

LA COMERCIALIZACION DE LOS SERVICIOS DE INFORMACION Y DOCUMENTACION EN INGENIERIA SANITARIA Y CIENCIAS DEL AMBIENTE**

Orlando Arboleda-Sepúlveda *

Se aborda el problema de la comercialización o "marketing" de los servicios de información y documentación en América Latina y se enfatiza en las acciones desarrolladas en este sentido por el Centro Coordinador de la Red Panamericana de Información y Documentación en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (REPIDISCA).

INTRODUCCION

El tema del "Marketing" o de la comercialización de los servicios de información y documentación, a pesar de su tremenda importancia en la época actual ha sido insuficientemente tratado en nuestra región. Esto puede observarse en la escasez de literatura sobre el tema. A nivel de los sistemas de información, este aspecto sólo se ha tratado en forma introductoria en dos reuniones. Una en 1978, durante una Reunión Iberoamericana en Madrid⁽¹²⁾ y otra, dentro de la 12ª Mesa Redonda del Sistema *Agrinter* en 1981 en República Dominicana⁽⁶⁾.

La falta de personal capacitado y la forma asistemática en que se aplican las técnicas de comercialización en el área de la información se explicaría, entre otras, por las siguientes razones:

— Los responsables de las bibliotecas especializadas y de los cen-

* Gerente REPIDISCA : Red Panamericana de Información y Documentación en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente.

** Grupo de trabajo sobre la capacitación de usuarios y la comercialización de los servicios de información (REPIDISCA). 25-29 de noviembre de 1985. Lima, Perú.

tros de documentación e información en nuestros países, parten del supuesto firmemente arraigado, de que la información es un elemento cuya utilidad e indispensabilidad nadie va a cuestionar.

Este supuesto conduce a conclusiones alejadas de la realidad. Por ejemplo, se piensa que todo estudiante universitario, profesor, investigador o profesional, autoridades a nivel de toma de decisiones, planificadores, etc., conocen y realmente utilizan los servicios bibliotecarios y de información.

Afortunadamente algunos especialistas en bibliotecología y ciencia de la información en nuestra región, se han dado cuenta que este puesto es nada más que una ilusión y que es necesario promover la capacitación y aplicar técnicas de comercialización en el ofrecimiento de los servicios de información y documentación

- Otra de las razones de la escasa aplicación del marketing en estos servicios es el hecho de que las bibliotecas y centros especializados de documentación, dependen por lo general de instituciones oficiales, no lucrativas. Tales instituciones, por lo general burocratizadas, difícilmente apoyan un plan de comercialización de sus productos y servicios y mucho menos estarían dispuestas a facilitar y a financiar actividades de promoción y comercialización.

La miopía en la mercadotecnia tal como lo apreció Levitt⁽¹⁵⁾ hace 25 años, en un ambiente empresarial sigue teniendo vigencia aún en nuestros días. Se diría que un porcentaje muy significativo de los responsables de los servicios de información y documentación, no han podido definir la naturaleza de su actividad, no han sabido orientar sus funciones, ni tampoco han logrado plantear correctamente sus objetivos.

Muchos encaminan todos sus esfuerzos y recursos a la adquisición y procesamiento de libros y revistas; otros se apasionan por el establecimiento de sistemas automatizados: algunos invierten demasiado tiempo y recursos en la microrreproducción y la reprografía; otros tantos están más interesados en las telecomunicaciones que en el verdadero objetivo que es la transferencia de información a los usuarios.

En las bases anteriores se olvida el enfoque de sistema aplicado a los servicios de información. Un pensamiento y acción integral de esos componentes sería lo indicado. Sin embargo, por lo general no se trabaja así en nuestros países.

Siendo esta la situación sería inapropiado esperar que el establecimiento y operación de los servicios de información pudieran enmarcarse dentro del concepto y las técnicas de comercialización, puesto que se deja a un lado la esencia y la naturaleza de su "negocio".

El "negocio" de un sistema o servicio de información especializada, no es la compra de libros y revistas, ni el manejo de computadores, ni la reproducción de documentos, ni la producción de microfichas. Su negocio es el apoyo a los objetivos de las instituciones y de la comunidad con información de calidad que satisfaga las necesidades, deseos y demandas tanto individuales como institucionales.

El presente Grupo de Trabajo de la REPIDISCA es el primero en América Latina que se dedica por entero a tratar el asunto en forma concreta y a proponer acciones de seguimiento dentro del plan de desarrollo de la Red Regional. La idea de realizar este Grupo de Trabajo resultó como una continuidad natural de proyectos relacionados con el acceso a las fuentes de información coauspiciados y llevados a cabo conjuntamente por la Unesco/PGI y la OPS/CEPIS.

No se podría seguir adelante con el desarrollo del tema sin causar confusión si antes no se explican algunos términos fundamentales, tales como la operatividad de una red de información y el concepto aplicado de la comercialización de los servicios y productos de una red o sistema de información.

