

**Universidad de Carabobo
Biblioteca Central
Facultad de Ciencias de la Educación
"Dr. Luis Azócar Granadillo"
Bárbula**

"Justo a Tiempo"

**Lic. Geomar Morillo
In Memoriam**

4. «JUSTO A TIEMPO»

Una estrategia de impacto en la Consolidación y Comercialización de Productos de Información

Ponente: Msc. Geomar Morillo

Director Biblioteca Central «Dr. Luis Azócar Granadillo» Valencia, 24 de Abril de 1996

(Un enfoque para Bibliotecas y Servicios de Información)

Palabras clave: Calidad, Estrategia Gerencial, Productividad, Información.

Descriptor: Trabajo-Productividad, Almacenamiento - Sistema,
Teoría de los Recursos Humanos - Administración, Calidad de Información.

RESUMEN

La idea de considerar los servicios de información como Centro de Procesamiento y Elaboración de Productos de información, conlleva a utilizar herramientas y estrategias que permitan obtener resultados positivos para la realización de un trabajo tan especial como es la producción y consolidación de productos de información, que llenen las expectativas de satisfacción a los clientes usuarios de los servicios de bibliotecas.

El propósito es utilizar la estrategia del Justo Tiempo» como una herramienta de impacto que permita gerenciar con un gran sentido de eficiencia, los Procesos Técnicos de los servicios de información y construir productos de Información con calidad y productividad haciéndolo más comerciable en relación a la demanda del usuario. Por otro lado, esta estrategia ayuda a que los insumos utilizados en el proceso de producción y consolidación de productos, se ajuste al valor de costo-beneficios que origina la producción. Esta intención pretende ensayar éste modelo en la cadena del procesamiento de la Información de la Biblioteca Central de la Facultad de Ciencias de la Educación.

Finalmente, la idea es contribuir al mejoramiento de la Gerencia de los Servicios de Información en la Universidad de Carabobo, para tratar de adecuar las nuevas teorías modernas Gerenciales en la aplicación de Políticas de desarrollo y la utilización de las teorías tecnologías de información con criterios efectivos.

Autor: Geomar Morillo Lic. en Educación Msc. en Gerencia
Director de la Biblioteca Central de la Facultad de Ciencias de la Educación «Luis Azócar Granadillo»

Dirección: Naguanagua-Bárbula Fa. C.E.
Escuela de Educación Biblioteca Central.
Teléfonos: 014-41.84.46 - 041-66.75.85-33.31.79

Título: «Just in time: A Tool Strategic In The Consolidation And Commercialization of Information Products.

Summary

The Information Service have to be considerate likes prosecution and Elaboration Center of Information Products, is necessary use Strategic and elements that let to get positives Results with the objective of make a special work, As the production and consolidation of Information products, the purpose is offer ore very go Service of Library.

the purpose is use the strategic of Justintime» As Impact Tool for manager with efficiency the Techniques Process of Information Service and build making more effective in Relation of user demand.

This strategic help in the elements used in the production process and products consolidations be equal of Cost benefit Rang.

This intention pretend trial this model in the Processing chain of the Central Library in Education School.

In the End of this letter, the purpose is help to make beder the Information Service Management in the Universidad de Carabobo to adapt the new Theories in the Apfcation of develop Politics and Use New Technology of effective Information.

Author: Geomar Morillo Lic. en Educación Msc.
Direction: Naguanagua - Bárbula Fa.C.E.
Central Library's Director of Science Education Faculty
Phone: 014-41.84.46 - 041-66.75.85 - 33.31.79

INTRODUCCION

Reviste gran importancia el estudio sobre los métodos y estrategias que se utilizan en el campo gerencial moderno. Sin embargo, el rol de la gerencia adquiere singular significación cuando se trata de estudiar la realidad del sector público dado que presentan condiciones factoriales que la diferencia del sector privado.

En este sentido, el presente estudio pretende incorporar elementos innovadores de la gerencia al sector público universitario concretamente en la producción de productos en los servicios de información que presta la Biblioteca Central de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo.

El propósito central es poder insertar la estrategia «justo a tiempo» como una herramienta capaz de ayudar a producir con eficiencia y eficacia productos de información altamente competitivo y comparativo de información, es decir, con calidad, calidad que se logra a través de la efectividad en la producción.

