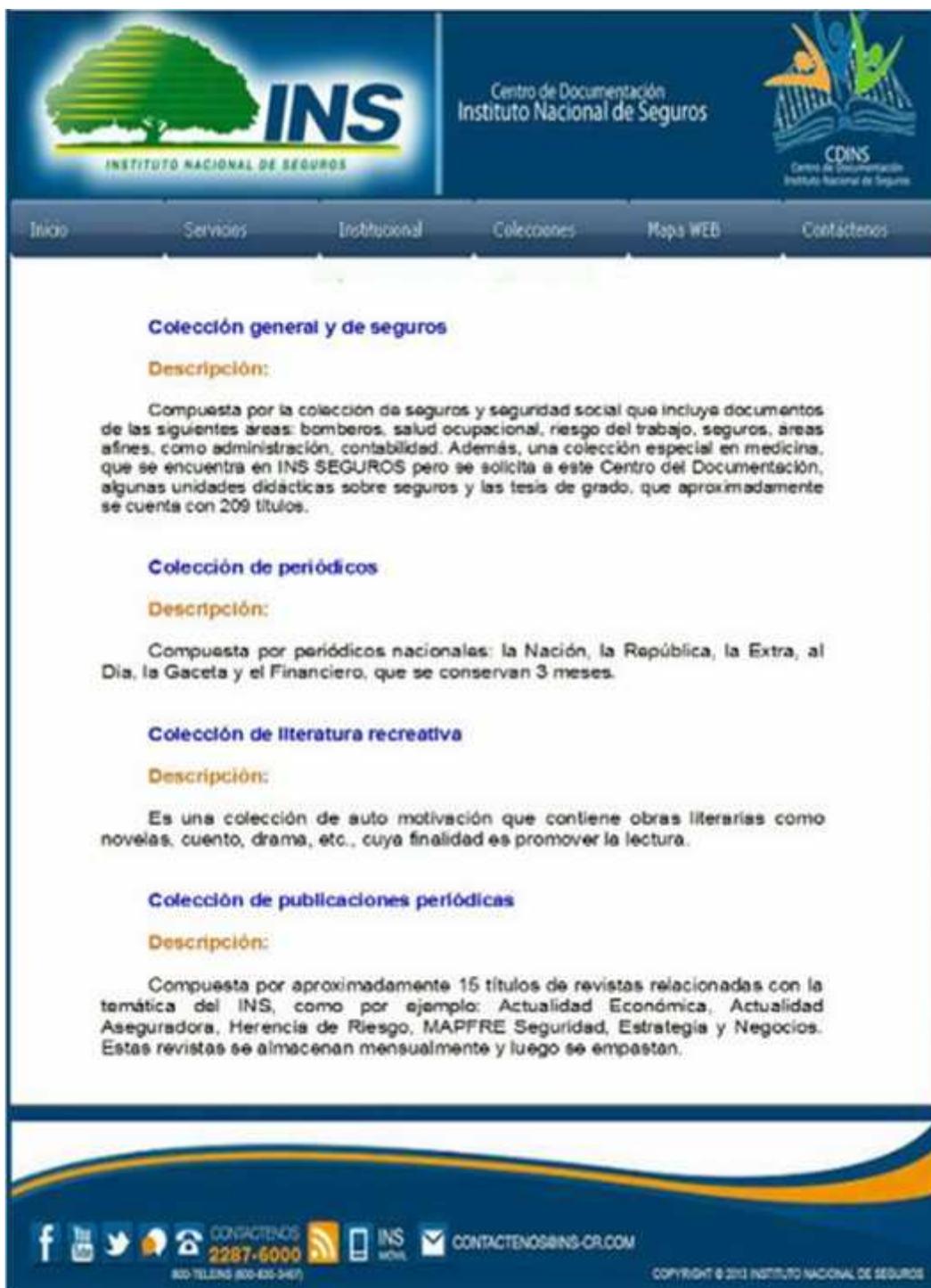
Como se visualiza en la figura 10, el contenido del menú *institucional* describe el acontecer del Centro de Documentación y está compuesto por los siguientes botones: *acerca del Centro*, el botón *objetivos*, seguido el botón *organograma*, el

botón *estructura física*, las *áreas temáticas* que se investigan en el Centro de Documentación y por último el horario en que se prestan los servicios, detallado en el apartado 5.7.2.

Figura 11. Enlace al menú colecciones en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.



Figura 12. Información correspondiente al menú colecciones en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



**INS**  
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

Centro de Documentación  
Instituto Nacional de Seguros

CDINS  
Centro de Documentación  
Instituto Nacional de Seguros

Inicio Servicios Institucional Colecciones Mapa WEB Contáctenos

### Colección general y de seguros

**Descripción:**

Compuesta por la colección de seguros y seguridad social que incluye documentos de las siguientes áreas: bomberos, salud ocupacional, riesgo del trabajo, seguros, áreas afines, como administración, contabilidad. Además, una colección especial en medicina, que se encuentra en INS SEGUROS pero se solicita a este Centro de Documentación, algunas unidades didácticas sobre seguros y las tesis de grado, que aproximadamente se cuenta con 209 títulos.

### Colección de periódicos

**Descripción:**

Compuesta por periódicos nacionales: la Nación, la República, la Extra, al Día, la Gaceta y el Financiero, que se conservan 3 meses.

### Colección de literatura recreativa

**Descripción:**

Es una colección de auto motivación que contiene obras literarias como novelas, cuento, drama, etc., cuya finalidad es promover la lectura.

### Colección de publicaciones periódicas

**Descripción:**

Compuesta por aproximadamente 15 títulos de revistas relacionadas con la temática del INS, como por ejemplo: Actualidad Económica, Actualidad Aseguradora, Herencia de Riesgo, MAPFRE Seguridad, Estrategia y Negocios. Estas revistas se almacenan mensualmente y luego se empastan.

f YouTube Twitter Home CONTACTENOS 2287-6000 RSS INS WEB CONTACTENOS@INS-OR.COM 800-TELEINS (800-830-3457) COPYRIGHT © 2013 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

Las figuras 11 y 12 ilustran cómo al ingresar al menú *colecciones* se despliega una página con la siguiente información:

a. Colección general y de seguros: se describe brevemente las áreas temáticas que componen la colección compuesta por libros y tesis. La figura 12 muestra como se observa el enlace dentro del sitio web.

b. Colección de periódicos: se detallan los periódicos que el Centro de Documentación pone a disposición de los funcionarios ya sea en formato impreso o digital.

c. Colección de literatura recreativa: es una colección de literatura como novelas, cuentos, drama, cuyo objetivo es promover la lectura en los funcionarios del INS.

d. Colección de publicaciones periódicas: compuesta por revistas en el área de seguros.

e. Colección de material electrónico: compuesta por videos, DVD, CD-ROM, en áreas relacionadas con los seguros disponibles para ser utilizados por los funcionarios del INS.

Figura 13. Enlace al menú mapa web en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



La figura 13 señala el menú *mapa web* que detalla la distribución de los menús y sus respectivos enlaces de una forma ordenada, permitiéndoles a los visitantes del sitio web ubicarse dentro del mismo.

Figura 14. Enlace al menú contáctenos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



El menú *contáctenos* ilustrado en la figura 14, detalla los medios por los cuales los funcionarios del INS y público en general, pueden contactarse con el Centro de Documentación y hacer uso de sus servicios.

Como se indicó en la figura 4, el sitio web presenta en la parte inferior un menú con los siguientes botones: *catálogo documental*, *nuevas adquisiciones*,

encuétranos en, su opinión es importante y el blog informativo. A continuación se muestran las figuras 15, 16, 17 18, 19, 20 y 21 que puntualizan cada uno de estos servicios.

**Figura 15. Enlace al catálogo documental en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



El botón *catálogo documental*, ubicado en la parte inferior del sitio web en un recuadro como lo indica la figura 15, es una interfaz que le permite al usuario acceder a los registros bibliográficos de las colecciones existentes en el Centro de Documentación. Dichas búsquedas se pueden realizar por autor, título o palabra

clave y como resultado obtendrá el registro completo del documento y su número de clasificación con el cual se localiza en la estantería para luego facilitarlo en préstamo. Más adelante se detalla en qué consiste dicho servicio.

**Figura 16. Enlace al menú nuevas adquisiciones en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.**



La figura 16 señala el botón *nuevas adquisiciones*, que permite difundir a los funcionarios la información referente al nuevo material que ingresa al Centro de

Documentación de acuerdo con su área temática de interés. El apartado 5.8.9 describe dicho servicio.

Seguidamente el botón *encuétranos en*, señalado en la imagen 17 le permite al usuario ponerse en contacto con el Centro de Documentación por medio de las diferentes redes sociales que se ponen a su disposición.

Figura 17. Enlace al menú encuétranos en del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



El botón *su opinión es importante*, le permite al usuario expresar sus inquietudes y sugerencias para contribuir de forma positiva y brindar servicios de calidad. Al ingresar al enlace se debe llenar el cuestionario respectivo para dar solución a la inquietud o sugerencia. Las figuras 18 y 19 detallan lo anterior.

Figura 18. Enlace al menú *su opinión es importante* del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



Figura 19. Enlace al formulario de sugerencias en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

The image shows a screenshot of a web browser displaying a suggestion form on the website of the Instituto Nacional de Seguros (INS). The page header features the INS logo and the text 'Centro de Documentación Instituto Nacional de Seguros'. A navigation menu includes links for 'Inicio', 'Servicios', 'Institucional', 'Qué hacemos', 'Para qué', and 'Contacto'. Below the menu, there is a banner with the text 'Obtener información ahora es fácil... explora nuestro sitio.' and an image of two people. The main content area is titled 'CENTRO DE DOCUMENTACIÓN INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS' and 'FORMULARIO DE SUGERENCIAS'. It contains a section for 'DATOS PERSONALES' with input fields for 'NOMBRE', 'CEDULA', 'TELEFONO', 'FECHA', and 'EMAIL'. A larger text area is provided for 'SUGERENCIA'. At the bottom of the form is an 'ENVIAR' button. The footer includes social media icons, contact information (CONTACTOS: 2287-6000, CONTACTENOS@INS-CR.COM), and a copyright notice for 2013.

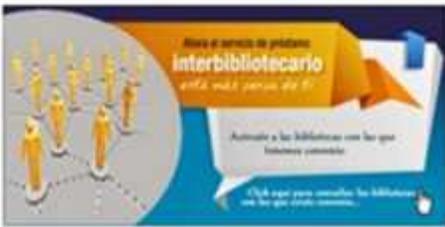
Y finalmente, el botón *blog informativo* representado en las figuras 20 y 21 que es una herramienta que permite comunicar a los visitantes de la página asuntos relacionados con el acontecer del Centro de Documentación y algunas noticias importantes. Este blog es interactivo, los visitantes podrán dejar un comentario de cada enlace que visite.

Figura 20. Enlace al blog informativo en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



miércoles, 7 de mayo de 2014

## PRESTAMO INTERBIBLIOTECARIO



El préstamo interbibliotecario le permite obtener documentos como libros, revistas y artículos que no se encuentran en las colecciones que alberga el Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros en calidad de préstamo.

Principales bibliotecas con las que existe convenio:

- Universidad de Costa Rica
- Universidad Nacional
- Universidad Estatal a Distancia
- Instituto Tecnológico de Costa Rica
- Asamblea Legislativa
- Banco Central
- Universidad Latina



Publicado por Centro de Documentación en 9:01. No hay comentarios.

Recomendar esto en Google

Entradas más recientes | Página principal | Entradas antiguas

Suscribirse a: Entradas (Atom)

CALENDARIO

June 2014						
Su	M	Tu	W	Th	F	Sa
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

Detalles personalizadas

Centro de Documentación

Ver todo mi perfil

Traductor  Buscar este blog

Seleccionar idioma

Con la tecnología de [Google](#): Traductor

NOTICIAS

may 22 (1)

may 22 (1)

may 27 (1)

may 28 (1)

may 31 (1)

Figura 21. Enlace al blog informativo en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



### 5.7.3 Banners informativo

El banner informativo es un anuncio impreso en forma rectangular cuyas medidas son 2 metros de alto por 1 metro de ancho con una base porta banner que le da soporte. Se caracteriza por tener los colores acordes a la línea del INS (azul con

blanco), cuyo objetivo es invitar a los funcionarios a visitar el Centro de Documentación. En la figura 22 se muestra el banner que tiene la imagen de unas manos que representa la institución, un mundo que ilustra la información, un símbolo de @ que simboliza los diferentes formatos en los que se puede acceder a la información y finalmente una llave que significa la posibilidad que tienen los funcionarios de acceder la información mediante el Centro de Documentación. En la parte inferior se observa información referente a los contactos del Centro.

**Figura 22. Diseños propuestos para banners informativos del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



Se propone la confección de dos banners informativos que se colocarán en 2 puntos de acceso al edificio del INS: en la entrada principal al edificio y en la entrada principal del Centro de Documentación. Esta publicidad será expuesta principalmente en la etapa de introducción del plan de promoción (mar.-abr. / ago.-set.) por ser más exhaustiva, sin embargo, podría extenderse durante todo el año, actualizando los diseños anualmente. La finalidad es informar a los funcionarios acerca de la existencia del Centro de Documentación, así como algunos de sus servicios, además construir una imagen positiva del Centro.

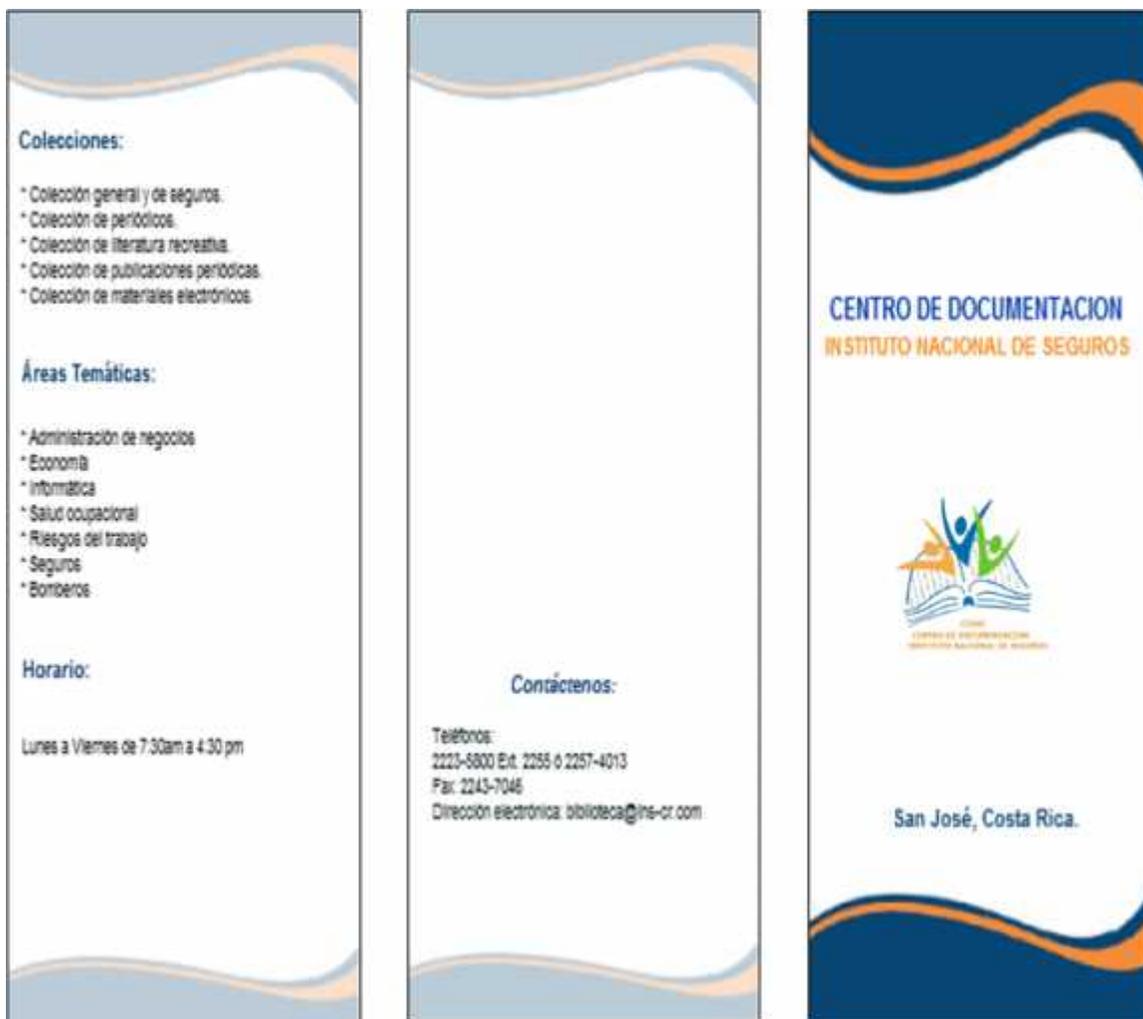
#### **5.7.4 Brochures impresos y electrónicos:**

Los brochures impresos, al igual que los digitales son herramientas promocionales que permiten informarle al mercado meta acerca de los servicios que se ofrecen en la institución. Esta herramienta demuestra los beneficios y las características de estos servicios promoviendo la existencia del Centro de Documentación.

Para iniciar el proceso de promoción se imprimen 500 brochures que también serán utilizados como material de apoyo para las capacitaciones impartidas por el Centro, los brochures digitales se envían a los funcionarios por medio del correo electrónico como un archivo PDF que les permite tener la información actualizada a la mano.