El *concepto de Red* implica que cada componente, centro cooperante o centro coordinador, desempeña un papel activo en el desarrollo y operación de toda la Red o sistema de información. Todos los miembros se mantendrán comunicados y plenamente informados. Todos participarán de alguna manera en la toma de decisiones a diferentes niveles, tanto en ajustes estructurales como coyunturales de la Red y sus servicios. El enfoque de Red significa también que no es una empresa puramente económica, técnica o de servicio sino una institución social en cuyo funcionamiento y supervivencia todos los miembros participan activamente y por tal razón se sienten vivamente interesados y comprometidos.

Una organización regional o nacional así entendida puede permanecer firme y activa aún dentro de ambientes cambiantes tanto en áreas técnicas como administrativas y aun económicas.

Una participación activa implica que los intereses de la comunidad de los diferentes grupos de usuarios son aún más importantes que los aspectos técnicos y operativos de la Red.

El *concepto del mercadeo* dentro del Proyecto Regional de la REPIDISCA ha sido tomado en consideración en sus diferentes fases de planeamiento, diseño y operatividad con incidencia en todos los componentes de la Red. En aras de una mayor claridad en el desarrollo de la exposición conviene elaborar una definición del concepto de mercadeo o "marketing" con base en las diferentes acepciones encontradas en la literatura profesional. La que se adapta más al ambiente de los servicios de información es la presentada por Kotler⁽¹⁴⁾, la cual se podría reajustar en la siguiente forma:

"Una de las ciencias sociales aplicadas cuyo interés principal es el manejo del intercambio de relaciones entre personas o instituciones que suministran productos o servicios (productores o proveedores) y sus clientes actuales o potenciales (consumidores o usuarios). Se interesa por la optimización de la calidad de esas relaciones de intercambio entre proveedor y usuario mediante una armonización de las capacidades y recursos del proveedor con las necesidades expresadas o no del usuario. El principio central en el cual descansa la aplicación de las técnicas del "marketing" es pues, el de que los beneficios para el usuario tienen prioridad frente a las ganancias del proveedor. El factor clave del proceso de mercadeo es su énfasis en la satisfacción de las necesidades de los diferentes grupos de usuarios. En este sentido hay una diferencia con la función de venta en un ambiente industrial, la cual tiene que ver prioritariamente con maximizar el provecho o las ganancias del proveedor o el productor".

Una vez aclarado el concepto de "marketing" o comercialización, será conveniente explicar que la presente exposición enfatizará en las acciones desarrolladas por el Centro Coordinador Regional de la Red. Con esto se anticipa que la intensidad o profundidad en que se han llevado a cabo acciones de comercialización ha sido relacionada con la disponibilidad de tiempo y recursos, frente al desarrollo de otras acciones propias del Centro Coordinador, relacionadas con el planeamiento, diseño, elaboración de instrumentos de trabajo y capacitación, cooperación técnica, etc. Acciones todas indispensables para la estructuración, puesta en marcha, operación y desarrollo de la Red Regional en su conjunto. A esta situación se añade el hecho de que los escasos cuatro años de operación son un período insuficiente para que una red sectorial de información en nuestra Región pueda haber alcanzado el grado de consolidación deseada. Se podría decir que la situación actual demanda aun un gran esfuerzo en promoción o convencimiento y de consolidación en el nivel institucional.

El Centro Coordinador Regional por lo tanto trabaja a un nivel macro, no pensando en la autosuficiencia y en el establecimiento de una red monolítica con una gran cabeza. Sino haciendo énfasis en la puesta en marcha, el crecimiento y el desarrollo de los centros y las redes nacionales.

El Centro Coordinador Regional desarrolla métodos, planes, estrategias e instrumentos de coordinación, transfiere resultados de la experimentación, promueve y ofrece apoyo técnico y capacitación en las instituciones cooperantes. Con estos antecedentes será más fácil explicar las cuatro áreas de la comercialización dentro de las cuales el Centro Coordinador Regional ha promovido y puesto en práctica sus actividades.

Para efectos metodológicos en la exposición del tema se han considerado de forma aislada los cuatro elementos de la comercialización tal como se ha tratado dentro del desarrollo y operación de la REPIDISCA. Sin embargo, los cuatro elementos en la práctica no se pueden concebir sino en una completa interacción e integración.

1. POBLACION DE USUARIOS

En este aspecto, en la fase de planeamiento, diseño y promoción de la Red^(17, 21) se hicieron amplios estudios a fin de identificar un perfil general de interés que sirviera de punto de partida para sucesivos reajustes en la orientación del sistema regional de información, atendiendo a las necesidades reales de los diferentes grupos de usuarios potenciales en los países. Este amplio perfil de interés se refleja en los criterios de selección de información de la Red, los cuales constituyen el marco de referencia para el proceso de diseño de perfiles de interés institucionales e individuales en el Centro Coordinador Regional y en los centros cooperantes⁽³⁾.