Por otro lado, la idea es promover la aplicación de métodos gerenciales que incidan notablemente en el desarrollo y crecimiento de los servicios donde la elaboración de productos y la consolidación de ellos responda las demandas de los usuarios atendiendo sus necesidades y expectativas. Esto se debe quizás al factor tecnológico que soporta el manejo de la información lo cual hace, de este proceso, una actividad cada día más compleja dado el avance que ha experimentado la tecnología de la información.

En este sentido, se hace necesario incorporar nuevos mecanismos, técnicos y métodos que permita que la políticas que se llevan a cabo puedan cumplirse en el tiempo y espacio con un buen sentido de eficacia.

El presente trabajo, trata de establecer una serie de etapas aplicable al campo de la gerencia pública, específicamente a la gerencia de servicio y estrictamente a la producción de productos de información en la Biblioteca Central de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo. En este sentido, la primera etapa establece que deseamos producir y para quien producir, una segunda etapa está referida a la forma como está produciendo, una tercera etapa define quienes lo están produciendo y qué capacidad técnica y humana está utilizando. Finalmente una cuarta y última etapa determina la evaluación y control del proceso, factor necesario en la producción.

En este orden de ideas, se pretende aportar con rigor científico la posibilidad de mejorar la producción de productos de información en los servicios bibliotecarios del sector público universitario venezolano.

1. Planteamiento del problema

La consolidación y comercialización de productos de información requiere entre otros aspectos, la necesidad de elaborar políticas de mercadeo, el cual debe estar compuesta por factores soportados, en las capacidades productivas, propósitos, objetivos y misión, para tratar de demostrar con qué recurso cuenta la organización para promoverse con éxito en el mundo del consumo denominado mercado.

El mercadeo también puede ser visto como un proceso comunicacional que informe al consumidor, sobre los valores del producto, al mismo tiempo sirva para obtener datos sobre el consumidor, lo cual va a permitir conocer, en gran medida, el o los deseos del usuario.

En este sentido, se pretende hacer productos de información altamente útiles a las necesidades del usuario. De esta manera, la comercialización requiere de esta retroalimentación que genera el mercadeo para cumplir finalmente con las expectativas del consumidor y de la venta de productos deseados y demandados por el mercado (Matheus,1995).

La idea es poder segmentar el mercado, a través de una estrategia de producción, consolidación y comercialización que permita dar con los niveles de aceptación y consumo del usuario final.

En este sentido, la estrategia del «justo a tiempo» tiene la posibilidad de globalizar el proceso de producción de productos de información en los servicios de la biblioteca universitaria de la Facultad de Ciencias de la Educación, ajustándola a las necesidades de dicha organización a través de la orientación de sus capacidades hacia el camino de poder ofertar sus productos en los momentos en que así lo requieran las consumidores. Por otro lado, la idea de poder adaptar la organización a la realidad técnico-económica de contexto la cual es hoy, de gran importancia debido a los costos de tecnología, capacidad, técnica, todo lo anteriormente mencionado tiende a ser cambiante tal vez por sus avances o por obsolescencia de equipos y del desarrollo

especializado de las capacidades humanas, los cuales deben ser tomadas en cuenta, a la hora de producir cualquier producto de información.

En este orden de ideas, la estrategia del «justo a tiempo» conlleva a la gerencia de los servicios de la unidad a tomar decisiones enmarcadas dentro de los niveles administrativo, técnico, productivo, operacional, para lograr cristalizar los objetivos deseados, que es elaborar productos de información.

2. Justificación e Importancia

El objetivo de modernizar y automatizar los servicios de información de la Biblioteca Central «Dr. Luis Azócar Granadino», de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo, pasa por ajustar los procesos de dicha organización que permita que todos sus miembros estén dispuestos a obtener resultados exitosos propuestos por la Gerencia de Biblioteca.

La intención es adecuar la toma de decisiones, el presupuesto y las políticas estratégicas en dirección al logro de alcanzar la productividad requerida, a través del trabajo efectivo y de la utilización de dichos recursos con eficiencia y eficacia.