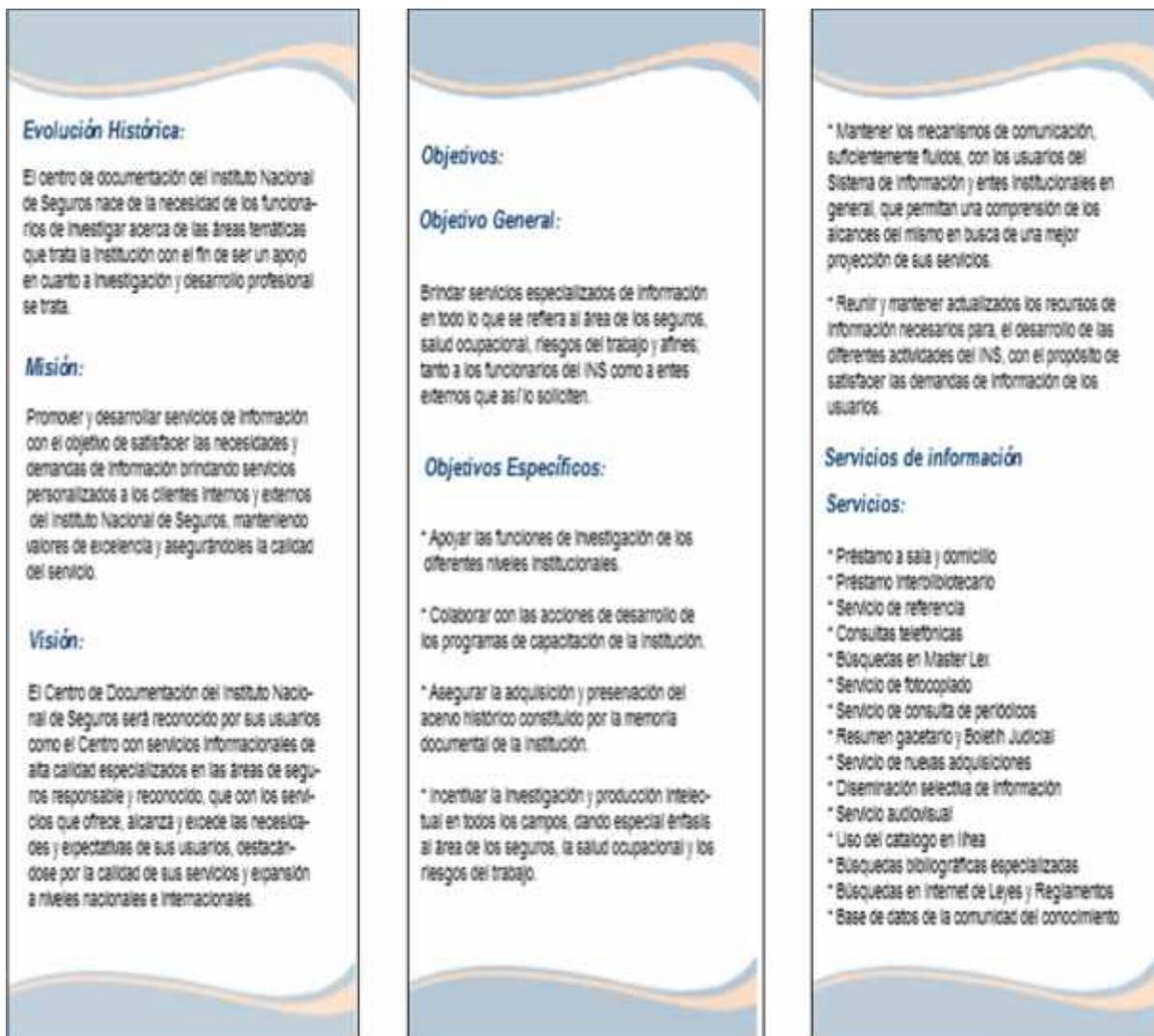
El brochure se caracteriza por mantener la línea de colores del INS, plegable con información en ambas caras de la hoja, informa aspectos generales del Centro de Documentación , los servicios de información que ofrece, así como los horarios y teléfonos, además informa sobre las noticias que acontecen en el Centro. Las figuras 23 y 24 ilustran con detalle el diseño del brochure.

**Figura 23. Diseño propuesto para un brochure informativo del Centro de Documentación del INS, parte A, San José, Costa Rica, 2013**



El brochure tiene una dimensión de 27 cm de alto por 9.3 cm de ancho plegado en tres paneles. En la figura 23 se muestra en el panel 1 la portada del brochure que mantiene los colores característicos del INS, en la parte superior el nombre del Centro de Documentación, el logo que identifica el Centro y el lugar de edición. En el panel 2 se encuentra la información de contacto para comunicarse con el Centro y hacer sus solicitudes, por último el panel 3 que brinda información sobre colecciones, áreas temáticas y horario.

**Figura 24. Diseño propuesto para un brochure informativo del Centro de Documentación del INS, parte B, San José, Costa Rica, 2013**



En la figura 24 el panel 1 informa acerca de la evolución histórica del Centro de Documentación, la misión y la visión. En el panel 2 se presentan los objetivos generales y específicos del Centro de Documentación y por último, en el panel 3 los servicios que ofrece.

### **5.7.5 Videos**

Otra estrategia que se puede utilizar para la promoción es la grabación de videos que informen aspectos generales del Centro de Documentación como: historia, antecedentes, misión, visión, servicios y productos, horarios, convenios, noticias y novedades, entre otros.

Se propone la elaboración de tutoriales que ilustren la forma de obtener los servicios que ofrece el Centro, así como los procedimientos para hacer uso de cada uno de ellos. Algunos ejemplos son edición de videos al hacer uso de los servicios de préstamo, y servicio de referencia donde se detalle el proceso al recibir cada servicio. Grabación de algunas capacitaciones que se realicen así como otras actividades que se lleven a cabo en el Centro, además grabación de visitas guiadas donde se explique la distribución física del Centro de Documentación indicando los lugares donde se brinda cada servicio. Estos videos también se utilizan como material de apoyo al impartir las capacitaciones.

### **5.7.6 Relaciones públicas**

Este medio se utiliza todo el tiempo ya que los funcionarios intercambian información con otros compañeros, estrategia llamada “de boca en boca”. Esta estrategia permite fortalecer la imagen que tienen los funcionarios del INS con respecto al Centro de Documentación. Este Centro tiene la ventaja de ser el único a nivel nacional especializado en seguros, de forma tal que los funcionarios deben sentirse confiados en que la información que obtendrán será de calidad.

### **5.7.7 Marquesinas luminosas**

Los funcionarios del INS utilizan con frecuencia el ascensor para trasladarse por los diferentes pisos del edificio, cada ascensor tiene una pantalla leds electrónica que permite la comunicación visual de mensajes a los funcionarios que los utilizan. Por esta razón se propone colocar de forma permanente algunas líneas que permitan informar a los funcionarios aspectos relacionados con el horario,

localización y algunas novedades del Centro. La figura 25 presenta el texto que aparecerá en las pantallas.

**Figura 25. Frases propuestas para las marquesinas informativas que divulgarán al Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**

***El centro de documentación del INS con gusto le atiende de lunes a viernes de 7:30am. a 4:30 pm. O por medio de nuestra página [biblioteca@ins-cr.com](mailto:biblioteca@ins-cr.com)***

***El centro de documentación del INS le ofrece préstamo a sala y domicilio de documentos, préstamo interbibliotecario, consultas telefónicas, búsquedas bibliográficas, entre otros. Es un gusto servirle [biblioteca@ins-cr.com](mailto:biblioteca@ins-cr.com)***

### **5.7.8 Redes Sociales**

El Centro de Documentación utilizará como herramienta de comunicación y publicidad las redes sociales para promover sus servicios, incentivando al funcionario del INS a estar más cerca de la información y crear comunidades virtuales con intereses mutuos.

La utilización de dichas redes sociales fortalece la comunicación y establece un vínculo con el Centro de Documentación. La relación de los servicios bibliotecarios hacia la comunidad de funcionarios permite la interacción y prestación de servicios por medio de la red. Algunas de las redes sociales más populares son facebook, twitter, chats, entre otras.

Algunos beneficios que se podrán obtener al hacer uso de estas redes sociales son informar de noticias importantes y novedades, nuevos recursos y promover actividades. Este medio se utiliza permanentemente.

### **5.7.9 Expositores**

El Centro de Documentación debe llegar a todos los funcionarios, tanto a los que lo conocen como aquellos que lo desconocen, con el fin de captar su atención y lograr posicionarlo en la mente de cada uno de ellos. Para esto se propone colocar en algunos lugares estratégicos del edificio del INS expositores que muestren documentos de interés para los funcionarios y que ilustren las diferentes temáticas que alberga el Centro de Documentación. Se podrán exponer documentos antiguos, gacetas y periódicos. La exposición de documentos se llevará a cabo tres veces al año en los meses de febrero, junio y setiembre.

### **5.7.10 Boletín Informativo**

El boletín informativo se utiliza como herramienta de promoción para brindar información de interés a los funcionarios, por esta razón, se propone la elaboración de un boletín que mantenga la línea de colores que identifica al INS (azul, blanco), y porte el nuevo logo diseñado para representar el Centro de Documentación, que contenga la siguiente información: antecedentes, misión, visión, objetivos, sus servicios y su página Web, contactos, nuevas adquisiciones y noticias.

A continuación, la figura 26 presenta el diseño de la portada para la primera edición del boletín correspondiente al primer trimestre del año 2015, el cual se diseña en la misma línea de colores del INS. El boletín posee los logos respectivos de la institución y del Centro, además se indica la periodicidad del mismo. Tiene al lado derecho el contenido de los temas por tratar y al lado izquierdo se presenta una introducción general con datos propios del boletín. También informa el contacto para hacer sugerencias o comentarios.

Figura 26. Diseño propuesto para un boletín informativo del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



### 5.7.11 Capacitaciones

Se propone realizar capacitaciones mensuales impartidas por el personal, donde se comuniquen todos los aspectos relacionados con el Centro de Documentación. A continuación se propone un tema de capacitación:

**Tabla 3. Propuesta de un tema de capacitación para promocionar y difundir el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013.**

<b>Tema</b>	<b>“Alfabetización Informacional en el Centro de Documentación del INS: un acercamiento al conocimiento”.</b>
<b>Duración</b>	4 horas aproximadamente.
<b>Destinatarios</b>	Funcionarios del INS
<b>Objetivos</b>	<p><b>Objetivo General:</b> Capacitar a los funcionarios del INS en el uso de los servicios que ofrece el Centro de Documentación.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Exponer aspectos generales del Centro de Documentación.</li> <li>✓ Describir los servicios que ofrece el Centro de Documentación y su detalle.</li> <li>✓ Explicar los medios para hacer uso de los servicios.</li> <li>✓ Realizar una visita guiada por el Centro de Documentación.</li> <li>✓ Exhibir materiales bibliográficos disponibles.</li> </ul>
	<p><b>Actividad 1:</b> Detallar los aspectos generales relacionados con el Centro de Documentación como por ejemplo: antecedentes, objetivos, misión, visión, horario, ubicación, colecciones, recursos disponibles, entre otros.</p> <p><b>Actividad 2:</b> Exposición en detalle de cada servicio, describir en qué consiste y sus requisitos.</p> <p><b>Actividad 3:</b> Proyección de algunos videos que ilustren el uso de algunos servicios como el préstamo a sala y domicilio, una demostración de cómo</p>

<p><b>Metodología</b></p>	<p>utilizar el catálogo en línea, una guía de cómo llenar los diferentes formularios que se encontrarán en el sitio Web.</p> <p><b>Actividad 4:</b> Receso para refrigerio.</p> <p><b>Actividad 5:</b> Determinar los medios disponibles para hacer uso de cada servicio, explicando la existencia del sitio Web, detallando cuáles de estos servicios que se pueden utilizar en línea, acceso al catálogo en línea, consulta a bases de datos, solicitudes de búsquedas especializadas.</p> <p><b>Actividad 6:</b> Los participantes realizan una visita guiada con el objetivo de que conozcan el Centro y se familiaricen con los materiales bibliográficos, los puedan observar y revisar.</p> <p><b>Actividad 7:</b> Dentro del lugar donde se realiza la actividad se tendrán expuestas algunas de las nuevas adquisiciones en áreas afines, además de recursos como videos, gacetas, etc.</p> <p><b>Actividad 8:</b> Evaluación de la capacitación</p> <p>Para comprobar que la capacitación cumplió con el objetivo propuesto se aplica un cuestionario para conocer la opinión de los participantes, donde se consulta el nivel de satisfacción del participante con la capacitación, el logro de los objetivos de aprendizaje por los participantes, la coherencia de quien imparte la capacitación y su facilidad para transferir la información. Esto con el objetivo de enriquecer dicho servicio.</p> <p><b>Actividad 9:</b> Agradecimiento y despedida.</p>
---------------------------	--

En la figura 27 se presenta un modelo de la invitación que se envía a los funcionarios vía correo electrónico:

**Figura 27. Diseño propuesto para la invitación a la capacitación impartida en el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



La invitación se caracteriza por seguir la línea de colores del INS (azul y blanco), al lado derecho se indica el tema de la capacitación que es la alfabetización informativa en el Centro de Documentación, debajo del tema, los logos que identifican al Centro y al INS. Al lado izquierdo se brinda la información de fecha, hora, lugar y contactos para confirmar la asistencia.

Como estrategia de motivación al asistir a las capacitaciones, el Centro de Documentación estará entregando varios obsequios de utilidad para los asistentes. Dichas capacitaciones se impartirán mensualmente y como obsequio se entrega una memoria, un bolígrafo, un calendario y algunos separadores de lectura. Las figuras 28, 29 y 30 muestran los diferentes diseños.

**Figura 28. Diseño propuesto para una memoria del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



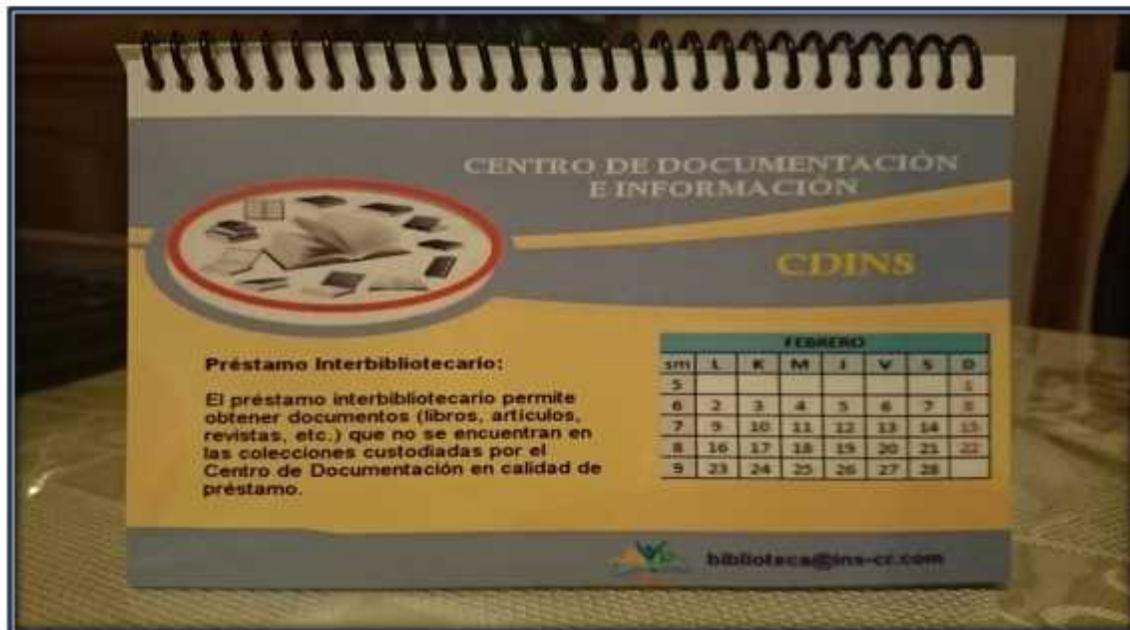
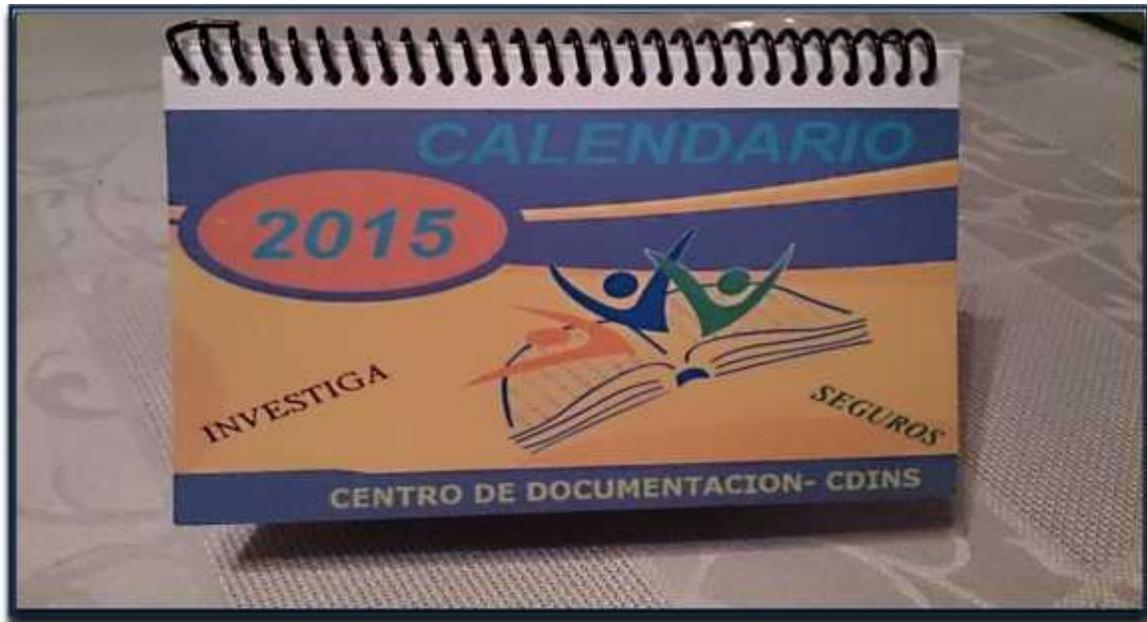
La memoria representada en la figura 28, se caracteriza por tener el logo del Centro de Documentación. Cuenta con una capacidad de 16GB y contiene información importante referente al Centro como antecedentes, misión, visión, objetivos, servicios, horarios y algunas novedades.

**Figura 29. Diseño propuesto para un bolígrafo del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



Se diseña un bolígrafo, el cual se ilustra en la figura 29 con el logo y la leyenda del Centro de Documentación. El objetivo es obsequiar una herramienta útil para el quehacer diario de los funcionarios.

Figura 30. Diseño propuesto para un calendario del Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



Se propone el diseño de un calendario que en cada mes indique los días del mes y describa cada servicio, recordando a los funcionarios en qué consiste cada uno. La figura 30 muestra el diseño.

Figura 31. Diseño propuesto para separadores del Centro de Documentación del INS (separador 1), San José, Costa Rica, 2013



Figura 32. Diseño propuesto para separadores del Centro de Documentación del INS (separador 2), San José, Costa Rica, 2013



Figura 33. Diseño propuesto para separadores del Centro de Documentación del INS (separador 3), San José, Costa Rica, 2013



Los separadores que se mostraron en las figuras 31, 32 y 33 además de promocionar el Centro, tienen como objetivo sensibilizar a los funcionarios del INS sobre la importancia de utilizar los servicios especializados que este ofrece, informando la existencia de los mismos y también es de utilidad como separador de lectura. Están diseñados sobre la línea de colores del INS y contienen información tanto del Centro como de los servicios.

## **5.8 Medios de promoción para servicios específicos.**

A continuación se detalla la estrategia de promoción para servicios específicos.

### **5.8.1 Préstamo a sala y domicilio**

Definición del servicio: el préstamo a sala y domicilio consiste en proporcionar el material bibliográfico que alberga el Centro de Documentación para consultarlo, ya sea en la sala o a domicilio. Los documentos para sala por su frecuencia de uso o topología deben permanecer dentro del Centro de Documentación. Actualmente el préstamo de material bibliográfico se realiza manualmente, sin embargo, se propone adquirir un sistema de base de datos que permita realizar el préstamo automatizado, donde por medio de un lector se identifique el carné del funcionario y se defina el periodo del préstamo y por medio de un código de barras único se identifique el documento que se quiere prestar. Este servicio se ofrece a todos aquellos funcionarios del INS que lo soliciten.

El Precio: el servicio de préstamo a sala y domicilio es gratuito.

La plaza: el servicio se brinda directamente en el Centro de Documentación, sin embargo, existe la posibilidad de solicitar el préstamo del material por correo electrónico y enviar el documento a la oficina del funcionario. También se pueden realizar préstamos a las sucursales del INS a nivel nacional que requieran de algún material que se encuentre disponible en el Centro.