Estos primeros cuatro años de operación representan una fase de desarrollo y prueba del sistema en la atención a los usuarios mediante servicios automatizados y también con productos y servicios que se ofrecen en forma manual. Esto ha provocado que a partir del quinto año de operación se prevea el establecimiento en el Centro Coordinador Regional, de una nueva configuración automatizada propia; con una minicomputadora y varias microcomputadoras. En estas circunstancias, con una mayor autonomía en su operación e independencia en su manejo, será más factible el diseño y afinamiento

de servicios acordes con las necesidades de los diferentes grupos de usuarios, así como el establecimiento de un sistema gerencial de información para un manejo más apropiado de los recursos documentarios y de información.

Como correspondía en esta primera fase operativa de la Red, se han continuado haciendo estudios y sondeos informales entre diferentes grupos de usuarios tanto a nivel local como regional, a fin de lograr la retroalimentación de datos que permitan diseñar en su oportunidad, servicios que satisfagan con mayor propiedad las necesidades específicas de información bibliográfica y no bibliográfica^(7, 20).

Sin descuidar la atención a los usuarios individuales, se han concentrado esfuerzos en el estudio y desarrollo de mecanismos que permitan la satisfacción del grupo de los usuarios institucionales en su mayoría, integrada por las organizaciones patrocinadoras de los centros cooperantes de la Red.

No se puede pasar por alto la evidencia en nuestra Región de una escasa tradición en la utilización de las fuentes de información. Por tal motivo los estudios de usuarios y de uso de la información necesariamente serán una responsabilidad que descansa principalmente en las instituciones nacionales de la Red, cuyos resultados y recomendaciones deberán ser transferidos al Centro Coordinador Regional para ser tomados en cuenta en su programa de mejoramiento y creación de servicios y en sus planes de apoyo, cooperación técnica y participación en la capacitación de los usuarios.

2. DISEÑO Y OFRECIMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

El diseño y mejoramiento de los servicios y productos de información de carácter innovativo es un trabajo que se desarrolla estudiando la clientela, obteniendo la reacción de los usuarios, observando su comportamiento, analizando los servicios ofrecidos por sistemas similares en otros sectores, realizando reajustes a los servicios y adaptándolos a las necesidades cambiantes de los diferentes grupos de usuarios.

Son varios los ejemplos en la Región en donde han considerado como innovación, la adquisición de maquinaria y equipo sofisticado, que al poco tiempo queda en desuso por limitaciones técnicas eco-

nómicas, administrativas o de apoyo institucional y en la mayoría de los casos por una falta de política de información.

Contrario a lo que se piensa corrientemente el concepto de innovación no pertenece al ámbito científico o tecnológico, sino más bien al área de las ciencias sociales. Su esencia está en la comunidad, en la clientela, en el usuario o consumidor. Sólo una vez que el producto o servicio ha alcanzado una amplia aceptación, ha demostrado su utilidad y ha reflejado una demanda significativa, es cuando se considera que se ha logrado una innovación.

En este sentido ya se han obtenido en forma selectiva, datos sobre la opinión de algunos grupos de usuarios sobre los servicios actuales y sobre los tipos de servicios que deberían ofrecerse a corto y mediano plazo.

Esto se ha logrado mediante consultas con especialistas en las diferentes áreas de interés para la Red; sugerencias de los responsables de los servicios de información en los países; comentarios de los participantes a reuniones y conferencias promovidas o realizadas por la OPS/CEPIS en su sede o en los países, etc.

El lanzamiento de los servicios y productos básicos de la Red ha recibido atención especial en cuanto a buscar un mejoramiento constante en los siguientes aspectos relacionados con el apoyo a la solución de problemas o a la toma de decisiones de los usuarios:

- accesibilidad a la información de potencial utilidad;
- agilidad del servicio de tal manera que el usuario esté en condiciones de utilizarlo con la frecuencia deseada;
- garantía de confiabilidad en el servicio por parte del usuario;
- compatibilidad con, y apoyo efectivo a las actividades regulares del usuario.

Muchos datos y experiencias sobre las necesidades de los usuarios y los tipos de servicios para satisfacerlas han sido acumulados y analizados de tal manera que algunos de los actuales servicios y productos se han modificado, otros serán refinados a corto plazo y nuevos servicios serán lanzados en forma definitiva en un futuro próximo. Estas modificaciones, adaptaciones de los servicios serán implementados a medida que la infraestructura y las facilidades técnicas lo permitan, como en el caso de la próxima instalación de los nuevos servicios de computación.

Para ilustrar los cambios realizados y las modificaciones previstas se mencionan los ajustes que han afectado la base de datos

de la Red. En primer lugar ésta se ha incrementado con la inclusión de los registros de documentos existentes en la biblioteca del "Cepis". Se ha enfatizado en la conveniencia de activar la participación de instituciones vinculadas con la gestión ambiental y la ecología a fin de fortalecer estas áreas en la base de datos.

La presentación física de los subproductos impresos de la base de datos ha sufrido reformas positivas buscando dar mayores facilidades en su utilización de parte de los usuarios. En este sentido se han adoptado tipos de letra más legibles; mejor utilización de los espacios en el papel, disposición más adecuada de los diferentes elementos de las referencias bibliográficas; simplificación y mejoramiento de los índices temáticos y de autores.