En este orden de ideas, la gerencia de los servicios, perfila sus objetivos de misión a la aplicación de la estrategia «justo a tiempo» con la finalidad de hacer de la cadena de producción un proceso interno efectivo, enmarcado dentro de la relación costo-beneficio donde el producto final elaborado tenga una utilización real y objetiva por parte del usuario final.

La gerencia de biblioteca debe estar convencida de que la producción, consolidación y comercialización de la información es tan igual a la elaboración de cualquier otro producto del mercado, de allí se desprende la necesidad real de ver estos servicios con una visión de negocio empresarial, capaces de producir el mejor producto con ventajas comparativas y competitivas y para eso se necesita tomar en cuenta todos los pasos del proceso de una manera sinérgica que permita adaptarlo a las condiciones que el mercado imponga. Sin embargo, la aplicación del «justo a tiempo», su implantación según O'Graddy (1994) considera que «el factor más importante para poner en marcha un proyecto es conseguir el compromiso de la alta dirección. Sin este compromiso la implantación será bastante difícil ya que inevitablemente en unos puntos determinados habrá que tomar decisiones difíciles».

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Ajustar la cadena de producción de productos de información utilizando la estrategia del Justo a Tiempo».

3.2. Objetivos Específicos

3.2.1. Definir el tipo de producto a producir.

3.2.2. Establecer los pasos necesarios de la cadena de producción en la consolidación del producto.

3.2.3. Evaluar la relación costo-beneficio y compararla con la realidad financiera de los servicios de la biblioteca.

1. Identificación de la Empresa

Unidad: Biblioteca Central de la Facultad de Ciencias de la Educación, U.C. Sistema integrado de Información.

Misión: Su proceso de funcionamiento responde a los principios generales de Unidad, Factibilidad, Flexibilidad e Innovación; a cuyo efecto su misión estará definida a:

Satisfacer necesidades de apoyo académico de la Facultad y generadora de cultura en el marco científico, técnico y humanístico, al universo de los estudiantes del ámbito educativo universitario.»

2. Planteamiento del Trabajo

4. Metodología

Diseño: La propuesta gerencial está basada en la aplicación de la estrategia «Justo a Tiempo», para la elaboración de productos de información en la Biblioteca Central de la Facultad de Ciencias de la Educación.

Planificación y programación de la propuesta:

1. Identificar la empresa.
2. Planteamiento del Trabajo.

Etapas:

- 2.1. Etapa I. Definir el producto.
- 2.2. Etapa II. Como se está produciendo.
- 2.3. Etapa III: Quién lo está produciendo.
- 2.4. Etapa IV: Evaluación y control del negocio.

2.1. Etapa I: Definir el producto

Una vez conocida la realidad interna del servicio a través del análisis situacional que generó el diagnóstico de la empresa, se hace necesario conocer la necesidades y características del usuario, de tal manera que permita adecuar la relación servicio producto-usuario, y a través de instrumentos de medición se lograron obtener los datos que van a permitir al servicio segmentar el mercado de acuerdo al tipo o los tipos de productos que los usuarios así lo requieran. En este sentido, se plantea la aplicación de una matriz de usuarios los cuales estarán diseminados de acuerdo a el nivel de requerimientos de información solicitada, es decir, segmentando el mercado la empresa estará en capacidad de producir productos que más requerirá el usuario y con las características esperadas.

De esta manera, el servicio estará cumpliendo con la demanda, dado que está ofertando un producto que se vincula con las necesidades solicitadas por los clientes o consumidores del servicio.

En este sentido, la creación y aplicación de la matriz de usuarios debe construirse sobre la base de la relación producto-usuarios, es decir, se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos que en definitiva ayudarán a medir el comportamiento del usuario:

- Productos utilizados.
- Tiempo de utilización.
- Limitación del producto.
- Tipos Revistas, artículos.
- Periódicos nacionales, internacionales.
- Libros, títulos, artículos, párrafos, tablas de contenidos.
- Edición, año.
- Ilustración adecuada.
- Referencias, catálogos, resúmenes.
- Producto cuestionario.
- Producto faltante.
- Producto inexistente.

La matriz apropiada debe ser del interés del servicio, sin embargo Matheus (1995) en sus estudios sobre marketing de los productos de información propone la siguiente matriz, que a la manera como se concibe, se adapta bastante a los servicios de información en universidades. (Ver figura I).