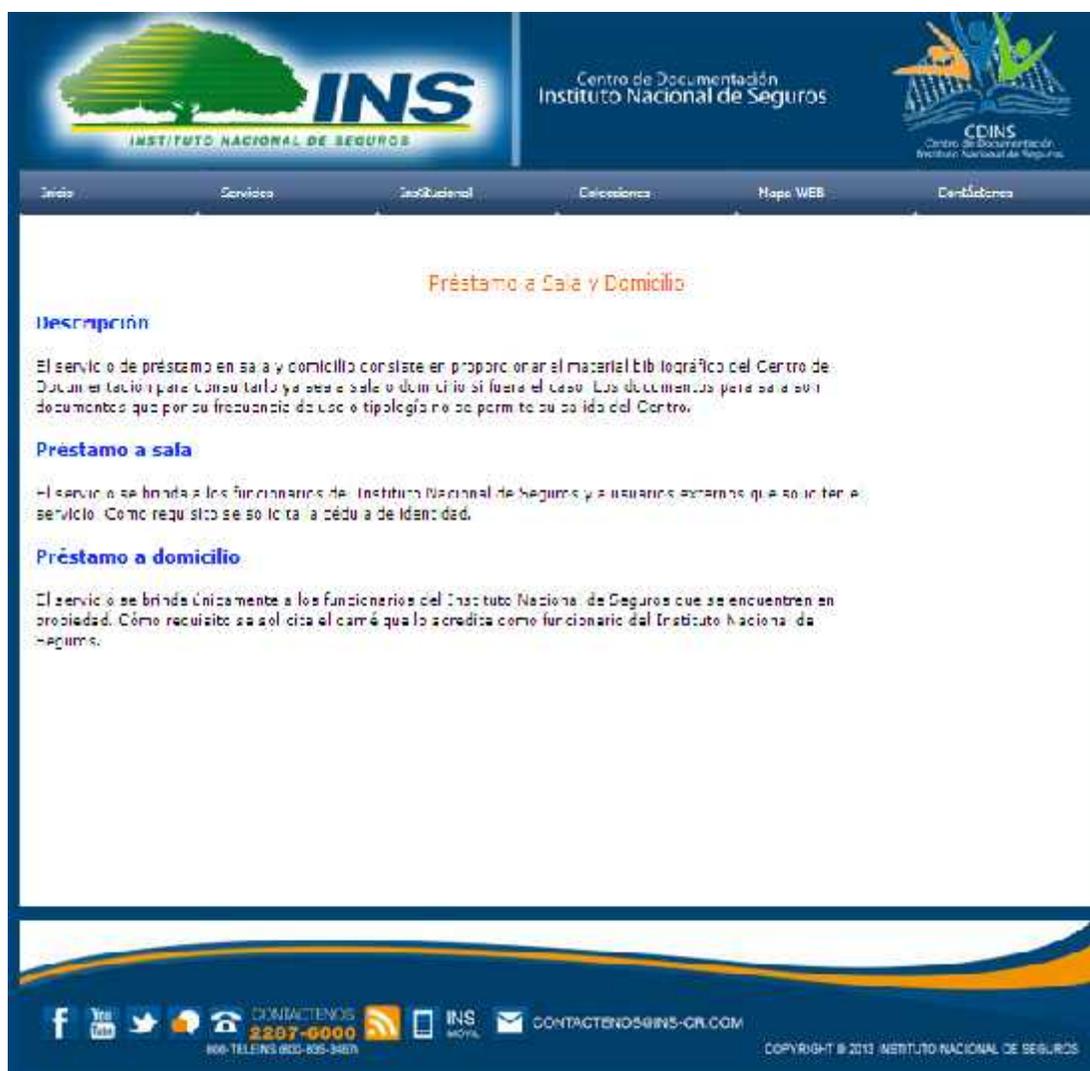
Promoción: la promoción del servicio se realiza por medio de:

Página web: este medio se representó en la figura 9. Al ingresar al sitio web en el menú principal se encuentra el menú servicios, dentro de este el botón de servicio de préstamo a sala y domicilio que remite a la página donde se encuentra toda la información referente al servicio como descripción y requisitos para hacer uso del mismo. Se ilustra en las figuras 34 y 35.

**Figura 34. Enlace al menú servicio de préstamo a sala y domicilio en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



Figura 35. Contenido de la página del servicio de préstamo a sala y domicilio en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



Otros medios de promoción utilizados para difundir el servicio de préstamo a sala y domicilio son: el banner informativo el cual se detalló en la figura 22, el bochure impreso y electrónico que en la parte B, panel 3 menciona el servicio como lo presentó la figura 24. Las capacitaciones impartidas por parte del Centro de Documentación también permiten difundir el servicio ya que en las actividades 2 y 3 se expone cada servicio, describiendo en qué consiste por medio de la

reproducción de videos y sus procedimientos, según se detalló en el cuadro 7. Como se indicó en la figura 26, el boletín informativo es otro medio que promueve el préstamo a sala y domicilio, las relaciones públicas y las redes sociales permiten la divulgación del Centro por medio de la estrategia de boca en boca. Por último las marquesinas luminosas que promocionan el servicio por medio de sus anuncios como se detalló en la figura 25 y los expositores de documentos que permiten conocer la existencia de los nuevos materiales bibliográficos.

### **5.8.2 Servicio de Referencia**

Definición del servicio: el objetivo fundamental del servicio de referencia es localizar la información con el fin de responder a las preguntas que el funcionario no ha podido resolver con las fuentes de uso común. Se ponen a disposición de los funcionarios del INS materiales como: diccionarios, enciclopedias, anuarios, atlas, manuales, directorios, etc. El servicio de referencia se caracteriza por brindar el servicio de préstamo interbibliotecario, realizar búsquedas en la bases de datos Master Lex y base de datos de la comunidad del conocimiento, el servicio de disseminación selectiva de información, realizar también búsquedas bibliográficas especializadas, búsquedas en internet de leyes y reglamentos y las capacitaciones en el uso de los servicios que se brindan.

El precio: el servicio que se brinda es gratuito.

La plaza: el servicio de referencia se brinda en el Centro de Documentación, sin embargo, los servicios de información digitales se pueden enviar a cada funcionario por correo electrónico y otras consultas se pueden resolver por medio del sitio Web.

La promoción: el servicio de referencia se promociona por los siguientes medios.

Página Web: como se puede observar en la figura 9, en el menú *servicios* se encuentra un enlace al *servicio de referencia*, donde se describe el servicio, sus funciones, además brinda un enlace a las siguientes páginas: préstamo interbibliotecario, búsquedas en la base de datos Master Lex, disseminación

selectiva de información, búsquedas bibliográficas especializadas, búsquedas en internet de leyes y reglamentos y el acceso a la base de datos de la comunidad del conocimiento, cada uno de ellos con su información y formularios correspondientes. La figura 36 muestra la página principal del servicio de referencia y los enlaces.

**Figura 36. Contenido de la página del menú servicio de referencia en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



El brochure informativo es otro medio utilizado para difundir el servicio de referencia como lo detalló la figura 24, así como las capacitaciones que como

parte de las actividades describe e ilustra el procedimiento para adquirir el servicio.

Dentro de la página de referencia se ofrecen algunas opciones de servicios que se brindan de forma virtual con el objetivo de agilizar los procesos, como por ejemplo la búsqueda y localización de documentos. A continuación se detalla cada uno de los servicios virtuales ofrecidos.

#### **5.8.2.1 Préstamo Interbibliotecario**

Definición del Servicio: el préstamo interbibliotecario se realiza con los convenios interinstitucionales establecidos para tal fin, consiste en facilitar documentos que no tiene el Centro de Documentación en su colección. El usuario realiza la solicitud por medio del sitio web del Centro de Documentación donde llena un formulario y con base en este se realiza la solicitud. Para dicho trámite el Centro de Documentación hace la solicitud por escrito a la institución con la cual tiene convenio, donde se detalla el material que requiere en préstamo.

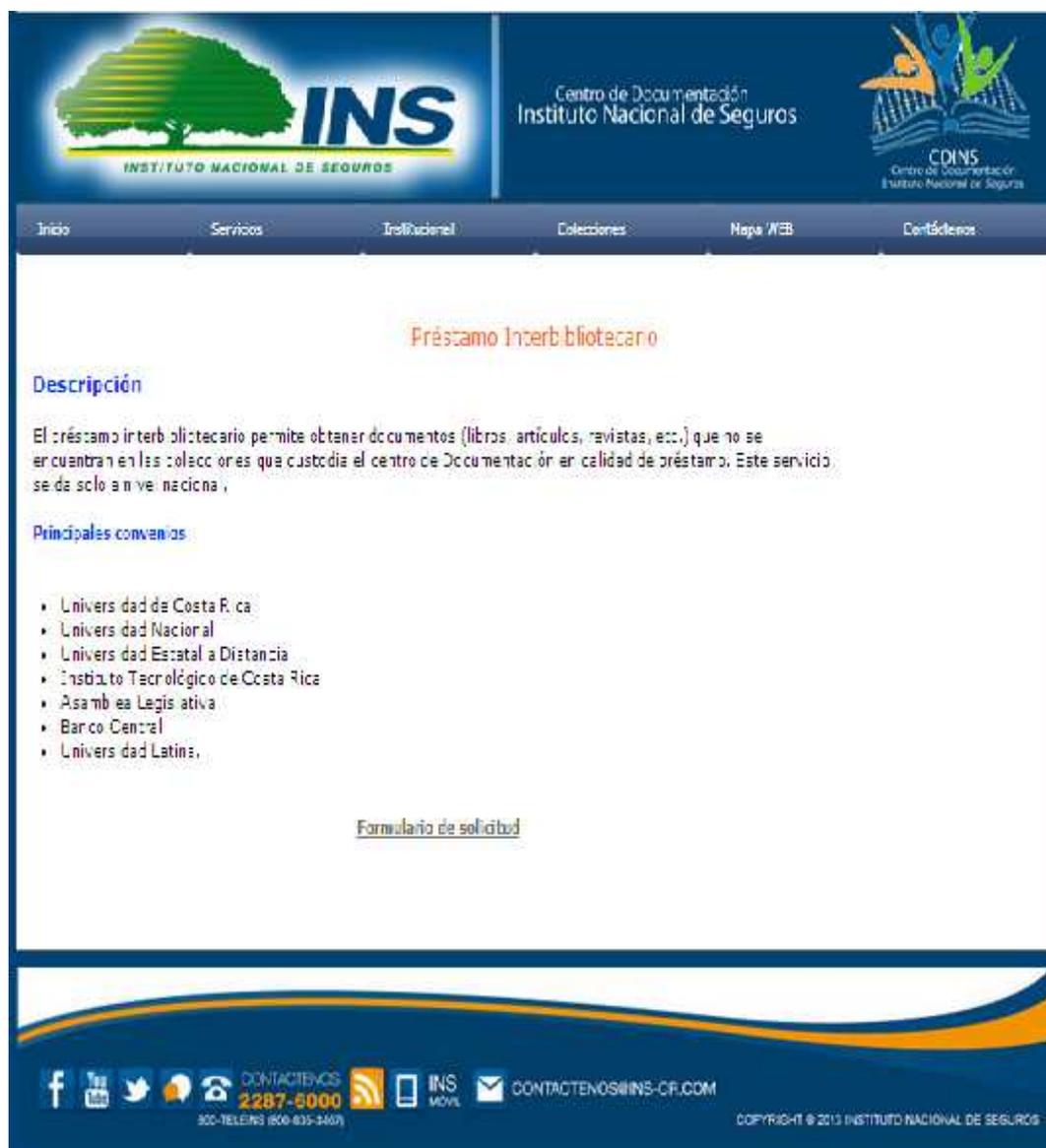
El precio: el servicio de préstamo interbibliotecario es gratuito, sin embargo, si el envío de los documentos representa algún costo, este deberá ser asumido por el funcionario que lo solicitó.

La plaza: el servicio se ofrece directamente en el Centro de Documentación ya que al ser material ajeno a la institución, no se puede facilitar a domicilio.

La promoción: este servicio se promociona a través de los siguientes medios.

Página web: En el menú *servicios* se encuentra la opción de *servicio de referencia* como lo mostró la figura 9. Dentro de esta, hay un enlace al *préstamo interbibliotecario* donde se describe el servicio, el nombre de las instituciones con las que se mantiene el convenio, los requisitos para utilizar el servicio y el respectivo formulario para realizar la solicitud que se encuentra dividido en dos partes, una con la información bibliográfica del documento y otra con la información del solicitante. La figura 37 y 38 ilustran lo anterior.

Figura 37. Contenido de la página del servicio de préstamo interbibliotecario en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



La figura 38 muestra el formulario respectivo para hacer la solicitud del material bibliográfico, dentro de este se solicitan datos bibliográficos como: autor, título, año, volumen y número en caso de ser revistas y la institución donde se encuentra el material, además se solicitan los datos personales de quien requiere el material.

Figura 38. Contenido del enlace formulario de solicitud para el Servicio de Préstamo Interbibliotecario en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

**CENTRO DE DOCUMENTACIÓN  
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**



**FORMULARIO DE SOLICITUD  
PRÉSTAMO INTERBIBLIOTECARIO**

**DATOS BIBLIOGRAFICOS**

AUTOR

TÍTULO

AÑO

SIGNATURA

VOLÚMEN

INSTITUCIÓN A SOLICITAR

**DATOS PERSONALES**

NOMBRE

CÉDULA

TELÉFONO

FECHA

CORREO ELECTRÓNICO

DEPARTAMENTO

**ENVIAR**

El brochure informativo permite promocionar el servicio de préstamo interbibliotecario como se presentó en la figura 24 y el correo electrónico permite dar a conocer el servicio de forma inmediata.

#### **5.8.2.2 Búsquedas en Master Lex**

Definición del Servicio: consiste en la realización de búsquedas en la base de datos Master Lex que contiene el texto completo de las resoluciones de las Salas Primera, Segunda, Tercera y Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, así como de los Tribunales Superiores de San José, Tribunal Notarial y los sumarios del Centro Electrónico de Información Jurisprudencial.

El Precio: el servicio es gratuito.

La Plaza: el servicio se ofrece en el Centro de Documentación ya que la base de datos se encuentra el CD-ROM, pero una vez realizada la búsqueda se guarda el archivo en una llave maya o se envía al correo electrónico del funcionario en formato PDF y en última instancia se imprime.

La promoción: el servicio es promocionado de la siguiente manera.

Página Web: al igual que el servicio de préstamo interbibliotecario, el servicio de búsquedas en la Base de Datos Master Lex se encuentra ubicado en el menú *servicios*, dentro del botón *servicio de referencia* como lo ilustró la figura 39 y 40. Dentro de esta página y como segundo enlace se encuentra las búsquedas en la base de datos Master Lex donde se describe de la base de datos, se mencionan las temáticas que trata y los requisitos para hacer uso de esta. Además en el blog de la página se indicará cada vez que se actualice la base de datos como lo detalla la figura 20 y 21.

Figura 39. Contenido de la página del servicio de búsquedas en la Base de Datos Master Lex en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

The image shows a screenshot of a web page for the 'Búsquedas en Master Lex' service. The page has a dark blue header with the INS logo on the left and the 'Centro de Documentación Instituto Nacional de Seguros' logo on the right. Below the header is a navigation menu with links for 'Inicio', 'Servicios', 'Institucional', 'Colecciones', 'Mapa WEB', and 'Contáctenos'. The main content area is white and features the title 'Búsquedas en Master Lex' in orange. Below the title, there are sections for 'Descripción', 'Base de datos Master Lex', 'Temáticas', and 'Requisitos'. The footer contains social media icons, contact information (phone number 2287-6000, email CONTACTENOS@INS-CR.COM), and a copyright notice for 2013.

**Inicio**   **Servicios**   **Institucional**   **Colecciones**   **Mapa WEB**   **Contáctenos**

## Búsquedas en Master Lex

### Descripción

El servicio consiste en realizar búsquedas en la base de datos Master Lex especializada en legislación nacional. Se encuentra organizada por áreas: leyes, reglamentos, decretos, directrices, jurisprudencia y códigos. Esta se actualiza mensualmente. Solo se encuentra en CD-ROM, por lo tanto el servicio se brinda directamente en el Centro.

### Base de datos Master Lex

Se fundó en julio de 1990 con el objeto de agilizar la consulta, divulgación y actualización del creciente volumen de información normativa y jurisprudencial que interviene en el diario quehacer de bufetes, empresas privadas, entidades gubernamentales y de toda índole.

### Temáticas

**Master Lex normas:** es un sistema que contiene el texto actualizado de las principales normas vigentes en el ordenamiento jurídico Costarricense. También se encuentran disponibles: Resúmenes Normativos de La Gaceta, una recopilación de Acciones de Inconstitucionalidad, una colección de formularios de cartulación, Pronunciamientos de la Superintendencia de Entidades Financieras y Directrices de la Dirección General de Notariado.

**Master Lex Jurisprudencia:** es una base de datos, que contiene el texto completo de las resoluciones de las Salas Primera, Segunda, Tercera y Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, así como de los Tribunales Superiores de San José, Tribunal Notarial y los sumarios del Centro Electrónico de Información Jurisprudencial. Comprende la recopilación de extractos de jurisprudencia de salas y tribunales por materia: administrativa, agraria, civil, constitucional, familia, laboral, municipal, mercantil, notarial, penal, procesal administrativo, procesal civil, procesal penal, tributario.

### Requisitos

- Presentar carné de identificación que lo acredite como funcionario del Instituto Nacional de Seguros.

**CONTACTENOS**  
**2287-6000**  
800-TELEINS 800-835-3467

**INS**  
MOVEL

**CONTACTENOS@INS-CR.COM**

COPYRIGHT © 2013 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

Otros medios importantes de mencionar son el correo institucional donde se envía el resultado de las búsquedas y algún dato de actualización de la base de datos, los boletines informativos como se ejemplificó en la figura 26 y finalmente los brochures informativos que ofrecen el servicio como se mostró en la figura 24.

### **5.8.2.3 Diseminación selectiva de información**

Definición del Servicio: la diseminación selectiva de información consiste en la distribución de información preparada para necesidades específicas de un usuario o grupos de usuarios, definidas anteriormente por medio de un perfil de usuario que indica los requerimientos para cada funcionario.

El precio: el servicio es gratuito.

La plaza: el servicio se envía por medio del correo electrónico.

La promoción: el servicio se promociona por medio de:

Página Web: de acuerdo con la figura 9, el servicio de *diseminación selectiva de información* forma parte del *servicio de referencia*. La figura 40 muestra el enlace al servicio, donde se detalla en qué consiste, las áreas temáticas que trata, los requisitos para utilizar el servicio y la figura 41 ilustra el formulario correspondiente para definir el perfil del funcionario donde se solicita:

- ✓ Datos personales: nombre, cedula, teléfono, y e-mail.
- ✓ Área temática de interés: son las áreas del conocimiento en las que realiza sus investigaciones.
- ✓ Profesión o departamento: puesto o actividad que desempeña en el INS.
- ✓ Datos cronológicos: periodo de tiempo o años que desea incluir en su búsqueda.
- ✓ Formato de la información: si desea la información impresa o digital.
- ✓ Idioma de preferencia: idioma en que prefiere la información recuperada.

La figura 40 y 41 detallan lo anterior.