Se ha trabajado también en el logro de una consistencia mayor en la elaboración y presentación de los resúmenes. En este aspecto los progresos siempre son más lentos por tratarse de diferentes analistas de información dispersos en los países, con capacitación, experiencia y propósitos muy variados. No obstante se continúa trabajando en la producción y mejoramiento de manuales y normas de indización y elaboración de resúmenes; el asesoramiento regular por correspondencia y la realización de actividades de capacitación para los responsables de los servicios de información en los centros cooperantes.

En cuanto al potencial de generación de una mayor variedad de productos y servicios se ha producido en forma experimental y promocional un REPINDEX especializado en "Residuos Sólidos" para atender las necesidades de este grupo especializado de usuarios. Se tienen abiertas las posibilidades de continuar produciendo servicios similares en otras áreas prioritarias para otros grupos de usuarios de la región.

Para un futuro casi inmediato se estudian las posibilidades de reducir la producción del REPINDEX de carácter general, tal como se está publicando ahora, y más bien producir una proporción apropiada de REPINDEX especializados con el fin de atender más específicamente las necesidades de información de grupos de usuarios en sus áreas prioritarias de interés.

También en forma experimental está en proceso de preparación el primer REPINDEX nacional, cubriendo toda la documentación de Chile existente en la base de datos.

En fase preliminar de prueba y promoción se han producido listados en temas específicos relacionados con el contenido y los ob-

jetivos de reuniones y congresos nacionales e internacionales. Estas experiencias están orientadas a sentar las bases para lo que en el futuro se convertirá en el ofrecimiento de REPINDEX especializados en áreas prioritarias. En esta forma los recursos serán mejor aplicados a participar en la solución de problemas específicos y en menor grado a la producción del REPINDEX general cubriendo todas las áreas de la Red.

Se han realizado en forma no sistemática, búsquedas en la base de datos sobre temas específicos a solicitud, como preámbulo para el establecimiento de servicios de diseminación selectiva de información (SDI) una vez instalada la nueva configuración de computación en el CEPIS.

Las búsquedas manuales siguen siendo una opción apropiada para el ofrecimiento de un servicio regular, aprovechando la excelencia de las colecciones disponibles en la biblioteca del CEPIS.

Otro de los servicios que ha merecido especial atención es el de las tablas de contenido de revistas. Se ha fomentado la producción de estos servicios a nivel nacional, pero además se ha continuado el ofrecimiento del TABCONT/CEPIS en forma bimestral cubriendo unos 150 títulos de revistas regionales y mundiales.

Este servicio también ha sido mejorado a partir de agosto de 1985 convirtiéndolo en un servicio colectivo, mediante la adición a cada tabla de contenido de las siglas de las instituciones que están suscritas a las revistas anunciadas. En esta forma el usuario amplía las posibilidades de múltiple acceso a los documentos y la consulta de las fuentes de información en los centros cooperantes más cercanos.

3. CANALES DE DISTRIBUCION O DISEMINACION

En este terreno, el ambiente latinoamericano y del Caribe presenta una situación de deficiente infraestructura de comunicación y telecomunicación agravada por la insolvencia económica y la dificultad de manejo de divisas extranjeras. Por tales motivos las estrategias y alternativas de solución han sido múltiples y variadas de acuerdo a la consideración de casos específicos.

En lo que concierne a la distribución y al acceso de los usuarios a los servicios colectivos de la Red, el Centro Coordinador Regional

se ha responsabilizado de fomentar un intercambio y entendimiento con las instituciones cooperantes de la Red. Este mecanismo consiste en que todo centro cooperante activo que aporta información para la base de datos y que participa en el desarrollo y promoción de la Red, recibe en retribución todos los servicios generados en el Centro Coordinador Regional, tales subproductos de las bases de datos o de los servicios reprográficos, siempre que sean bajo el control y para el uso institucional. Otros servicios de carácter particular están sujetos a los costos regulares oficialmente fijados para cada servicio.

A fin de facilitar el intercambio y el acceso en forma horizontal entre los centros cooperantes, se han hecho estudios sobre las alternativas posibles de establecer un mecanismo de pago por servicios de información^(6, 10). Entre estas alternativas se ha considerado factible la utilización de cupones similares a los que el sistema AGRINTER ha probado durante los últimos siete años. Otra de las alternativas sugeridas ha sido la del establecimiento de un fondo rotatorio. Sin embargo, cualquiera de los dos sistemas deberá superar algunos aspectos de carácter administrativo y apoyo logístico, lo cual tomará todavía algún tiempo prudencial.

No obstante este necesario compás de espera, se han tomado ya otras medidas complementarias para facilitar el acceso de un creciente número de usuarios a las fuentes de información registradas en las bases de datos de la REPIDISCA. Una de estas medidas se ha puesto ya en ejecución tras la instalación del laboratorio de microfichas en la sede del CEPIS.

En esta primera fase se ha logrado colocar 400 juegos de microfichas en 14 países miembros, lo cual constituye a la fecha un 5% de la base de datos total y un 10% de los documentos disponibles en las colecciones del CEPIS. Porcentaje de microfichas que han sido elaborados en los últimos diez meses en carácter experimental, sujeto a mejoramiento en su presentación e incremento ya programado en su producción a partir del año siguiente, 1986.