Figura 40. Contenido de la página del servicio de Diseminación Selectiva de Información en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

The image shows a screenshot of a website page. At the top, there is a header with the INS logo (a green tree) and the text 'INS INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS' on the left, and 'Centro de Documentación Instituto Nacional de Seguros' and the CDINS logo on the right. Below the header is a navigation menu with links: 'Inicio', 'Servicios', 'Institucional', 'Colecciones', 'Mapa WEB', and 'Contáctenos'. The main content area features the title 'Servicio Diseminación Selectiva de Información' in orange. Underneath is a 'Descripción' section with a blue heading, followed by a paragraph of text. Below that is an 'Áreas temáticas' section with a blue heading and a bulleted list of topics. At the bottom of the main content area is a link for 'Formulario de solicitud'. The footer contains social media icons (Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn), contact information (CONTACTENOS 2287-6000, 800-TELEINS (800-835-3427)), and a copyright notice: 'COPYRIGHT © 2013 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS'.

**INS**  
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

Centro de Documentación  
Instituto Nacional de Seguros

CDINS  
Centro de Documentación  
Instituto Nacional de Seguros

Inicio Servicios Institucional Colecciones Mapa WEB Contáctenos

### Servicio Diseminación Selectiva de Información

#### Descripción

Es el envío semanal a un grupo seleccionado de funcionarios (Presidencia, Gerencia, Jefaturas y Direcciones Técnicas), de documentos y artículos relevantes acerca de áreas temáticas de importancia para el INS. Se envía la siguiente información: referencia bibliográfica, resumen del artículo o documento además de un adjunto con la tabla de contenido y contraportada.

#### Áreas temáticas

- Seguros
- Bomberos
- Salud ocupacional
- Riesgo del trabajo
- Administración
- Contabilidad
- Nuevas tendencias.

[Formulario de solicitud](#)

CONTACTENOS  
2287-6000  
800-TELEINS (800-835-3427)

INS  
MÓVIL

CONTACTENOS@INS-CR.COM

COPYRIGHT © 2013 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

Figura 41. Contenido del enlace formulario de solicitud para el Servicio de Diseminación Selectiva de Información en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

**CENTRO DE DOCUMENTACIÓN  
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**



**FORMULARIO DE SOLICITUD  
DISEMINACIÓN SELECTIVA DE INFORMACIÓN**

**DEFINICIÓN DEL PERFIL**

NOMBRE

CÉDULA

TELÉFONO

CORREO ELECTRÓNICO

PROFESIÓN

DEPARTAMENTO

ÁREA TEMÁTICA DE INTERÉS

IDIOMA DE PREFERENCIA

DATOS CRONOLÓGICOS

FORMATO DE INFORMACIÓN

**ENVIAR**

Como se detalló en la figura 24, otro medio utilizado para promocionar este servicio es el brochure informativo informando el cual da a conocer la existencia del Centro de Documentación.

#### **5.8.2.4 Búsquedas bibliográficas especializadas**

Definición del Servicio: con este servicio se responde a una demanda de información especializada definida. Implica la localización, selección y elaboración de documentación tanto de los fondos propios del Centro de Documentación como de fuentes externas.

El precio: el servicio es gratuito.

La plaza: El servicio se ofrece por correo electrónico.

La promoción: El servicio será promocionado por medio de:

Página web: como se detalló en la figura 9, en el menú *servicios* se encuentra el *servicio de referencia* como se señaló en la figura 36, dentro de la página se encuentra la opción de *búsquedas especializadas* donde se especifica en qué consiste el servicio, las áreas temáticas que abarca, los requisitos para utilizar el servicio y el formulario de solicitud que se divide en dos partes, los datos personales del solicitante y los datos de la búsqueda por realizar. El solicitante debe indicar el idioma en que desea obtener la información, los datos cronológicos de la búsqueda, autores específicos para los documentos buscados y el detalle específico de la búsqueda.

La figura 42 presenta el enlace a la página de búsquedas bibliográficas especializadas y la figura 43 el formulario de solicitud.

Figura 42. Contenido de la página del servicio de búsquedas bibliográficas especializadas en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

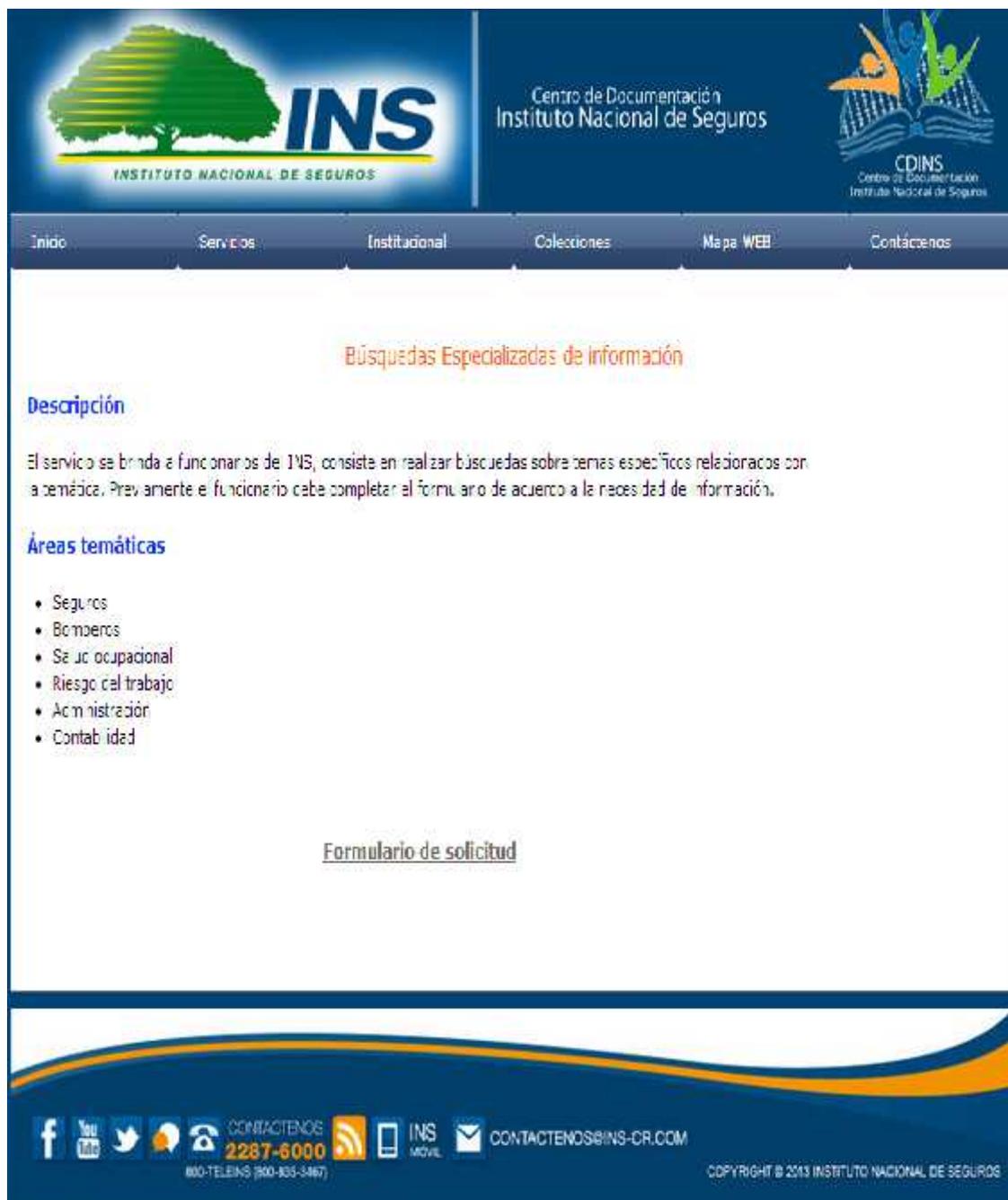


Figura 43. Contenido del enlace formulario de solicitud para el Servicio de búsquedas bibliográficas especializadas en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

The image shows a web form titled "FORMULARIO DE SOLICITUD BÚSQUEDAS BIBLIOGRÁFICAS ESPECIALIZADAS" from the "CENTRO DE DOCUMENTACIÓN INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS". The form is divided into two main sections: "DATOS PERSONALES" and "DATOS DE LA BÚSQUEDA".

**DATOS PERSONALES**

- NOMBRE:
- CÉDULA:
- TELÉFONO:
- CORREO ELECTRÓNICO:
- DEPARTAMENTO:
- ÁREAS TEMÁTICAS DE INTERÉS:

**DATOS DE LA BÚSQUEDA**

- IDIOMA DE PREFERENCIA:
- DATOS CRONOLÓGICOS:
- AUTORES:
- TEMA DE BÚSQUEDA:

At the bottom of the form is an orange button labeled "ENVIAR".

El brochure informativo es otro medio utilizado para la divulgación del servicio de Búsquedas Bibliográficas Específicas como se explicó en la figura 24.

#### 5.8.2.5 Búsquedas en Internet de Leyes y Reglamentos

Definición del Servicio: se realiza de acuerdo a la solicitud del funcionario y consiste en la búsqueda de diferentes Leyes y Reglamentos vigentes a nivel nacional.

El precio: el servicio es gratuito.

La plaza: el servicio se envía por medio del correo electrónico.

La promoción: el servicio será promocionado por medio de:

Página Web: en el sitio web del Centro de Documentación, dentro del menú *servicios* se encuentra el *servicio de referencia* según se detalló en las figuras 9 y 36, dentro de esta página hay un enlace para el servicio de *búsqueda en internet de leyes y reglamentos* que describe en que consiste dicho servicio y los requisitos para hacer uso del servicio como se puede observar en la figura 44.

**Figura 44. Contenido de la página del servicio de búsquedas en Internet de Leyes y Reglamentos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



Se utiliza además el brochure informativo como medio de difusión para comunicar a los funcionarios la existencia del servicio de búsquedas como se mostró en la figura 24.

#### **5.8.2.6 Base de datos de la comunidad del conocimiento**

Definición del Servicio: Se pone a disposición de los funcionarios una base de datos con toda aquella información que sirve como herramienta para la labor diaria del INS. Contiene manuales, directrices, información confidencial, estudios salariales, informes, entre otros. La base de datos tiene información propia de la institución, por lo tanto, solo los funcionarios de la institución pueden tener acceso.

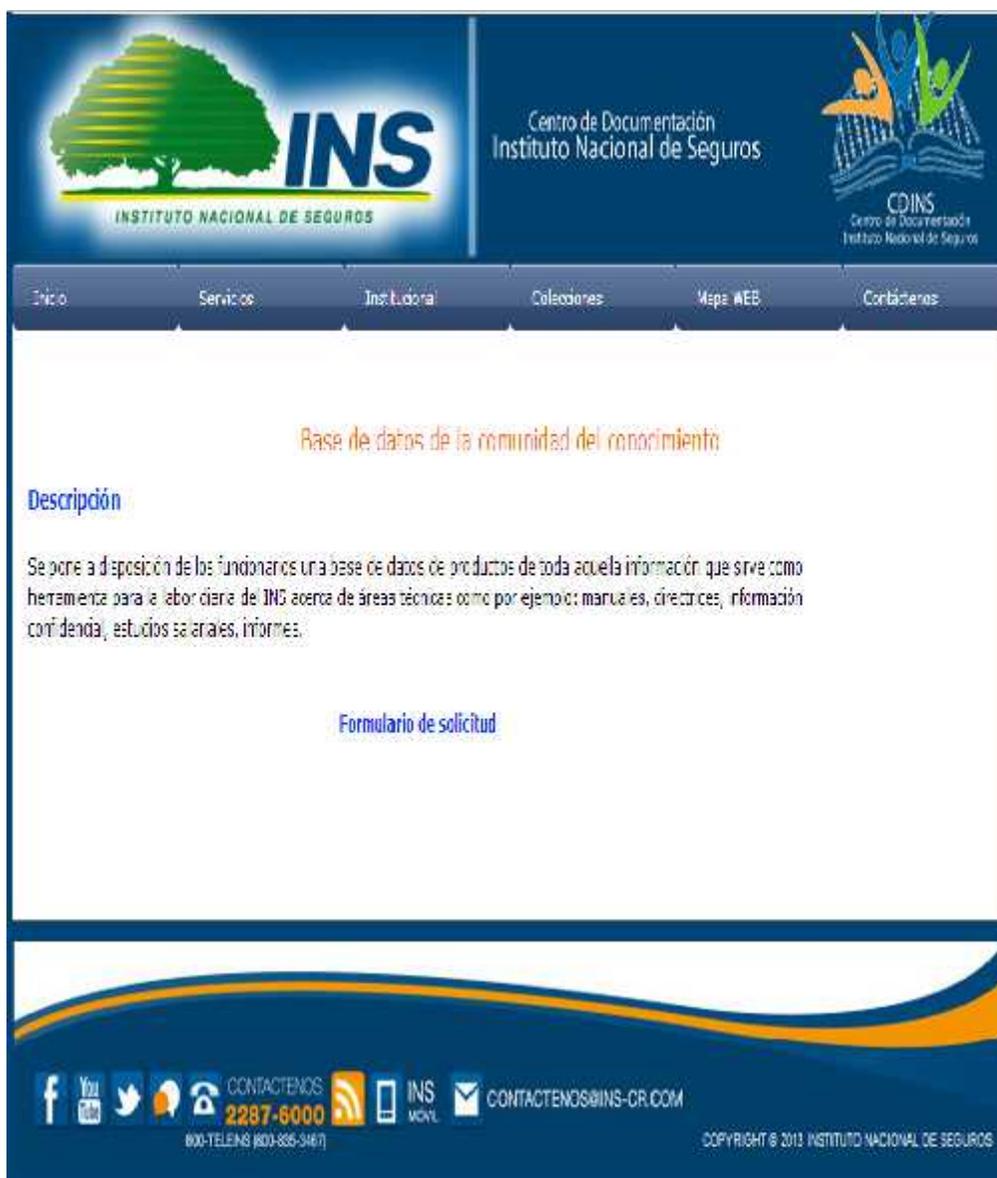
El Precio: El servicio es gratuito.

La plaza: El servicio se consulta en el Centro de Documentación, sin embargo, la información se puede enviar por correo.

La promoción: El servicio se promociona de la siguiente forma:

Página Web: La pantalla principal del sitio web ilustrada en la figura 9 muestra en el menú *servicios* la opción del *servicio de referencia* como lo señaló la figura 36, donde se incluye un enlace al servicio de *base de datos de la comunidad del conocimiento*, en esta página se detalla en qué consiste el servicio y la descripción de la base de datos, además de las temáticas que abarca la base y los requisitos para utilizar el servicio, donde se aclara que únicamente funcionarios del INS tendrán acceso a dicha información. La figura 45 detalla lo anterior.

**Figura 45. Contenido de la página del servicio de base de datos de la comunidad del conocimiento en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



El servicio de base de datos de la comunidad del conocimiento se promueve también por medio del brochure Informativo que contribuye a que los funcionarios la conozcan y utilicen, según lo reveló la figura 24. Las capacitaciones son parte importante en el proceso de difusión, por esta razón, se utilizan con el fin de revelar técnicas específicas para realizar las búsquedas en dicha base de datos.

### **5.8.2.7 Capacitaciones en el uso de los servicios de información.**

Definición del servicio: Consiste en impartir capacitaciones con información propia del Centro de documentación como por ejemplo antecedentes, objetivos, misión, visión, horarios, colecciones y recursos disponibles, además se enfatiza en cada uno de los servicios ofrecidos. Este servicio es dirigido a la comunidad de funcionarios que laboran para el INS.

El precio: El servicio es gratuito.

La plaza: El servicio se ofrece directamente en el Centro de Documentación o en alguna sala del INS.

La promoción: Este servicio se promociona por medio del sitio web ingresando al menú *servicios*. En el botón *servicio de referencia* (figura 9), al desplegar la página se observa la opción de *capacitaciones en el uso de los servicios* (figura 36), dando click sobre el enlace encontrará la descripción del servicio, los requisitos y el formulario correspondiente para solicitar una capacitación, como lo muestran las figuras 46 y 47. El detalle de dichas capacitaciones se describió en el apartado 5.7.11 de esta investigación ya que además de ser un servicio constituye un medio de promoción general para todos los servicios que ofrece el Centro de Documentación.

Figura 46. Contenido de la página del servicio de capacitaciones en el uso de los servicios de información en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

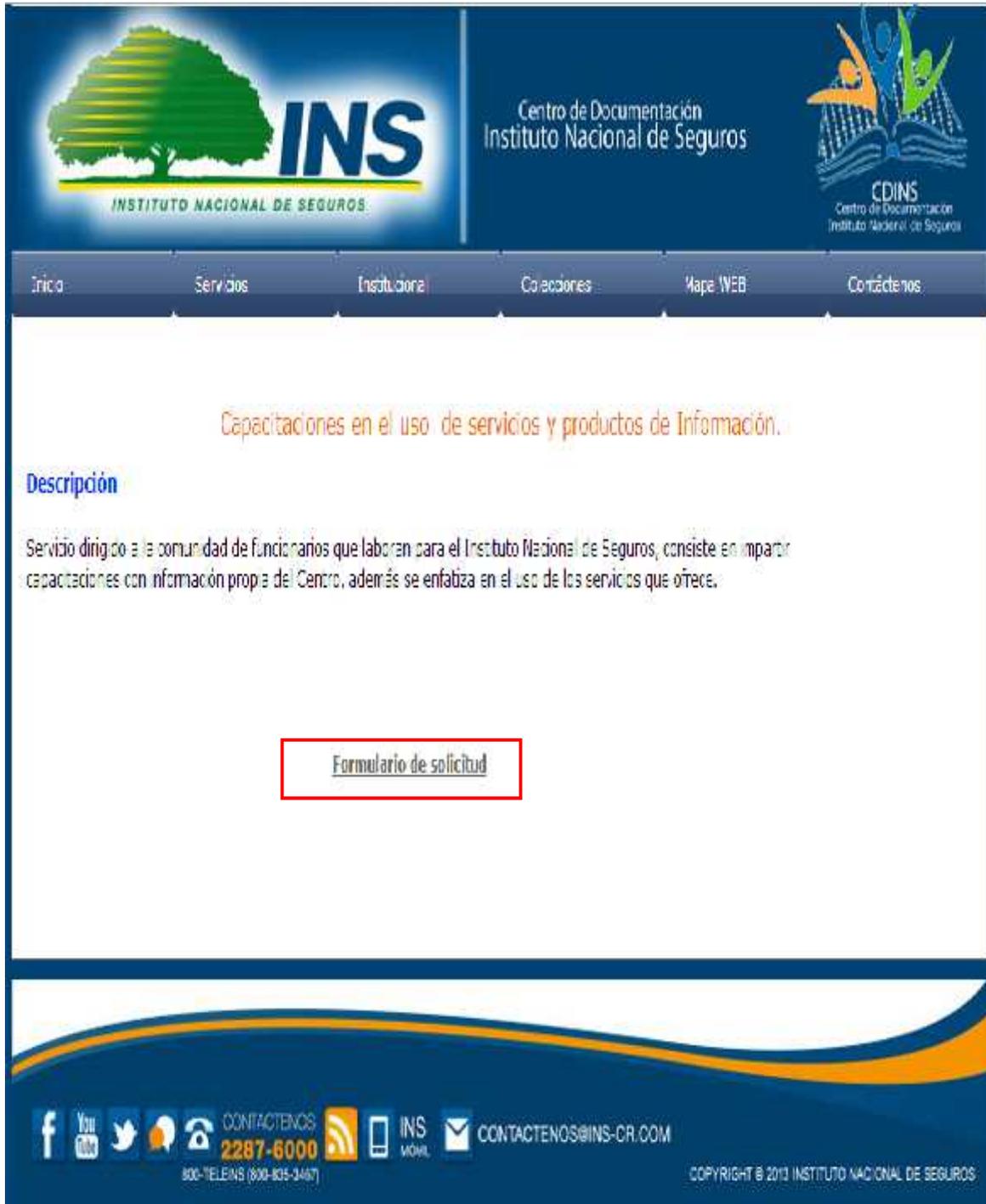


Figura 47. Contenido del enlace formulario de solicitud para las capacitaciones en el uso de los servicios de información del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

**CENTRO DE DOCUMENTACIÓN  
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**



**FORMULARIO DE SOLICITUD  
CAPACITACIÓN EN EL USO DE SERVICIOS**

**NOMBRE**

**CÉDULA**

**TELÉFONO**

**FECHA**

**CORREO ELECTRÓNICO**

**DEPARTAMENTO**

**FECHA DE PREFERENCIA**

**HORA**

**CANTIDAD DE ASISTENTES**

**OBSERVACIONES**

**ENVIAR**

### 5.8.3 Consultas en línea

Definición del Servicio: consiste en la atención de solicitudes de información y resolución de consultas por medio telefónico, correo, facebook, etc. Este servicio se caracteriza por ser de respuesta rápida cuando se realiza el mismo día y de respuesta especial cuando la información se encuentra en alguna fuente externa al Centro de Documentación o si se requiere de una búsqueda exhaustiva. Debido al tipo de usuario del INS, se estima que este es uno de los servicios más trascendentales ya que el 62,3% de la población de funcionarios hace sus solicitudes por medio del teléfono.

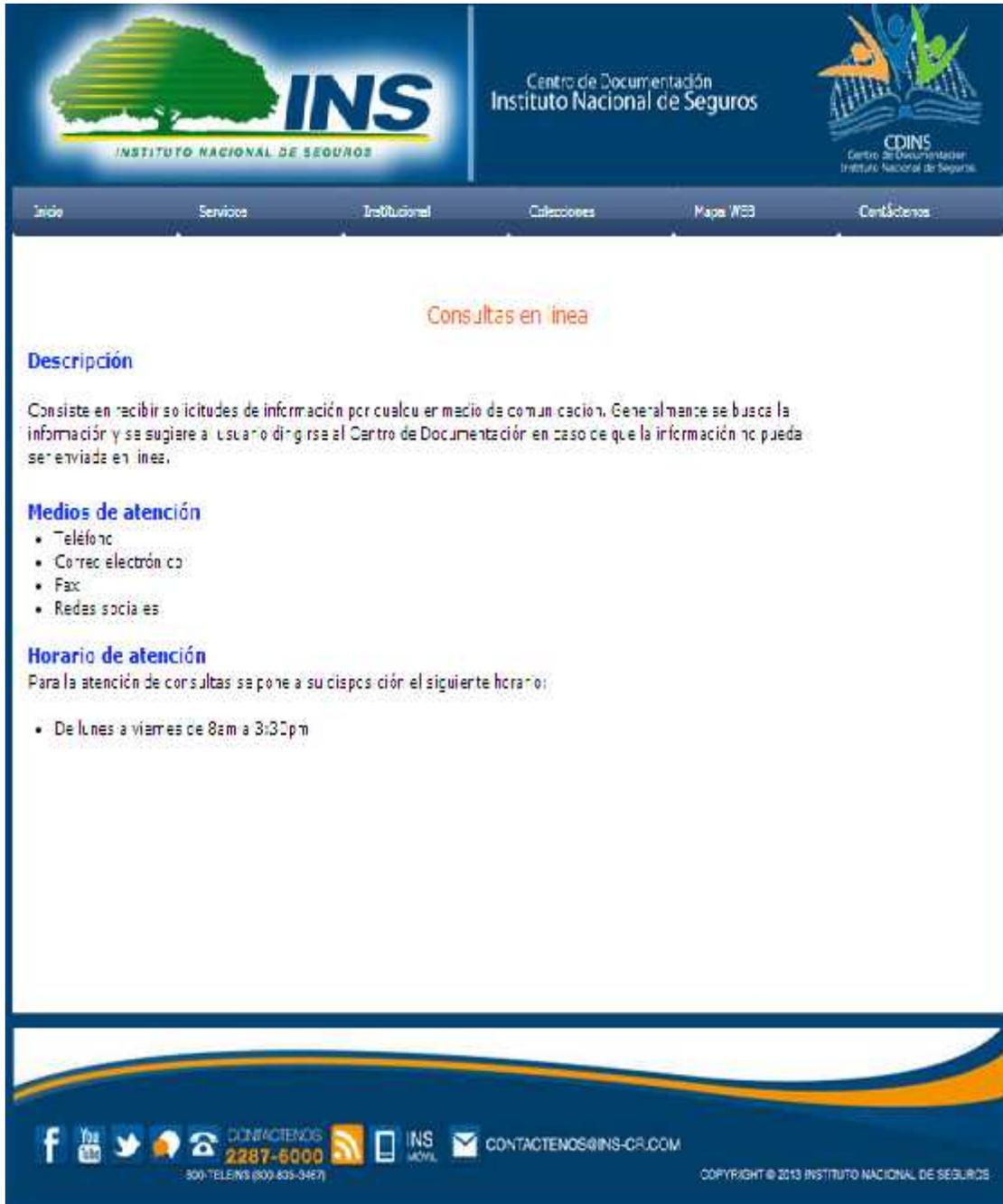
El precio: el servicio es gratuito.

La plaza: el servicio se ofrece directamente en el Centro de Documentación, sin embargo, la resolución de la consulta se puede enviar por correo, en caso de que la información se encuentre en ese formato o en formato físico se envía a la oficina.

La promoción: el servicio se promociona por los siguientes medios:

Página Web: como se observó en la figura 9, dentro del menú *servicios* aparece la opción *solicitudes en línea*, al ingresar al enlace se describe en qué consiste el servicio, los medios de atención de las consultas, el horario de atención y los requisitos del servicio. Este servicio permite realizar las solicitudes y si es posible por este mismo medio se le envían las resoluciones. En la figura 48 se detalla este servicio.

Figura 48. Contenido de la página del servicio de consultas en línea en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



El brochure informativo como mostró la figura 24, menciona este servicio.

#### **5.8.4 Servicio de fotocopiado**

Definición del Servicio: consiste en la reproducción de algunas páginas del documento original. Este servicio se otorga a los funcionarios de acuerdo con el reglamento establecido por el Centro de Documentación en cuanto a cantidad de fotocopias ya que no se permite reproducir el documento completo en caso de libros. Se propone la adquisición de una fotocopidora para que pueda ser utilizada ya que actualmente no se brinda el servicio directamente en el Centro de Documentación por no contar con una fotocopidora.

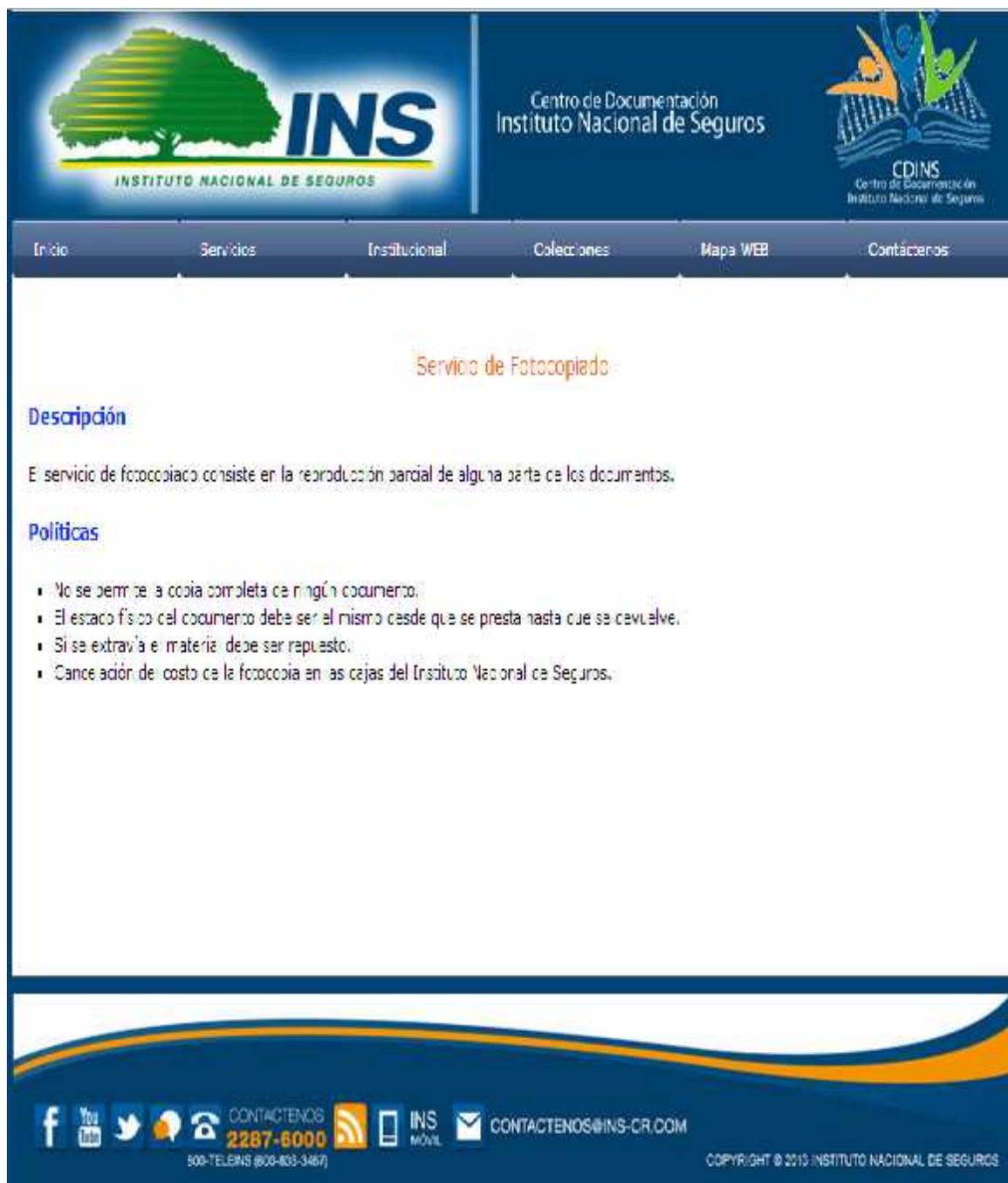
El precio: el costo del servicio depende de la cantidad de fotocopias que se requieran.

La plaza: el servicio se ofrece en el Centro de Documentación, sin embargo, actualmente no se cuenta con una fotocopidora y, por lo tanto, se deben cancelar las fotocopias en las cajas del INS.

La promoción: el servicio se promociona de la siguiente manera.

Sitio Web: este tiene como objetivo informar acerca del servicio, aunque no se brinde en su totalidad dentro del Centro de Documentación. En la figura 9 se mostró que el *servicio de fotocopiado* se incluye en el menú *servicios*, al ingresar en el enlace se informa en qué consiste el servicio, las políticas del servicio y el proceso para pagar las fotocopias, según lo ilustra la figura 49.

Figura 49. Contenido de la página del servicio de fotocopiado en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



Otro medio de promoción es el brochure informativo como lo ilustró la figura 24.

### **5.8.5 Servicio de consulta de periódicos**

Definición del Servicio: consiste en poner diariamente a disposición de los funcionarios las noticias en formato impreso y digital de los títulos de los periódicos nacionales (La Nación, La Extra, La República, Al Día, La Gaceta y El Financiero).

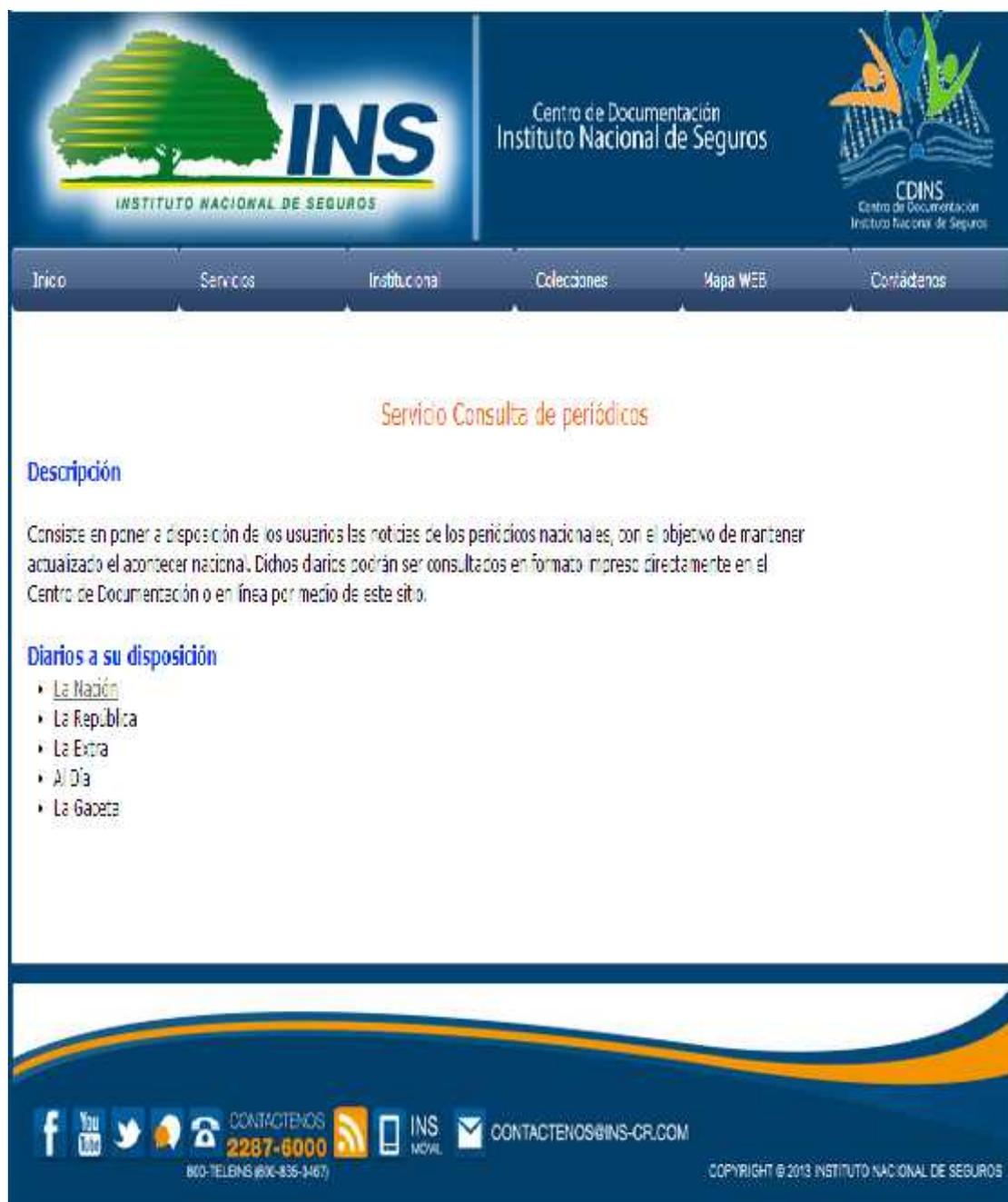
El precio: el servicio es gratuito.

La plaza: el servicio se puede utilizar en el centro de documentación, consultando el periódico en físico, pero además, se puede consultar las noticias por medio de la página web.

La promoción: el servicio se promociona por los siguientes medios.

Sitio Web: según reveló la figura 9, en el menú *servicios* se coloca un enlace que permite acceder a los periódicos nacionales en formato digital, pero además se indica que el servicio se brinda también en formato impreso. En esta página se encuentra la descripción del servicio y los enlaces a cada uno de los periódicos nacionales como lo detalla la figura 50.

Figura 50. Contenido de la página del servicio de consulta de periódicos en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



Si ingresamos al enlace del periódico La Nación se observa la figura 51.

Figura 51. Contenido del enlace al periódico La Nación en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



El brochure informativo también promociona el servicio de consultas de periódicos como lo detalló la figura 24.

### 5.8.6 Resumen Gaceterio y Boletín Judicial

Definición del Servicio: diariamente el personal del Centro de Documentación envía un resumen de la Gaceta y del Boletín Judicial a los funcionarios del INS con la información más relevante en las áreas tratadas por el INS.

El precio: el servicio es gratuito.

La plaza: el servicio se envía a los funcionarios por medio del correo electrónico.

La promoción: se promocionará por los siguientes medios.

Sitio Web: como se detalló en la figura 9, en el menú *servicios* se incluye el servicio de *resumen gacetero y Boletín Judicial*. Al ingresar en la página se describe el servicio según lo detalla la figura 52.

**Figura 52. Contenido de la página del servicio de resumen gacetero y boletín judicial en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



Como se ilustró en la figura 24, el brochure informativo permite dar a conocer el servicio.

### **5.8.7 Servicio audiovisual**

Definición del Servicio: consiste en el préstamo del material audiovisual, ya sea CD, DVD o videocasetes con información especializada en el área de interés para el INS, que se facilitan a los funcionarios dentro del Centro de Documentación.

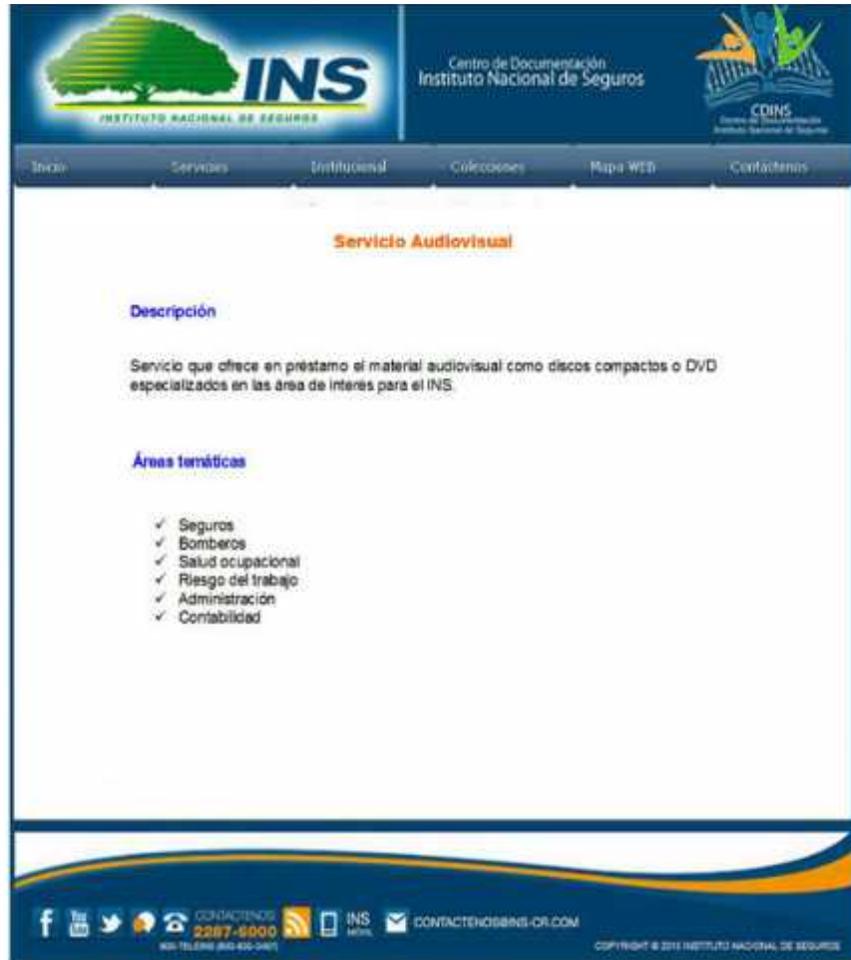
El precio: el servicio es gratuito.