Simultáneamente se han realizado consultas entre los centros coordinadores que reciben las microfichas con el fin de conocer su grado de organización para el servicio a los usuarios; las facilidades técnicas con que cuentan; los medios de promoción que utilizan para hacer conocer el servicio, las dificultades encontradas en el manejo y utilización de las microfichas.

Con base en estas consultas, se está llevando a cabo un plan de fortalecimiento de los centros mediante la asignación de equipo lector y lector/impresor de microfichas. Plan que se ha iniciado con

la entrega de equipo lector a los siguientes centros cooperantes (Cuba, Perú, Chile y Bolivia).

Por el otro lado, en la elaboración de los miniproyectos que los países han sometido al CIID de Canadá, se ha recomendado la inclusión de equipo reprográfico tal como máquinas y accesorios de fotocopiado y de microfichas.

Reforzando este proyecto a partir del año entrante 1986, el proyecto de REPIDISCA CEPIS/CIID contempla la dotación de varios centros en los países con máquinas lectoras/impresoras de microficha, junto con un incremento sustancial en la producción de microfichas tanto en el Centro Coordinador Regional como en los países, con el fin de lograr poner en microfichas, un porcentaje cercano al 100% de la documentación registrada en la base de datos de la REPIDISCA.

4. PUBLICIDAD, PROMOCION, VENTAS Y ADIESTRAMIENTO DE USUARIOS

Este es un componente esencial de la comercialización de los servicios y productos de información, al cual se le ha asignado una atención práctica importante dentro de esta fase de operación de la Red y se han previsto nuevas acciones a corto y mediano plazo.

Hay que reconocer que en el área de la información y documentación no siempre es factible diseñar y ofrecer servicios basados en estrictos estudios e investigaciones de mercado. Más bien, el lanzamiento de los servicios está fundamentado en las experiencias de otros servicios y sistemas similares y en la disponibilidad de los recursos técnicos y económicos.

La situación sugerida en el párrafo anterior implica, por lo tanto, el desarrollo y ejecución de actividades continuadas de promoción integral. Cuando se menciona promoción integral, se entiende que en ella se incluye no sólo el producto y el servicio sino también las instituciones, en este caso, las bibliotecas y centros especializados de información y documentación, con el fin de crear, fortalecer y estimular el interés de los usuarios potenciales hacia dichas fuentes y servicios.

Muy variados han sido los mecanismos de promoción utilizados por el Centro Coordinador de la REPIDISCA, los cuales han sido

explicados en distintos foros regionales y nacionales como modelos a ser adaptados y seguidos por las instituciones cooperantes en los países de "marketing" que han sido puestos en práctica, se mencionan los siguientes, sin que el orden de presentación indique grados de importancia:

- 4.1. Consultores de la OPS/CEPIS. Durante su participación en misiones de cooperación técnica, capacitación, reuniones de especialistas, etc. relacionan sus actividades con la utilización de los servicios de la Red y sugieren el apoyo de los técnicos en las redes nacionales de la REPIDISCA.
- 4.2. Misiones de promoción de la REPIDISCA realizados por el personal de la Red, tanto a nivel regional como nacional. Misiones generalmente combinadas de promoción, apoyo técnico y adiestramiento. Estas misiones están dentro del programa anual regular del Proyecto de REPIDISCA.
- 4.3. Avisos sobre los servicios de la Red en revistas técnicas y de divulgación en ingeniería sanitaria y ambiental en la Región y fuera de ella.
- 4.4. Publicación de artículos sobre la Red en revistas regionales e internacionales de bibliotecología y ciencia de la información (1, 8, 18).
- 4.5. Elaboración y difusión de folletos en varios idiomas, sobre la REPIDISCA y sus servicios.
- 4.6. Preparación de afiches sobre la Red para colocar en lugares apropiados en las instituciones nacionales del sector.
- 4.7. Los productos mismos de la Red. Envío de copias promocionales de REPINDEX, TABCONT, Boletines técnicos, etc.

En conversaciones con autoridades nacionales y durante las reuniones técnicas regionales y del Grupo Consultivo de la REPIDISCA, se ha propuesto que a nivel nacional se busque la financiación para la ampliación del tiraje de REPINDEX y del servicio de Tablas de Contenido. Las matrices de estos dos servicios han sido puestas a disposición de los centros coordinadores nacionales y de las instituciones interesadas en los países.

- 4.8. Otros servicios en carácter promocional. Búsquedas bibliográficas, fotocopias, microfichas enviadas a solicitud en carácter promocional gratuito a usuarios institucionales e individuales.

4.9. Juegos de transparencias y folletos explicativos de la Red para ser utilizados en eventos específicos y en reuniones nacionales o internacionales.

4.10 Informativo REPIDISCA. Boletín de difusión y coordinación de la Red a nivel regional orientado a mantener informados a los centros e instituciones cooperantes y patrocinadoras.