La Plaza: el servicio se ofrece directamente en el Centro de Documentación.

La promoción: este servicio se promociona por medio de los siguientes medios.

Sitio Web: como se puntualizó en la figura 9, en el menú *servicios* hay un enlace al *servicio audiovisual* como se ilustra en la figura 53. Aquí se encuentra la descripción del servicio y las áreas temáticas que se tratan.

Figura 53. Contenido de la página del servicio audiovisual en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013



La figura 24 ilustró cómo el brochure informativo permite dar a conocer el servicio audiovisual.

### 5.8.8 Catálogo

Definición del Servicio: Este servicio consiste en facilitar al funcionario una herramienta que le permita realizar las búsquedas de su interés (por autor, título, palabra clave) con el fin de localizar los documentos dentro del Centro de Documentación y conocer su disponibilidad.

El precio: El servicio es gratuito.

La plaza: El servicio se ofrece en línea por medio del Sitio web.

La promoción: El catálogo se promociona por los siguientes medios:

Sitio web: En el sitio web, en la parte inferior como se mostró en la figura 4, se encuentra un enlace al *catálogo de búsqueda*. En esta página se describe el servicio de *catálogo en línea*, señalando la posibilidad de realizar búsquedas del material bibliográfico ya sea por el título, autor, palabra clave o signatura. Al ingresar al ícono en la parte inferior se accesa directamente al catálogo, según lo muestra la figura 54.

**Figura 54. Contenido de la página del servicio catálogo documental en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013**



La figura 22 muestra como el banners informativo permite promocionar el uso del catálogo público. Otro medio de promoción son las capacitaciones donde se proyectan videos que detallan cómo utilizar dicho servicio, según se mostró en el apartado 5.7.11 de la presente investigación.

### **5.8.9 Servicio de nuevas adquisiciones**

Definición del Servicio: El servicio de nuevas adquisiciones consiste en dar a conocer a los funcionarios nuevos documentos que se reciben por canje, donación o se adquieren en el Centro de Documentación, con el fin de mantenerlos actualizados en su área de interés.

El precio: el servicio es gratuito.

La plaza: el servicio se envía a los funcionarios por medio del correo electrónico.

La promoción: este servicio se divulgará por medio de:

Sitio Web: Según se detalló en la figura 4, en la parte inferior de sitio web se encuentran el botón de *nuevas adquisiciones*. Al ingresar al enlace como lo señala la figura 55, se describe el servicio y se explica el procedimiento para solicitarlo y el respectivo formulario que se muestra en la figura 56. El servicio de nuevas adquisiciones será promocionado también por medio del *blog informativo* donde se colocan las portadas de los documentos adquiridos recientemente por el Centro de Documentación, motivando así la consulta de los materiales bibliográficos.

Figura 55. Contenido de la página del servicio de nuevas adquisiciones en el sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

**INS**  
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

Centro de Documentación  
Instituto Nacional de Seguros

CDINS  
Centro de Documentación  
Instituto Nacional de Seguros

Inicio Servicios Institucional Colecciones Mapa WEB Contáctenos

## Servicio de Nuevas Adquisiciones

### Descripción

Consiste en enviar la portada del documento nuevo que se está adquiriendo en el Centro. Este producto se envía semanalmente al correo de los funcionarios y además se detalla: signatura, autor, título, editor, lugar, año, descripción, tabla de contenido y contraportada.

### Procedimiento

- Llenar el formulario de solicitud.
- Presentar carné de identificación que lo acredite como funcionario del Instituto Nacional de Seguros.

[Formulario de solicitud](#)

f YouTube Twitter WhatsApp Contactenos 2287-6000 800-TELEINS (800-835-3467) RSS INS MOVIL CONTACTENOS@INS-CR.COM

COPYRIGHT © 2013 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

Figura 56. Contenido del enlace formulario de solicitud para el servicio de nuevas adquisiciones del sitio web propuesto para el Centro de Documentación del INS, San José, Costa Rica, 2013

**CENTRO DE DOCUMENTACIÓN  
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**



**FORMULARIO DE SOLICITUD DEL SERVICIO NUEVAS ADQUISICIONES**

**DEFINICIÓN DEL PERFIL**

**NOMBRE**

**CÉDULA**

**TELÉFONO**

**CORREO ELECTRÓNICO**

**PROFESIÓN**

**CATEGORIA DE USUARIOS**      **INTERNO:**       **EXTERNO:**

**IDIOMA DE PREFERENCIA**

**ÁREA TEMÁTICA DE INTERÉS**

**DATOS CRONOLÓGICOS**

**FORMATO DE LA INFORMACIÓN**

**ENVIAR**

El brochure informativo como se ilustró en la figura 24, permite difundir la existencia del servicio, además el boletín informativo en sus distintas ediciones, informa acerca del servicio y el procedimiento para adquirirlo, según lo detalló la figura 26.

## **5.9 Planes de acción y cronograma de actividades**

### **5.9.1 Promoción y publicidad**

La promoción es uno de los aspectos más importantes del plan de mercadeo y en particular para el Centro de Documentación del INS, ya que, según la entrevista realizada a los funcionarios del INS, una de las grandes necesidades del Centro de Documentación es darse a conocer en el mercado costarricense, lo cual es posible con una adecuada promoción, donde se informe a los funcionarios del INS y a la población en general los beneficios informacionales que se adquieren al utilizar los servicios que ofrece el Centro.

#### **5.9.1.1 Etapas de la promoción**

Las etapas de promoción y publicidad se definen de acuerdo a la intensidad en la comunicación publicitaria que se emita a los funcionarios y está dividido en alta y baja intensidad:

La etapa de alta intensidad incluye los meses de marzo a setiembre. El Centro de Documentación en estos meses recibe la mayor cantidad de solicitudes por parte de los funcionarios quienes requieren la información para desarrollar proyectos importantes que benefician al INS. Por lo tanto, este periodo será dedicado a informar a la población sobre los servicios y productos que ofrece el Centro de Documentación.

La etapa de baja intensidad se desarrolla en los meses de enero, febrero, octubre, noviembre y diciembre, ya que los funcionarios en este periodo se encuentran elaborando informes de labores y nuevas propuestas de proyectos. Otros toman su periodo de vacaciones, lo cual ocasiona que utilicen con menor frecuencia el Centro de Documentación.

A continuación se presenta una matriz que ilustra y resume los meses en que se hará uso de cada medio publicitario y el cronograma de acuerdo a la etapa que corresponda.

**Tabla 4. Cronograma de medios publicitarios**

Medio Publicitario	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
Página Web.												
Banners Informativos												
Brochures Impresos												
Correo Electrónico												
Boletín Informativo												
Capacitaciones												
Videos												
Relaciones Públicas												
Logo del Centro												
Marquesinas Luminosas												
Redes Sociales												
Obsequios												

### **5.10 Mecanismos para la evaluación y el control**

El Centro de Documentación debe crear algunos mecanismos de evaluación para los medios de promoción que se presentaron, con el fin de conocer su efectividad en el proceso de promoción y reafirmar que se cumpla con los objetivos planteados.

Para conocer el rendimiento del plan de promoción y difusión es necesario llevar un seguimiento controlado de manera continua, con el fin de evaluar permanentemente la ejecución del plan y adoptar las medidas correctivas en caso de que fuera necesario.

Para cumplir con el objetivo se debe facultar a los responsables de la puesta en marcha del plan para que estos realicen el control adecuado de las diferentes etapas del plan que se propone. Dicho control debe ser estratégico, rentable y operativo.

En cuanto a lo estratégico, el encargado deberá velar por el cumplimiento de los objetivos propuestos, realizando un monitoreo de la percepción por parte de los funcionarios del INS en cuanto a la calidad de los servicios brindados según el

perfil de necesidades, obtenido con anterioridad con miras a detectar problemas en el plan propuesto.

Con respecto a la operacionalidad del plan propuesto, se debe valorar que las actividades que se realicen estén de acuerdo al orden establecido en el cronograma.

Otro aspecto importante es medir la satisfacción en el servicio recibido por parte de los funcionarios del INS a utilizando diferentes medios, como por ejemplo, encuestas o sugerencias por medio del sitio web o por correo electrónico.

Por último, se valora qué tan rentable es el plan económicamente y si es posible desarrollarlo. Los controles se aplican para observar el avance del plan una vez que se ha puesto en marcha.

Por lo anterior, se propone que se lleve a cabo un control periódico que permita establecer una relación entre los objetivos planteados y las acciones que se realizan. A continuación se presentan los mecanismos de evaluación para cada estrategia.

#### **5.10.1. Indicadores para la definición del servicio.**

Para dar seguimiento y control a esta estrategia, es necesario conocer el comportamiento de los funcionarios del INS que se encuentran ligados al servicio. Se proponen 3 indicadores:

- a. Uso de los servicios por funcionarios: Le permite al Centro de Documentación conocer el grado de interés por parte de los funcionarios, la frecuencia de uso y el aporte brindado. De esta forma el Centro de Documentación conoce su posición dentro del mercado.
- b. Uso de las estrategias promocionales para los servicios: Se medirá particularmente el comportamiento de los medios promocionales para dichos

servicios en función de los funcionarios y así determinar el impacto dentro de la institución.

c. Percepción y actitudes de los funcionarios hacia los servicios del Centro de Documentación: Una vez definido el perfil de usuario se podrá conocer las necesidades de cada funcionario y así medir el grado de satisfacción e insatisfacción.

### **5.10.2 Indicadores para la estrategia de precio.**

Tomando en cuenta que el Centro de Documentación brinda servicios sin fines de lucro, el precio se trabaja en función del costo que genera brindar dichos servicios y efectuar su respectiva promoción. Los indicadores son:

a. Porcentaje de rentabilidad por funcionario: Creación de relaciones entre los servicios, uso por parte de los funcionarios y la rentabilidad que estos representan para el Centro de Documentación de acuerdo con los servicios ofrecidos.

b. Porcentaje de rentabilidad por medios promocionales: Para lo cual es necesario medir la efectividad de cada medio publicitario con el fin de no invertir en un medio que no esté cumpliendo con su objetivo.

### **5.10.3 Indicadores para la estrategia de plaza.**

Un objetivo que persigue la puesta en marcha del plan de promoción y difusión es explotar las ventajas que ofrecen los medios de comunicación, especialmente Internet y las redes sociales con el fin de difundir los servicios de información de una forma rápida, eficaz y económica, logrando posicionarse en la mente de los y las funcionarias del INS.

Para obtener un resultado positivo es recomendable establecer evaluaciones mensuales para lo siguiente:

a. Cantidad de visitas al sitio Web.

b. Cantidad de consultas recibidas por medio del sitio web.

- c. Cantidad de servicios solicitados por medio de los formularios que se encuentran en el sitio Web.
- d. Cantidad de nuevos contactos por redes sociales.
- e. Cantidad de comentarios por redes sociales.
- f. Cantidad de solicitudes hechas por el correo electrónico.

#### **5.10.4 Indicadores para la estrategia de publicidad y promoción**

Para medir la efectividad de las estrategias de promoción se recomiendan los siguientes indicadores:

- a. Evaluación de la permanencia de la publicidad en la mente de los funcionarios: Se consulta a los funcionarios que tienen contacto con el Centro de Documentación si han visto o escuchado acerca de la publicidad del Centro y qué opinión tiene.
- b. Número de funcionarios atraídos por la publicidad y promoción: El Centro de Documentación debe llevar un registro de la cantidad de nuevos funcionarios que hacen uso del Centro de Documentación y de los servicios en el periodo en que se lanza un nuevo medio de promoción.

Una vez identificados los mecanismos de evaluación se espera un buen desarrollo de la propuesta, por ende, lograr el reposicionamiento del Centro de Documentación, resaltando la importancia que tiene el Centro de Documentación para la institución.

#### **5.11 Presupuesto de la propuesta**

El presupuesto permite valorar la posibilidad de desarrollar a corto o largo plazo la estrategia. Cada actividad que se desarrolla para promocionar el Centro de Documentación implica un costo, por ejemplo, la contratación del personal y adquisición de recursos bibliográficos, entre otros. Sin embargo, muchas de las actividades propuestas las cuales se ofrecen en formato digital, ya están resueltas

y las que representan un costo adicional pueden ser asumidas por el INS, por ejemplo, brochures impresos, banners informativos, separadores, etc.

## **5.12 Recursos necesarios para brindar servicios y productos de calidad.**

Para lograr que los servicios de información que ofrece el Centro de Documentación del INS sean eficientes y de calidad se debe contar con los recursos necesarios que permitan cumplir con los objetivos propuestos. A continuación se describen los requerimientos para cada recurso.

### **5.12.1 Recursos Documentales.**

En cuanto al acervo bibliográfico del Centro de Documentación, se debe tomar en cuenta algunos aspectos como: el tipo de documento que posee, año, área geográfica, idioma, fecha de publicación, número de ejemplares existentes, entre otros criterios.

Otro aspecto importante es el nivel de especialidad de la colección, en este caso se toma en cuenta la especialidad seguros que es la principal temática del INS evitando abarcar otras temáticas que quizá no sean de utilidad.

Los materiales de referencia como diccionarios y enciclopedias también deben especializarse en la temática. Para la selección de dichos documentos deben existir criterios de selección y adquisición acorde a la temática del INS y se deben adquirir en diversos formatos.

Además se debe tomar en cuenta el orden de las estanterías y vitrinas especiales para otros formatos diferentes a los libros.

### **5.12.2 Recurso Físico**

El espacio físico actual del Centro de Documentación es inadecuado, por lo tanto, se propone la reubicación a un espacio mayor, en donde se pueda distribuir más cómodamente las secciones del Centro de Documentación para brindar un mejor servicio. Lo ideal sería distribuir el espacio de la siguiente manera: un área

destinada para la adecuada distribución de la colección bibliográfica impresa (tesis, libros, material de referencia, revistas). Es importante que se disponga de una sala de audiovisuales totalmente equipada, que a la vez se pueda utilizar como sala de reuniones y de capacitaciones, brindar charlas y videoconferencias.

Se requiere de un área para crear un laboratorio de investigación donde se puedan efectuar búsquedas en diferentes bases de datos y dentro de este un espacio para el equipo especial para personas con discapacidad con el fin de hacer efectiva la Ley 7600 sobre Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad.

Otra área para realizar los procesos técnicos como adquisiciones y catalogación de materiales bibliográficos, un área de circulación, y por lo menos dos salas para consulta de los materiales. Otro espacio para el personal administrativo y un área pequeña para fotocopiar que permita reproducir lo estrictamente necesario.

El espacio destinado al Centro de Documentación deberá contar con una ventilación, iluminación y mobiliario adecuado que facilite la utilización del mismo.

### **5.12.3 Recurso Tecnológico**

Actualmente el Centro posee un software de búsqueda desactualizado. Se propone la exportación de registros a otro sistema de base de datos, que permita realizar los diferentes procesos documentales, como los procesos técnicos de selección y adquisición, catalogación, préstamo interbibliotecario, descarte, circulación y préstamo, referencia y atención al usuario, entre otras.

En el mercado existen muchos software integrados, por ejemplo:

El OPENBIBLIO, sistema desarrollado en PHP y MySQL en el año 2002 por Dave Stevens. Es un sistema fácil de usar, automatizado, escrito en PHP. Contiene módulos de circulación, catalogación, OPAC, informes, estadísticas, impresión de etiquetas y administración de personal. Es compatible con los estándares de MARC21, además es libre y gratuito.

El ESPABIBLIO que es la adaptación del OPENBIBLIO, es un sistema automatizado de gestión bibliotecaria que desarrolló y adaptó Jorge Lara Cravero. Este contiene los siguientes módulos: circulación, catalogación, OPAC, informes, estadísticas, impresión de etiquetas y administración de personal. Corre en plataformas Linux y Windows, así como en cualquier servidor Web, PHP y MySQL. Es compatible con los estándares de MARC21 y también es un software libre.

El software KOHA, que es un sistema integral para la automatización de bibliotecas (SIAB) desarrollado en Nueva Zelanda por la empresa Katipo Communications en el año 1999, a solicitud de la Horowhenua Library Trust. Es el software, que se recomienda para el Centro de Documentación ya que es un sistema integrado de gestión de bibliotecas que permite administrar los procesos bibliotecarios y gestionar los servicios a los usuarios. Está desarrollado sobre una plataforma de software libre, basado en la versión 2.0.0 del proyecto original KOHA y se encuentra totalmente en español. Contiene los módulos clásicos (OPAC, catalogación, préstamo de documentos, administración del sistema). La aplicación gestiona también las adquisiciones, el control de autoridades, un tesoro y permite la captura de registros bibliográficos. Este software se caracteriza por correr bajo plataformas Linux y Windows, en cualquier servidor Web y preferiblemente Apache, PHP y MySQL. Es compatible con los estándares de MARC21.

Existen otras alternativas de software para gestionar y administrar el Centro de Documentación, como por ejemplo el sistema SIABUC, sin embargo, es un software propietario, por lo que se debe pagar los costos de licencia para adquirir el software y su mantenimiento. Por esta razón y por el presupuesto del que dispone el Centro se invita a utilizar el software libre. Para el buen funcionamiento del software, se recomienda la adquisición de equipo tecnológico tanto para uso administrativo como para consulta, con el objetivo de no tener inconvenientes al realizar búsquedas o ingresar datos. Por este motivo se propone la adquisición de un equipo tecnológico que cuente con al menos las siguientes características:

**Tabla 5. Hardware y software requerido para el Centro de Documentación.**

<b>Hardware y software requerido para el Centro de Documentación.</b>	
<b>COMPUTADORAS PORTÁTILES</b>	
<b>Sistema operativo</b>	Windows 8
<b>Procesador</b>	Procesador Intel® Core™ i5-3230M
<b>Tamaño de la pantalla</b>	Pantalla diagonal ancha de 14.0 pulgadas
<b>Memoria</b>	Configurada con 6 GB DDR3 1600MHz (máx. 16 GB)
<b>Disco duro</b>	Disco duro de 750 GB (5400 RPM) Serial ATA
<b>Unidad de discos ópticos</b>	Unidad DVD SuperMulti compatible con 11 formatos
<b>Motor de gráficos</b>	Gráficos Mobile Intel® HD
<b>Resolución de la pantalla</b>	1366 x 768 de resolución nativa (HD)
<b>RGB</b>	RGB (monitor)
<b>HDMI</b>	1x HDMI®
<b>Puertos USB</b>	1 puerto USB v3.0, 2 puertos USB v2.0, Puerto LAN RJ-45
<b>Red de área local inalámbrica</b>	Conexión en red Wi-Fi® Wireless (802.11b/g/n)
<b>Bluetooth</b>	Bluetooth® versión 4.0
<b>Webcam</b>	Cámara web HD y micrófono
<b>Audio</b>	DTS Sound™, Parlantes integrados estéreo
<b>Color</b>	Terminado Fusion® Horizon en plata mercurio
<b>Batería</b>	Batería de iones de litios de 6 celdas/48 Wh
<b>Adaptador de CA</b>	Adaptador de CA de 65 vatios (19 V 3.42 A) 100-240 V/50-60 Hz
<b>IMPRESORA</b>	
<b>Marca</b>	XEROX
<b>Velocidad en negro</b>	12PPM
<b>Memoria interna</b>	64 MB
<b>Resolución</b>	600 X 600 X 4PPP

<b>Interfase</b>	USB 2.0
<b>Bandeja de papel</b>	150 hojas
<b>ESCANNER</b>	
<b>Marca</b>	Hewlett Packard
<b>Resolución</b>	Hasta 2400 ppp
<b>Interfase</b>	Hi-speed usb 2.0
<b>Velocidad</b>	Foto aprox. 21 segundos, página de texto aprox 49 segundos pdf a4 a correo aprox 70 segundos
<b>Formato</b>	BMP, JPEG, GIF, TIFF, TIFF, PDF, HTML
<b>FOTOCOPIADORA MULTIFUNCIONAL</b>	
<b>Copias por minuto</b>	18 copias tamaño carta
<b>Tiempo de salida</b>	1er copia 17 segundos
<b>Volumen mensual recomendado</b>	6.000 copias
<b>Modem</b>	33.6 kbps
<b>Velocidad de transmisión</b>	4 segundos por página
<b>Fax</b>	Resolución estándar, fino, super fino, foto
<b>Memoria de transmisión máximo</b>	150 paginas
<b>Memoria de recepción máximo</b>	170 paginas
<b>Tamaño de papel</b>	Carta / oficio
<b>Capacidad de papel</b>	250 hojas
<b>Multicopia</b>	99
<b>Memoria</b>	32 mb
<b>Escaneo</b>	B y n si /Color si
<b>Conectividad</b>	Conexión si en red y en paralelo
<b>Alimentador</b>	ADF (alimentador automático de documentos).

Otros aspectos importantes que se deben tomar en cuenta es la adquisición de Bases de Datos en las áreas de interés de los funcionarios del INS ya que no

existe una Base de Datos a nivel nacional e internacional especializada en seguros.

#### **5.12.4 Recurso Económico**

El Centro de Documentación debe contar con un presupuesto que le proporcione los recursos necesarios para cumplir con el objetivo para el cual fue creado.

Dentro de los aspectos importantes por considerar, están:

- ✓ La compra de recursos documentales.
- ✓ La suscripción a las revistas y periódicos.
- ✓ La adquisición de equipo tecnológico.
- ✓ La compra de materiales de oficina.
- ✓ Sistemas de seguridad (códigos de barras para el material bibliográfico, lectores, barras de seguridad a la salida del Centro, etc).
- ✓ El salario del personal.

**CAPÍTULO VI**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En los capítulos anteriores se describió y analizó el mercado actual que visita el Centro de Documentación, así como los principales servicios que son utilizados, además, se realizó una investigación, con el fin de entender el motivo por el cual no se estaba utilizando dicho Centro ni sus servicios para así crear una propuesta de promoción y difusión que impulse el conocimiento del mismo.

El presente capítulo combina todos los puntos anteriores para generar conclusiones sobre los descubrimientos más importantes de la investigación, así como recomendaciones que permitan aprovechar las diferentes oportunidades que tiene el Centro de Documentación para reposicionarse como un centro especializado.

## **6.1 Conclusiones.**

Después de describir la situación actual del Centro de Documentación, investigar el mercado y realizar la propuesta de promoción, se pueden referir las siguientes conclusiones:

- ✓ Los tres servicios más demandados por los funcionarios del INS son: el resumen gacetero y Boletín Judicial, seguido del préstamo a sala y domicilio y por último, las búsquedas en internet de leyes y reglamentos.
  
- ✓ El factor económico es una de las principales limitantes del Centro de Documentación para brindar un servicio actualizado y de calidad ya que el presupuesto asignado no es suficiente para adquirir suscripciones a bases de datos, equipo tecnológico, material bibliográfico en diferentes formatos especializado en las áreas de interés.
  
- ✓ Entre las debilidades y amenazas que se deben controlar con mayor precisión son el personal limitado con que cuenta, la falta de recurso tecnológico, el recurso financiero limitado para satisfacer todas las necesidades de información, por último, la poca difusión del Centro de Documentación dentro de la institución.

- ✓ A nivel general, la población de funcionarios del INS, no posee una cultura investigativa debido al desconocimiento y falta de uso de los servicios que el Centro de Documentación les brinda.
- ✓ Aun cuando el Centro de Documentación tiene como misión satisfacer las necesidades de información de los clientes internos y externos del INS en las áreas de seguros, administración, salud ocupacional y bomberos; a través de la creación y el mantenimiento de un sistema de información documental, esta investigación evidenció que lo anterior se consigue parcialmente ya que los funcionarios indican no encontrarse ni satisfechos/ni insatisfechos en cuanto al uso de los servicios y productos que se les brinda.
- ✓ El uso de los servicios que ofrece el Centro se eleva en los periodos de marzo-abril y agosto- setiembre, este periodo indica el mejor momento para realizar las campañas de promoción y difusión.
- ✓ No se está utilizando todo el potencial de recurso humano con que cuenta el INS en las diversas áreas del conocimiento como apoyo al Centro de Documentación.
- ✓ Evidentemente el Centro de Documentación tiene serias limitaciones financieras porque depende fundamentalmente de un presupuesto asignado por el INS que no es suficiente para atender todas las necesidades actuales y lograr los objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ La tecnología con que cuenta actualmente el Centro de Documentación es insuficiente y parte de ella esta desactualizada, tanto en software como en hardware.
- ✓ De acuerdo con los resultados de la investigación, gran parte de los funcionarios del INS desconocen la existencia del Centro de Documentación y

los servicios ofrecidos, además del valor agregado que este le proporciona para su desempeño laboral y los que lo conocen, sugieren cambios en la divulgación del Centro de Documentación, modernización en tecnología, ampliación de horarios, actualización del recurso bibliográfico, una reestructuración espacial y mayor publicidad.

✓ El Centro de Documentación se diferencia de los demás centros principalmente por dos aspectos: el contenido y sus servicios pues constituye el único Centro de Documentación que ofrece información especializada en seguros, salud ocupacional, riesgos del trabajo y afines, a nivel nacional e internacional.

✓ Los tres medios más importantes utilizados por los funcionarios para enterarse del material bibliográfico nuevo son por medio del correo electrónico, visitando el Centro y comunicación escrita o boletines.

✓ El Centro de Documentación no cuenta con un plan de mercadeo que permita el crecimiento del mercado de funcionarios que utilizan el centro y sus servicios.

✓ El precio de los servicios de información es una variable poco importante para los funcionarios del INS ya que el Centro de Documentación ofrece sus servicios de forma gratuita.

✓ La estrategia propuesta para que el Centro de Documentación logre posicionarse en la mente de los funcionarios es la estrategia de promoción. Para su desarrollo se elaboraron medios de promoción generales que permitan dar a conocer el Centro de una forma global, como por ejemplo la definición del logo, el diseños de la página web, elaboración del banner informativo, brochures impresos y electrónicos, entre otros. Además se diseñaron medios de promoción para cada uno de los servicios brindados por el Centro y su

respectiva descripción.

## **6.2 Recomendaciones**

Una vez dadas las conclusiones finales de la presente investigación y tomando en consideración la información recopilada y la propuesta plantada, se le recomienda al Centro de Documentación del INS las siguientes acciones:

- ✓ Es necesario aplicar las sugerencias planteadas en cada una de las estrategias, las cuales están orientadas a fortalecerlo para alcanzar los objetivos del mismo. También resulta necesario motivar a los funcionarios del INS para que utilicen el Centro de Documentación y este logre permanecer y consolidarse dentro del INS.
  
- ✓ Ante la ausencia de un plan de promoción y difusión de los servicios que brinda el Centro, es conveniente que la coordinadora del Centro en colaboración del Departamento de Mercadeo del INS desarrollen la propuesta planteada porque se fundamenta en alcanzar el mayor uso del Centro de Documentación.
  
- ✓ El INS debe resaltar los atributos del Centro de Documentación, dado que representa una señal positiva para el funcionario e indicar las ventajas que se pueden obtener. Para ello, se propone implementar las estrategias de promoción representadas en los diferentes medios de promoción y así impulsar su uso entre los funcionarios.
  
- ✓ Para proyectar una nueva apariencia del Centro de Documentación, de sus servicios, y atraer la atención de los funcionarios, se sugiere implementar la propuesta del plan de promoción y difusión que incluye los siguientes medios de difusión: diseño del sitio Web, diseño de diversos boletines electrónicos, impartir capacitaciones de los servicios ofrecidos, diseño del logo que identifique el Centro, entre otros.

- ✓ El Centro de Documentación requiere tener presencia dentro del INS para que los funcionarios lo conozcan, por lo tanto, es fundamental que el Centro ofrezca sus servicios en posiciones estratégicas dentro del edificio del INS, utilizando material publicitario para atraer a los funcionarios y posibilitar la reacción de uso.
  
- ✓ Se sugiere que el Centro de Documentación ponga en práctica los mecanismos de evaluación y control, para coordinar eficientemente los recursos y los resultados obtenidos cada vez que se pongan en práctica las estrategias de promoción.
  
- ✓ Se recomienda desarrollar a través del plan de promoción y difusión propuesto, la nueva imagen del Centro de Documentación del INS que lo posicione como el Centro especializado en seguros por los servicios que ofrece.
  
- ✓ Se recomienda adquirir algunas bases de datos interdisciplinarias que permitan acceder libros en diversas áreas del conocimiento a texto completo, algunos ejemplos de este tipo de bases de datos son: e-libro que es interdisciplinaria, EBSCOhost: Business Source Complete especializada en las áreas de ciencias económicas y ciencias administrativas, ProQuest abarca el área de negocios, finanzas, economía, entre otras.
  
- ✓ El Centro de Documentación del INS, al ser un Centro sin fines de lucro, requiere centrar sus esfuerzos en obtener donativos de la institución que le permitan desarrollar planes de mercadeo para sus servicios.
  
- ✓ El Centro de Documentación para promocionar sus servicios debe implementar un boletín de reporte de prensa en donde se mencionen algunas noticias importantes acerca del INS, por medios electrónicos como el correo electrónico o la intranet.

✓ Se recomienda establecer consorcios con diversas instituciones que traten áreas afines que permitan enriquecer el conocimiento e intercambio de información.

## Referencias Bibliográficas

- Alpízar, S. (1992). El usuario, sus necesidades y los servicios de información. San José, C.R.: ILANUD.
- Arellano, R. (2000). Marketing: enfoque América Latina. México: Mc Graw-Hill.
- Báez Sánchez, L. (2007). La Gestión de información para el desarrollo de productos informativos con alto valor agregado. Extraído el 14 de diciembre de 2009 desde <http://www.congreso-info.cu>
- Barrantes, R. (2000). Investigación: un camino al conocimiento. San José: EUNED.
- Barrera, E. (1998). Mercadeo de Servicios de Información. Medellín: Universidad de Antioquia; COLCIENCIAS.
- Burk, M. (2004). El plan de marketing: guía de referencia. España: Pearson Educación.
- Cobra, M. (2000). Marketing de servicios. (2ª. Ed). México: MC Graw –Hill.
- Cohen, D. (2005). Sistemas de información para los negocios. (4ª. Ed). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Córdoba, S. (1996). Estudiando las necesidades del usuario a partir de su práctica. Revista AIBDA, 17(2), 11.
- Czinkota, M. (2001). Administración de la mercadotecnia. México: International Thomson Editores.
- Guinchat, C y Menov, M. (1990). Introducción general a las ciencias y técnicas de la información y documentación. Madrid: UNESCO.
- Hernández, R, Fernández, C., Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. (8ª.Ed). México: McGraw-Hill.

- Herra, S. (1999). El mercadeo como instrumento estratégico en las empresas de servicio. Acta académica, 24, 111.
- Instituto Nacional de Seguros (1995). Plan Estratégico Institucional 1995-2005. San José: Imprenta I.N.S.
- Instituto Nacional de Seguros. Centro de Documentación e Información. Obtenido el día 10 de Marzo del 2009 desde <http://www.ins-cr.com>
- Jaramillo G., L. (2006). Los centros de documentación en ciencia y tecnología como portales de conocimiento. Extraído de 09 de octubre del 2013 desde: [http://ascolbi.org/eventos/congreso\\_2006/documentos/ascolbi\\_congreso\\_2006\\_ponencia\\_leidy\\_johana\\_jaramillo.pdf](http://ascolbi.org/eventos/congreso_2006/documentos/ascolbi_congreso_2006_ponencia_leidy_johana_jaramillo.pdf)
- Kotler, P. (2004). El marketing de servicios profesionales. México: PAIDOS.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). Fundamentos de marketing. (8ª. Ed). México: Pearson Educación.
- Lamb, Ch., Hair, J., Mc Daniel, C. (2006). Marketing. (8ª. Ed). México: Thomson Editores, S.A.
- Laudon, K y Laudon, J. (2004). Sistemas de información gerencial: administración de la empresa digital. (10ª. Ed). México: Pearson Educación.
- Ley de creación del Instituto Nacional de Seguros (No. 12), del 30 de Octubre de 1924.
- López, J. (2004). Diccionario enciclopédico de Ciencias de la Información. Madrid: Editorial Síntesis.
- Lovelock, C. (1997). Mercadotecnia de servicios. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Marín, L. et al. (1998). El mundo en hechos y cifras: la industria de la información. La Habana: IDICT.

- O' Brien, J. (2001). *Sistemas de información gerencial: manejo de la tecnología de información en la empresa interconectada en red.* (4ª. Ed). Bogotá: McGraw-Hill.
- Orna, E. (2001). Information products revisited. *International Journal of Information Management*, 21, 301-316.
- Pineda, J. (2000). El rol del bibliotecólogo en la sociedad de la información. Extraído el 15 de setiembre de 2011 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/161/16106402.pdf>
- Portela, P. La certificación de profesionales de la información y la documentación: experiencias internacionales y propuesta española. Extraído el 26 de abril de 2011 desde: <http://www.sedic.es/artcert.pdf>
- Ramírez, H. et al. (2008). Los servicios de información: un acercamiento a su evolución. *Ciencias de la Información*, 39(2), 31.
- Ramos, L.F. (1995). *Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales.* Madrid: Editorial Síntesis.
- Sánchez, G. (2005). La evaluación de Bibliotecas Universitarias: una estrategia metodológica. *Bibliotecas & Tecnologías de la Información*, 2(3), 13.
- Sánchez V., E. (2007). Servicio de información: políticas de información en un entorno de cambios. Extraído el 09 de octubre del 2013 desde: <http://eprints.rclis.org/17144/1/ics17p97-119.pdf>
- Senn, J. (2000). *Sistemas de información para la administración.* Argentina: Grupo Editorial Iberoamericana.
- SIABUC. Extraído el 10 de octubre del 2013 desde: Obtenido en la red mundial en: [http://siabuc.ucol.mx/que\\_es.html](http://siabuc.ucol.mx/que_es.html).

Suárez y Alonso, Ramón Carlos. (2007). Tecnologías de la información y comunicación: introducción a los sistemas de información y de telecomunicación. Extraído de 09 de octubre del 2013 desde:

[http://www.ideaspropiaseditorial.com/documentos\\_web/documentos/978-84-9839-091-9.pdf](http://www.ideaspropiaseditorial.com/documentos_web/documentos/978-84-9839-091-9.pdf)

UNESCO (2001). Organismos regionales e internacionales: IFLA aprueba los nuevos principios y lineamientos para los préstamos internacionales y la distribución de documentos. INFOLAC 14(3), 23.

Vargas, A. y Quesada, E. (1994). Diagnóstico de la situación actual del Centro de Documentación e Información BIODOC. Tesis de licenciatura en Bibliotecología y Ciencias de la Información no publicada. Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

## **ANEXOS**

## **Anexo 1. Encuesta.**

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### **Cuestionario #1**

#### **Encuesta dirigida al personal del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros para conocer el uso y manejo de los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros.**

##### **Introducción.**

La presente encuesta tiene como objeto primordial conocer el estado actual del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros (INS), diagnosticar la demanda de los servicios de información e identificar las principales necesidades y limitaciones al utilizar los servicios.

Con la información recopilada se pretende formular un plan de promoción y difusión de los servicios de información que ofrece el Centro de Documentación basado en los requerimientos del usuario.

**Nota:** Los datos que usted suministre serán estrictamente confidenciales y de gran valor para llevar a cabo dicha propuesta. Le ruego contestar las preguntas de la manera más objetiva posible.

Gracias por su colaboración.

## **A. Datos personales**

1. Sexo: 1. Femenino 2. Masculino
2. Nacionalidad: 1. Costarricense 2. Nicaragüense 3. Colombiano 4. Otra:  
\_\_\_\_\_
3. Grado académico:
  1. Primaria
  2. Secundaria
  3. Bachillerato Universitario
  4. Licenciatura
  5. Maestría
  6. Otro:(Especifique) \_\_\_\_\_
4. Departamento donde labora: \_\_\_\_\_

## **B. Conocimiento del Centro de Documentación**

5. ¿Conoce el Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros?
  1. Sí (Pase a la pregunta #8)
  2. No
6. ¿Cuál considera es el principal motivo por el cual no conoce el Centro de Documentación del INS?
  1. Falta de Información
  2. Ubicación geográfica
  3. Horario
  4. Desinterés
  5. Otros. Justifique: \_\_\_\_\_
7. ¿Qué servicios le gustaría obtener del Centro de Documentación del INS?
  1. Préstamo a sala y domicilio.
  2. Préstamo Interbibliotecario.
  3. Servicio de referencia.
  4. Consultas telefónicas.
  5. Búsquedas en la Base de Datos Master Lex.
  6. Búsquedas bibliográficas especializadas.
  7. Búsqueda en Internet de Leyes y reglamentos.
  8. Servicio de fotocopiado.

9. Servicio de resumen gacetario y boletín Judicial.
10. Servicio de alerta.
11. Elaboración de bibliografías.
12. Uso del catálogo en línea.
13. Expositor de periódicos.
14. Servicio audiovisual.
15. Otro: \_\_\_\_\_

### C. Servicios de Información

8. ¿Conoce los servicios que este Centro ofrece?