4.11. Seguimiento por correspondencia. El tiempo y los costos dedicados a este rubro son bastante significativos porque se considera indispensable que las instituciones que participan en la Red requieren el contacto real permanente, a fin de que se sientan parte del sistema. Esta comunicación va desde un simple acuse de recibo hasta el llenado de una encuesta, las observaciones a una hoja de entrada o la sugerencia de la conveniencia de realizar algún evento promocional o de capacitación.

4.12. Registro de información sobre la Red y sus servicios, en directorios de servicios especializados, guías de bases de datos, etc., a nivel regional y mundial.

4.13. Participación en reuniones de trabajo de otras redes y sistemas de información afines y aporte de materiales y metodologías como modelo de integración de redes sectoriales (1, 10, 11, 16).

Una gama de posibilidades de promoción de los servicios están en estudio y deberán ponerse en práctica en fases más avanzadas de la Red. Hay algunos dispositivos promocionales que ameritan ser utilizados una vez que la Red en su totalidad alcance un grado más avanzado de desarrollo o cuando consoliden algunos servicios y proyectos que ahora están en fase de prueba. En este sentido se prevé la realización de "video cassettes", juegos de slides, películas, etc. para promoción de la Red en diferentes ambientes.

4.14. No podrían mencionarse todos estos mecanismos promocionales sin añadir que los precios de los servicios también son un elemento significativo de atracción a los usuarios potenciales. La venta de alguna manera refleja el grado de éxito en que se ha conducido la promoción. Aquí se debe considerar el hecho de que el concepto de venta es no solamente el pago por los servicios sino también el volumen de solicitudes recibidas y satisfechas. Pero también es un índice de aceptación de la Red y sus servicios, el grado en que se capta el apoyo institucional y financiero de entidades patrocinadoras nacionales y extranjeras.

En este aspecto, la "venta" de la Red y de los servicios se complementa con la elaboración de propuestas de financiamiento a or-

ganismos nacionales e internacionales. Otro tanto podría decirse de las instituciones nacionales que elaboran y asignan presupuestos regulares dando atención especial a los componentes de manejo y transferencia de información y documentación.

En lo que concierne al Centro Coordinador Regional, además de ofrecer los productos y servicios a los Centros Cooperantes como una retribución a sus aportes de insumo a la base de datos y cooperación en otros aspectos de operación de la Red, ha establecido tarifas diferenciadas que favorecen a los Países Miembros.

La promoción de la Red y de los servicios de información, al igual que la capacitación de los usuarios son funciones que exigen su figuración permanente en los programas y en los presupuestos de todos los organismos que apoyan, manejan y ofrecen servicios de información.

De igual manera se requiere un cambio en la mentalidad de las autoridades en lo que concierne a la promoción, comercialización y relaciones públicas. Por lo general, estas autoridades proceden del mundo académico y de instituciones oficiales y no lucrativas. Por tal razón el "marketing" y las "relaciones públicas" carecen del apoyo institucional adecuado en un número significativo de las instituciones del sector en nuestros países. Por lo general, estas autoridades consideran que los recursos que se asignarían a promoción y relaciones públicas constituyen un gasto y no una inversión.

4.15. En el caso de la capacitación de los usuarios se podría decir que es casi inexistente, al menos en las facultades de ingeniería consultadas. Programas regulares de capacitación de usuarios deben establecerse y mejorarse en estas instituciones. Es sabido que la educación de los usuarios de la información debe realizarse desde la infancia. Sin embargo, las instituciones que participan en los sistemas y redes especializadas de información, tienen dentro de sus responsabilidades la de crear y ampliar la comunidad de usuarios de sus productos y servicios.

La capacitación permanente de los usuarios en nuestra región deberá ser el mejor instrumento de promoción. Constituye además el mecanismo más importante en el diseño y mejoramiento de los servicios y productos. ¿Cómo podrían establecerse servicios apropiados con base en encuestas y opiniones de no usuarios? ¿Con opiniones de personas que ni conocen, ni utilizan información? ¿O con el consejo de funcionarios que utilizan insuficientemente estos servicios? ¿Cómo ampliar el mercado de los servicios, entre la gente que no tiene idea de los beneficios que éstos le significan?

La capacitación de los usuarios se debe entender como una de las funciones propias de las instituciones nacionales. Esto se debe a que ellas están más cercanas a conocer las necesidades reales de sus propios grupos de usuarios. En este sentido, se espera que las instituciones nacionales retroalimenten a la Red con datos e información que faciliten el diseño de nuevos servicios o el mejoramiento y reajuste de los ya existentes.

No obstante lo anterior, el Centro Coordinador Regional ha tomado la iniciativa de consultar directivos y profesores de las escuelas de ingeniería; formular propuestas de actividades de capacitación formal e informal de usuarios de información; elaborar materiales de apoyo a esta capacitación; y por último, ha elaborado un documento de base para discusión y estudio hacia la incorporación en las facultades de ingeniería, de un curso en uso de las fuentes de información en ingeniería sanitaria y ambiental. Este documento de base y un Manual para la Instrucción de Usuarios serán presentados a la consideración del presente Grupo de Trabajo.