1. Sí                                 2. No

9. De los siguientes servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS, ¿Cuáles ha utilizado y su frecuencia?

Servicios		Frecuencia				
		1. Siempre	2. Casi siempre	3. A veces	4. Casi nunca	5. Nunca
1.	Préstamo a sala y domicilio					
2.	Préstamo Interbibliotecario					
3.	Servicio de referencia					
4.	Consultas telefónicas					
5.	Búsquedas en la Base de Datos Master Lex					
6.	Búsquedas bibliográficas especializadas					
7.	Búsqueda en Internet de Leyes y reglamentos					
8.	Servicio de fotocopiado					
9.	Servicio de resumen gacetario y boletín Judicial					
10.	Servicio de diseminación selectiva de información					
11.	Base de datos de la comunidad del conocimiento					
12.	Servicio de nuevas adquisiciones					
13.	Consulta de periódicos					
14.	Servicio audiovisual					

10. ¿Qué servicios aparte de los ya existentes considera de importancia para satisfacer su demanda de información?

1. Boletín Bibliográfico (Listado de documentos existentes en el Centro de Documentación)
2. Bases de datos Internacionales en línea y en CD-ROM especializadas en Ciencias administrativas, Informática, Seguridad Social, Bomberos, Seguros Seguridad Ocupacional.
3. Orientación (en el uso de los recursos y servicios que se brindan).
4. Catálogos de Bases de Datos en línea.
5. Otro. Especifique: \_\_\_\_\_

11. ¿Utiliza la Base de Datos del Centro de Documentación del INS para localizar la información?

1. Sí
2. No

12. ¿A través de qué medios se entera del nuevo material que ingresa al Centro de Documentación del INS?

1. Por comunicación escrita
2. Por correo electrónico
3. Por vitrinas o boletines
4. Visitando el Centro
5. Por medio del Sitio Web del Centro
6. No se entera
7. Otro. Especifique: \_\_\_\_\_

13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al uso de los servicios que brinda el Centro de Documentación del INS?

1. Satisfecho
2. Ni satisfecho/ni insatisfecho
3. Insatisfecho

14. ¿Encuentra en el Centro de Documentación del INS la información que requiere?

1. Siempre
2. Casi siempre
3. A veces
4. Casi nunca
5. Nunca

15. La calidad de la información que recibe para satisfacer su necesidad de información es:

1. Excelente
2. Muy Buena
3. Buena
4. Regular
5. Mala
6. Muy mala

16. ¿Cuál es la visión que usted tiene sobre el Centro de Documentación del INS?

- 1. Excelente
- 2. Buena
- 3. Regular
- 4. Mala

### III Parte. Necesidades de Información

17. ¿Con que frecuencia visita el Centro de Documentación del INS?

- 1. No lo visita
- 2. De 4-5 veces por semana
- 3. De 3-2 veces por semana
- 4. Siempre

18. ¿En cuales idiomas prefiere la información (Indique el orden de prioridad)?

Idioma	Prioridad		
1. Español	1	2	3
2. Inglés	1	2	3
3. Francés	1	2	3
4. Ruso	1	2	3
5. Alemán	1	2	3
6. Italiano	1	2	3
7. Otro	1	2	3

19. ¿En qué formato desea la información?

- 1. Soporte impreso
- 2. Soporte electrónico

20. ¿Con qué periodicidad requiere la información actualizada para sus investigaciones?

- 1. Semanal
- 2. Mensual
- 3. Semestral
- 4. Anual

21. ¿Cuál es la finalidad en cuanto al uso de los servicios que brinda el Centro de Documentación del INS?

- 1. Investigación
- 2. Estudio
- 3. Entretenimiento
- 4. Actividad profesional
- 5. Otro: \_\_\_\_\_

22. Indique, ¿Cuáles son los temas de interés sobre los cuales usted necesita información para desempeñar su trabajo?

1. Ciencias administrativas
2. Seguros
3. Seguridad Ocupacional
4. Informática
5. Seguridad Social.
6. Bomberos
7. Otro: \_\_\_\_\_

23. ¿Cuál método utiliza para tener acceso a la información disponible en el Centro de Documentación del INS?

1. Búsqueda en catálogos
2. Búsqueda en Internet
3. Localización en el estante
4. Consulta al Bibliotecólogo(a)
5. Otro: \_\_\_\_\_

24. En términos generales, su demanda en cuanto a los servicios que brinda el Centro es:

1. Alta
2. Media
3. Baja

#### **IV Parte. Limitaciones del usuario**

25. ¿Cuáles de las siguientes alternativas considera como limitantes al hacer uso de los servicios que brinda el Centro?

1. Costo
2. Idioma
3. Carencia de equipo tecnológico
4. Desconocimiento de las fuentes de información
5. Desconocimiento de los servicios y productos de información
6. Otro: \_\_\_\_\_

26. ¿Qué opina acerca de la ubicación geográfica del Centro de Documentación del INS?

1. Accesible
2. Ni accesible/ Ni inaccesible
3. Inaccesible

27. Considera usted que el horario de atención del Centro de Documentación del INS es:

1. Adecuado
2. Ni adecuado/ Ni inadecuado
3. Inadecuado

28. ¿Que opina acerca de los servicios que ofrece el Centro de Documentación del INS?

- |               |              |
|---------------|--------------|
| 1. Excelente  | 4. Regulares |
| 2. Muy Buenos | 5. Malos     |
| 3. Buenos     | 6. Muy malos |

29. ¿Cuáles de los siguientes materiales bibliográficos utiliza con más frecuencia?

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| 1. Libros     | 5. Material audiovisual  |
| 2. Periódicos | 6. Literatura recreativa |
| 3. Revistas   | 7. No los utiliza        |
| 4. Tesis      |                          |

### **V Parte. Posicionamiento del Centro de Documentación**

30. ¿Qué percepción tiene usted del Centro de Documentación del INS como fuente de información?

- |              |             |
|--------------|-------------|
| 1. Excelente | 3. Regular  |
| 2. Muy Buena | 4. Mala     |
| 3. Buena     | 6. Muy Mala |

31. Indique cualquier sugerencia que considere pertinente.

---

---

---

**Muchas Gracias**

## **Anexo 2. Guía de entrevista.**

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### **Guía de entrevista en profundidad #1**

#### **Entrevista dirigida al personal del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros**

El objetivo de esta entrevista es conocer el estado actual de los servicios de información que ofrece el Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros (INS), así como la demanda y el posicionamiento del Centro.

#### **A. Información general.**

1. Fecha:
2. Nombre del Entrevistado:
3. Sexo:    1. Femenino    2. Masculino
4. Profesión u oficio:

#### **B. Centro de Documentación**

1. Organigrama.
2. Programa de trabajo o proyecciones a futuro.
3. Estadísticas y con qué periodicidad.
4. Presupuesto y cómo se distribuye.
5. Personal.

### **C. Servicios de Información del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros**

1. Nombre del servicio.
2. En qué consiste.
3. A quién se dirigen.
4. Frecuencia de uso.
5. Área temática.
6. Nivel de satisfacción.

### **D. Necesidades de Información del usuario.**

1. Áreas temáticas de interés.
2. Servicios de información.
3. Productos de información.
4. Atención brindada.
5. Frecuencia de uso.
6. Acceso a la información.
7. Finalidad de la información.
8. Formato de la información.
9. Periodicidad.
10. Nivel de satisfacción.
11. Idioma de la información.
12. Recursos disponibles.
13. Capacitación al usuario en el uso de los servicios.
14. Actualización de la información.

### **E. Demanda de información**

1. Temas de interés.
2. Periodicidad de uso de los servicios.

## **F. Limitaciones en cuanto al uso de la información**

1. Idioma.
2. Tecnología.
3. Fuentes de información.
4. Servicios de información.
5. Productos de información.
6. Costos.
7. Ubicación.
8. Acceso.
9. Horario.

## **G. Posicionamiento del Centro de Documentación del INS**

1. Conocimiento del Centro en el Nivel Nacional.

**Muchas Gracias**

## Anexo 3. Guía de Observación

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### Observación aplicada a los usuarios del Centro de Documentación mientras utilizan los servicios

**Objetivo:** La observación tiene como objetivo obtener información sobre el estado actual de los servicios y productos de información que ofrecen Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros, además de determinar la demanda de dichos servicios y productos.

**Fecha:**

**Hora de Inicio:**

**Lugar:**

**Hora de finalización:**

**Observador:**

**Episodio:** Desde que el usuario ingresa al Centro de Documentación hasta que se retira.

1. Sección del Centro de Documentación a la que se dirige primero:
2. Servicios que solicita:
3. De cual servicio hace uso:
4. Sección a la que se dirige después:
5. Servicio que solicita:
6. Tiempo de estancia en sección del Centro de documentación:
7. Tiempo de estancia en el Centro de documentación:
8. Descripción de la experiencia de utilizar servicios de información.
9. Sugerencias:

## Anexo 4. Análisis FODA del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### Matriz #1

#### Evaluación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas y Riesgos del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros

**Objetivo:** Realizar un análisis FODA del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros en relación a los servicios y productos que ofrece.

Aspectos	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Recurso Tecnológico				
Recurso Humano				
Recurso Económico				
Recurso Bibliográfico				
Infraestructura Física				
Servicios				

## **Anexo 5. Entrevista dirigida a los funcionarios del Instituto Nacional de Seguros**

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### **Guía de Entrevista**

#### **Entrevista a 10 funcionarios del Instituto Nacional de Seguros**

**Objetivo:** Conocer las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros, además de proponer la planeación estratégica del Centro.

#### **A. Información general**

1. Fecha
2. Nombre del entrevistado
3. Sexo: F( ) M( )
4. Profesión u oficio

#### **B. Preguntas generadoras**

1. ¿Cuáles consideran son las principales debilidades y amenazas del Centro de Documentación?
2. ¿Cuáles considera son las principales fortalezas y oportunidades del Centro de Documentación?
3. ¿Cuál es la misión del Centro de Documentación?
4. ¿Conocen ustedes los objetivos del Centro de Documentación? ¿Cuáles son?
5. ¿Cuáles consideran ustedes serían las principales metas del Centro de Documentación?
6. ¿Consideran ustedes que se está promocionando el Centro de Documentación?
7. ¿Cuáles estrategias se utilizan o deberían utilizarse para promocionar el Centro de Documentación?
8. ¿Conocen las políticas existentes en cuanto a servicios se refiere?

9. ¿Conocen el cronograma de actividades del Centro de Documentación?
10. ¿Quién asigna el presupuesto con que cuenta el Centro de Documentación y, cómo lo hace?

**Muchas gracias!**

## Anexo 6. Segmentación del mercado

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### Matriz # 2

#### Segmentación del mercado

**Objetivo:** Segmentar el mercado para determinar el mercado meta al cual se dirige el plan de mercadeo

<b>Mercado</b>	
<b>Tamaño de la población</b>	
<b>Productos de interés</b>	
<b>Servicios de interés</b>	
<b>Interesados de la población</b>	
<b>Características de los interesados</b>	
<b>Necesidades de Información</b>	
<b>Ocupación de los Interesados</b>	

## Anexo 7. Definición de la estrategia del mercado.

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### Matriz #3

#### Definición de la estrategia del mercado

**Objetivo:** Definir la estrategia de mercado para el Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros. (Servicio, costo, plaza y promoción).

Factor	Actividad	Recurso	Responsable	Plazo
Servicio				
Costo				
Plaza				
Promoción				
Calidad del servicio				

## Anexo 8. Recursos

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### Matriz # 4

#### Recursos necesarios para brindar servicios de calidad

**Objetivo:** Identificar los recursos necesarios para ofrecer los diferentes servicios.

Recurso	Requerimiento
Recursos Documentales	
Recurso Físico	
Recurso Tecnológico	
Recurso Humano	
Recurso Económico	

## **Anexo 9. Plan para promover y difundir los servicios y productos de información del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros**

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### **Matriz # 5**

#### **Plan para promover y difundir los servicios de información del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros**

**Objetivo:** Elaborar un plan para promover y difundir los servicios de información del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros.

<b>Criterios</b>	
<b>Misión</b>	
<b>Objetivos</b>	
<b>Metas</b>	
<b>Mercado</b>	
<b>Servicios</b>	
<b>Estrategias</b>	
<b>Políticas</b>	
<b>Recursos</b>	
<b>Cronograma</b>	
<b>Actividades</b>	

## Anexo 10. Evaluación de la estrategia

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información.

“Plan para promover y difundir los servicios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros”.

Rocío Burgos Camacho

### Matriz # 6

#### Mecanismos de Evaluación de la estrategia

**Objetivo:** Establecer los mecanismos de evaluación de la estrategia.

<b>Aspectos por considerar</b>	<b>Definición</b>
<b>Control Anual</b>	
<b>Funciones</b>	
<b>Recursos</b>	
<b>Costos</b>	
<b>Tiempo</b>	

## **Anexo 11. Metodología utilizada para seleccionar el tamaño de la muestra del número de usuarios del Centro de Documentación del Instituto Nacional de Seguros**

Para obtener la opinión de los usuarios del Centro de Documentación, se presenta el problema de que existe una gran cantidad de usuarios que conforman esta población bajo estudio, adicionalmente el evaluar a todos implica un alto costo y gran utilización del factor tiempo si se consultaran a todos los elementos que componen la población bajo estudio.

Para obtener la opinión de los usuarios, en nuestro caso, se debe revisar solamente una parte de la población, que minimiza el costo y el tiempo, para un determinado error tolerable, por lo que es necesario el muestreo estadístico.

### **Objetivo:**

Este análisis se orienta a determinar el tamaño de una muestra en una población finita relativamente grande y a cuyos elementos seleccionados se les aplicará un cuestionario por medio de entrevista, con el propósito de conocer el nivel de conocimiento del Centro de Documentación del INS y la satisfacción que tienen de los servicios y productos ofrecidos por el Centro de Documentación.

### **Definición de la población:**

La población bajo estudio está formada por aproximadamente 1.800 usuario. Esta información fue suministrada por el Centro de Documentación e Información del Instituto Nacional de Seguros.

## **Determinación del tamaño de la muestra:**

Para determinar el tamaño de la muestra, se deben considerar los siguientes aspectos:

- a. Estimación del valor de la variabilidad de la población (variancia o desviación estándar)
- b. Determinación del nivel de confianza (valor de "z").
- c. Error de precisión permitido ("d").
- d. Análisis de la población.
- e. Cálculo del tamaño de la muestra.

### **a. Estimación del valor de la variabilidad de la población**

En el campo estadístico, al no tener experiencia ni conocimiento del comportamiento de la población bajo estudio, se tomó como supuesto básico el realizar una muestra piloto para consultar si los funcionarios del INS conocen el Centro de Documentación y los servicios y productos ofrecidos por el Centro, obteniendo que el 58% de ellos conocen el Centro de Documentación, mientras que el 42% no lo conocen. Cabe destacar, que este criterio es solamente un supuesto estadístico para determinar el tamaño de muestra.

Simbólicamente tenemos entonces que  $P: 0.50$  mientras que  $Q: 0.25$  para aplicar en la fórmula estadística.

### **b. Estimación del nivel de confianza**

Los estadísticos tradicionalmente para la estimación de un tamaño de muestra trabajan con niveles de confianza del 90%, 95% y 99%.

El nivel de confianza escogido depende primero de las consecuencias que se tendrían en caso de que la inferencia o resultados de la muestra en relación con el resultado final de todos los elementos de la población; estuvieran equivocados. Si una inferencia incorrecta pudiera traer consigo consecuencias importantes, el investigador podría optar por un nivel de confianza del 99%. Si las consecuencias de la inferencia, en caso de estar equivocada, no fueran serias, él podría optar por un nivel de confianza del 90%.

Para nuestro caso, nos ajustamos a un nivel de confianza medio de los anteriormente citados, el cual es del 95%. El valor normal estándar "**z**" para el nivel de confianza del 95% es de 1.96, bajo el supuesto de que la población bajo estudio se distribuye normalmente.

**c. Error de precisión ("d")**

La precisión deseada se puede establecer, al definir la cantidad de error tolerable en las estimaciones de la muestra, o bien, en los resultados de la muestra.

Esta es otra variable que se incluye en el cálculo del tamaño de muestra y que se define como el porcentaje adicional aditivo, con que se estaría de acuerdo en aceptar la estimación. Si el límite de precisión es fijo, únicamente se podrá obtener el factor de riesgo manipulando el nivel de confianza.

Para estos estudios, se recomienda un error de precisión del 5%.

**d. Análisis de la población**

Como se indicó anteriormente la población está compuesta por 1.800 usuarios. La cual se considera una población relativamente grande

e. **Cálculo del tamaño de la muestra**

Definimos el tamaño de muestra de la siguiente manera:

$$n_o = \left( \frac{z^* \sqrt{P^*Q}}{d} \right)^2 = \frac{z^{2*}P^*Q}{d^2}$$

1

Aplicando posteriormente el factor de corrección, cuando se tienen poblaciones finitas, se tiene:

0

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Considerando los valores para cada una de las variables que se presentan en la fórmula anterior, tenemos como tamaño de usuarios.

$$n_o = \left( \frac{1.96 * \sqrt{0.58 * 0.42}}{0.05} \right)^2 = \frac{1.96^2 * 0.58 * 0.42}{0.05^2} = 350_2$$

Al aplicar el factor de corrección por ser una población finita, se obtiene:

$$n = \frac{350}{1 + \frac{350}{1800}} = 293$$

La selección de los usuarios se realizará en forma aleatoria, utilizando el muestreo en los distintos departamentos del Instituto Nacional de Seguros. Se recomienda seleccionar a 300 usuarios para evitar o poder sustituir cuestionarios que tengan alguna inconsistencia.

**Anexo 12. Separadores propuestos para el Centro de Documentación del INS**

## "La información te asegura"...

A su disposición se encuentran los siguientes servicios:

- \*Búsquedas Bibliográficas Especializadas.
- \*Búsquedas en Internet de Leyes y Reglamentos.
- \* Base de Datos de la Comunidad del Conocimiento.



Contáctenos: [biblioteca@ins-cr.com](mailto:biblioteca@ins-cr.com)

## "Si saber es tu deber, aprender es tu quehacer".

Le ofrecemos nuestros servicios:

- \*Préstamo a sala y domicilio.
- \*Préstamo Interbibliotecario.
- \*Servicio de Referencia.
- \*Búsquedas Bibliográficas Especializadas.
- \*Búsqueda en Internet de Leyes y Reglamentos.
- \*Servicio de Fotocopiado.
- \*Servicio de Consultas de Periódicos.
- \*Servicio de Nuevas Adquisiciones.
- \*Diseminación Selectiva de Información.
- \*Servicio Audiovisual.



Contáctenos: [biblioteca@ins-cr.com](mailto:biblioteca@ins-cr.com)

## Misión CDINS

Desarrollar y promover servicios de información con el objetivo de satisfacer las necesidades y demandas de información de los clientes internos y externos del INS, brindando servicios personalizados y valore de excelencia para asegurar la calidad en el servicio.



Contáctenos: [biblioteca@ins-cr.com](mailto:biblioteca@ins-cr.com)

**Anexo 13. Brochure informativo propuesto para el Centro de Documentación del INS**

**CENTRO DE DOCUMENTACIÓN**  
**INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**



**San José, Costa Rica**

**Anexo 14. Boletín informativo propuesto para el Centro de Documentación del INS**



Nuestro objetivo es...

Satisfacer su necesidad de información...

# BOLETÍN INFORMATIVO

## CENTRO DE DOCUMENTACIÓN

No. 1 Enero-Marzo 2015

CONTÁCTENOS:

Estamos para servirle...



[biblioteca@ins-cr.com](mailto:biblioteca@ins-cr.com)  
Tel. 2287-6000  
ext. 2255