5. IDEAS PARA LA ACCION A CORTO Y MEDIANO PLAZO

Los servicios de información en ingeniería sanitaria y ciencias del ambiente en la región han alcanzado un grado de desarrollo aceptable durante los escasos cuatro años de operación, no obstante las limitaciones ampliamente conocidas de tipo cultural, económico, administrativo e institucional en que se han diseñado, manejado y difundido tales servicios en los países.

El futuro inmediato de estos servicios tendrá necesariamente que recibir una reorientación a la luz del concepto de la comercialización. Esto significa que se requiere una acción más decidida de las instituciones y autoridades hacia el "perfeccionamiento de esa relación de intercambio entre el proveedor de información y el usuario de la misma". Menos énfasis e inversión en la investigación y el perfeccionamiento del producto y mayor aplicación de esfuerzo, tiempo y recursos en buscar la satisfacción de los deseos, preferencias y necesidades reales de los diferentes grupos de usuarios, porque el servicio o producto es una consecuencia necesaria del esfuerzo de la mercadotecnia y no al revés como muchas personas podrían pensar.

Como resultado de lo anterior, se señalan a continuación algunas

sugerencias de carácter práctico nacidas de la experiencia en la información y operación de la Red durante los últimos seis años.

a) Deben considerarse seriamente las recomendaciones emanadas de la Tercera Reunión del Grupo Consultivo de la REPIDISCA, celebrada en Brasilia en 1983⁽¹⁹⁾. De igual manera debe darse atención a las recomendaciones del Taller Regional de la REPIDISCA realizado en el CEPIS en 1984⁽²⁰⁾. Este análisis implica que las autoridades de las instituciones cooperantes deben tomar las medidas necesarias para buscar el cumplimiento de las recomendaciones que no han sido puestas en práctica o que sólo lo han sido parcialmente. De lo contrario, las instituciones nacionales deben exponer ampliamente cuáles son los requisitos básicos necesarios para dar cumplimiento a las recomendaciones formuladas en dichos foros regionales.

b) El comportamiento general de la Red durante estos últimos cuatro años, señala que su consolidación en los países miembros requiere un esfuerzo continuado de actividades tales como:

— *Promoción*. Entendida como la acción permanente de convencimiento de las autoridades en los países, de la necesidad de institucionalizar los servicios de información y documentación.

Este debe ser un programa regular que implique la sistematización de todos los mecanismos e instrumentos de "marketing" ya mencionados. El programa requiere del seguimiento y del apoyo externo de organismos y agencias involucradas en el desarrollo de los servicios de información y documentación en el sector.

— *Cooperación técnica*. Esta debe ser una acción continuada para apoyar e incentivar a las autoridades nacionales en el establecimiento o mejoramiento de las políticas de información tanto a nivel de país como a nivel de las instituciones en particular. De igual manera este apoyo implica continuar la transferencia de las nuevas técnicas y metodologías en el manejo y difusión de la información.

— *Capacitación*. Ha sido suficientemente discutida la situación de escasez de personal en nuestras instituciones tanto en número como en niveles satisfactorios de capacitación. Por supuesto, no se incluye en esta apreciación, el selecto y reducido número de centros de documentación que existen en algunas capitales de nuestra región. Por lo tanto, si se espera que a mediano plazo la gran mayoría de los centros cooperantes participen activamente en la Red, hay que garantizarles un programa continuado

de capacitación, ya que las instituciones a las cuales pertenecen tampoco están en condiciones de contratar más personal o de capacitar el actual en la medida requerida.

A lo anterior se agrega la necesidad de una permanente actualización del personal debido a los rápidos cambios en la tecnología de la información y a su influencia en las técnicas del manejo y difusión de la información.

- *Capacitación de usuarios.* Un programa comprensivo y agresivo de adiestramiento de usuarios debe contemplar tanto la capacitación formal como la informal. Entendiendo por la primera, aquella que se puede ofrecer en las universidades en forma regular, e informal, la que se ofrece diariamente en los centros de documentación, a través de la orientación en el uso de las fuentes y el conocimiento y mejor aprovechamiento de los servicios disponibles.

Este programa debe tener varios componentes. El primero, integrado por cursos regionales o subregionales expresamente diseñados para “adiestrar los adiestradores” lo cual causará un efecto multiplicador en los países.

Otro componente a realizar simultáneamente con el anterior es la “venta” de estos cursos especialmente a las universidades para su incorporación a sus programas académicos en forma regular.

Un tercer componente sería la elaboración, prueba y distribución de programas modelo y materiales de enseñanza a ser difundidos y adaptados a las situaciones locales.

Los programas de educación y adiestramiento de usuarios y de los especialistas en información requieren un significativo apoyo económico, así como materiales, equipos y técnicas avanzadas, a fin de que esta capacitación sea efectiva. Se requiere una gran acción de coordinación a fin de aprovechar y de consolidar todos los esfuerzos institucionales e individuales que ya se encuentran en diferentes etapas de desarrollo en los países, pero que obedecen a iniciativas aisladas y sin el apoyo necesario para su consolidación y mejoramiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. ARBOLEDA SEPULVEDA, Orlando. La Red Panamericana de Información y Documentación en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (REPIDISCA) y la integración de sistemas documentarios. En: Revista AIBDA, vol. 6, N° 1 (1985), pp. 20-45. (Presentado a la 7ª Reunión Interamericana de Bibliotecarios y Documentalistas Agrícolas, Brasilia, mayo, 1984.)
2. ARBOLEDA SEPULVEDA, Orlando. Avances de la REPIDISCA y sus proyecciones a nivel regional. En: Seminario Taller sobre Análisis de Información en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente. Lima, nov. 26-30, 1984. Trabajos presentados Lima, OPS/CEPIS, 1984. 16 p.
3. ARBOLEDA SEPULVEDA, Orlando. Normas de selección de información para la base de datos de la REPIDISCA, Lima, OPS/CEPIS, 1984. 24 p.
4. ARBOLEDA SEPULVEDA, Orlando. Fortalecimiento de la REPIDISCA; informe de la Unidad Central de la Red - Centro Panamericano de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (CEPIS) durante el período enero 1981-noviembre 1983. Lima, Perú, OPS/CEPIS, 1983. 32 p. (Presentado a la 3ª Reunión del Grupo Consultivo, realizada en Brasilia, nov. 1983.)
5. ARBOLEDA SEPULVEDA, Orlando. Los servicios de información y documentación dentro del enfoque de la comercialización. En: Revista Latinoamericana de Documentación, vol. 2, N° 2 (1982). pp. 4-13.
6. ARIAS ORDÓÑEZ, J. Informe de la consultoría a CEPIS/REPIDISCA sobre la disponibilidad de publicaciones. Bogotá, 1982. 80 p.
7. BARTONE, C.R. Project proposal: Present situation, trends and promotion of research in water and sanitation in Latin America. Lima, CEPIS/PAHO, 1984. 26 p.
8. BARTONE, C.R. Planificación de servicios regionales de provisión de documentos para la Década del Agua en América Latina y el Caribe. En: Revista de la UNESCO para la Ciencia de la Información, Bibliotecas y Archivos, vol. 4, N° 4 (1982). pp. 267-277.
9. BEVERLY, J.E. Coordination of WASH information activities and exchange with international information centers: Pan American Center for Sanitary Engineering and Environmental Sciences (CEPIS), Lima, June, 1982. Trip Report. Washington, D.C. U.S. AID, Office of Health Bureau for Science and Technology, 1982. 41 p.
10. CASTILLO, J. & MUÑOZ, P. Sistema Panamericano de Información y Documentación en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente. Santiago, Chile, Universidad de Chile, CIRISCA, 1984. 9 p. (Presentado al 3er. Encuentro Nacional Universitario sobre el Medio Ambiente, nov. 1984.)
11. CASTILLO, J. & MUÑOZ, P. El subsistema nacional de información y documentación en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente. Santiago, Universidad de Chile, CIRISCA, 1981. 11 p. (Presentado al 4º Congreso Chileno de Ingeniería Sanitaria, dic. 1981.)
12. CEPEDA, J.E. La mercadotecnia aplicada al desarrollo de servicios de información y asistencia tecnológica. En: Conferencia Iberoamericana sobre Información

y documentación Científica y Tecnológica. REUNIBER. Madrid, 1978, Actas. Madrid, 1979. pp. 317-330.

13. HANNABUSS, S. Measuring the value and marketing the service: an approach to Library Benefit. En: ASLIB Proceedings, vol. 35, N° 10 (1983). pp. 418-427.
14. KOTLER, P. & Levy, S.J. Broadening the concept of marketing. En: Cronin, B. the Marketing of Library and Information Services. London, ASLIB, 1981. pp. 20-25.
15. LEVITT, T. Miopía en la mercadotecnia. (Biblioteca Harvard de Administración de Empresas.) N° 2, 1972. 17 p.
16. OYARZUN VILLAR, M. & MUÑOZ VALDIVIA, P. Sistemas y servicios de información de apoyo al desarrollo de la ingeniería sanitaria y ambiental. Santiago, Chile, CIRISCA, CONICYT, 1984, B.P. (Presentado al XIX Congreso de AIDIS, nov. 1984.)
17. Plan Maestro para REPIDISCA. Versión preliminar. Lima, OPS/CEPIS/CIID, 1979. 72 p.
18. REPIDISCA: Una nueva red de información sobre ingeniería sanitaria para América Latina. En: Crónica de la OMS, N° 34 (1980). pp. 513-519.
19. *Reunión del Grupo Consultivo de la Red Panamericana de Información y Documentación en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (REPIDISCA)*, 3ª, Brasilia, Brasil, nov. 14-18, 1983. Informe final. Lima, OPS/CEPIS, 1983. 29 p.
20. *Seminario Taller sobre Análisis de Información en Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (REPIDISCA)*. Lima, nov. 26-30, 1984. Informe final. Lima, OPS/CEPIS, 1984. 18 p.
21. SOSA PADILLA, H. Informe sobre la preparación de un programa de mejoramiento e incremento de los servicios de información técnica del CEPIS. Lima, OPS/CEPIS, 1976. 103 p.