Fig. 1

P \ M	M1	M2	M3
P1			
P2			
P3			
P4			

Matriz de Usuarios: Matheus (95)

M = Mercado

M1= Estudiantes / Usuarios

M2= Profesores

M3 = Investigadores

P = Producto

Aplicando la matriz estrictamente a los productos de los servicios del estudio en particular se obtiene lo siguiente:

Fig. 1.2.

P \ M	M1	M2	M3
P1			
P2			
P3			
P4			
P5			
P6			
P7			
T			

Producto 1. Catálogo Producto

Producto 2. Tablas de contenido

Producto 3. Referencias bibliográficas

Producto 4. Documento final.

Producto 5. Referencias información directa.

Producto 6. Acceso a la búsqueda.

Manual de usuario limitado.

Producto 7. Pro-información requerida inexistente.

M1 - Estudiantes

M2 - Profesores

M3 - Investigados

Los resultados obtenidos de la tabulación de la matriz permite una visión objetiva, adecuada, ajustada a la forma de decisión sobre los productos, tipos, característicos y otras cualidades que así se determine medir; por ejemplo:

- Tipo de producto de información utilizado
- Tipo de usuario.
- Localización.
- Personalidad.
- Ocupación.
- Dedicación.
- Areas o especialidades de influencia.
- Clase social.
- Nuevos usuarios.
- Usuarios frecuentes.

Sin embargo, la producción o eliminación de un producto de acuerdo a los segmentos del mercado de usuario, también dependerá de la misión y objetivos que presenta el servicio, es decir, que para tomar una decisión al respecto se debe partir de los propósitos que definen el servicio, esto ayudará a que los análisis que resulten de la ponderación (%) de la matriz se constituya el factor válido para el éxito de la consolidación y comercialización de los productos del servicio de información.

Por otro lado, el producto tiene su ciclo de vida según Koller (1994). Esto lleva a tomar previsiones dado que la idea es producir para la demanda de usuarios y que su existencia permite beneficios tanto a la unidad de información como a los usuarios, porque en definitiva se invierte con un propósito expresado en la misión del servicio, pero los resultados serán evaluados de tal

manera que el presupuesto justifique el costo-beneficio que genera la institución de servicio en este caso, la universidad.

El producto en su ciclo de vida permite reconocer varios momentos y dependiendo de la permanencia que el producto permanezca en dicha etapa ayudará a sus cambios y ajustes necesarios, requeridos para su labor como instrumento de negociación.

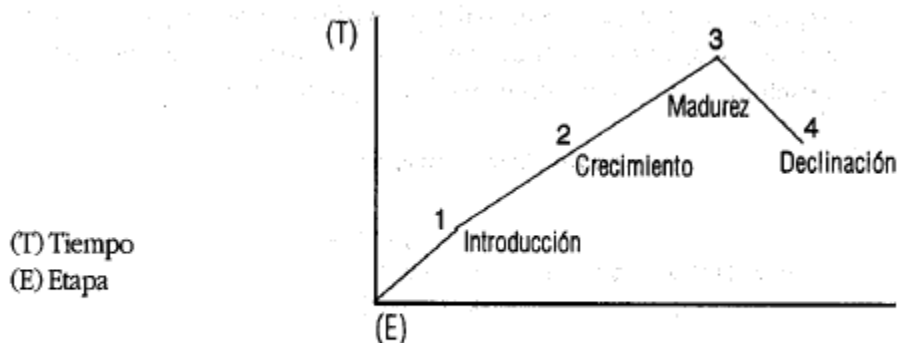


Figura (2) Ciclo de Vida del Producto

Fuente Koller, 1994

En este sentido, la aplicación de este proceso permite llegar a tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- 1.- Definir las estrategias del mercado.
- 2.- Creatividad en la elaboración y aceptación.
- 3.- Definir las características del producto a través de criterios ajustados a su realidad como punto principal del servicio.
- 4.- Su distribución.
- 5.- Analizar su comercialización-costo-beneficio.
- 6.- El lanzamiento del producto debe ser cuidadosamente preparado para que goce de buen impacto.

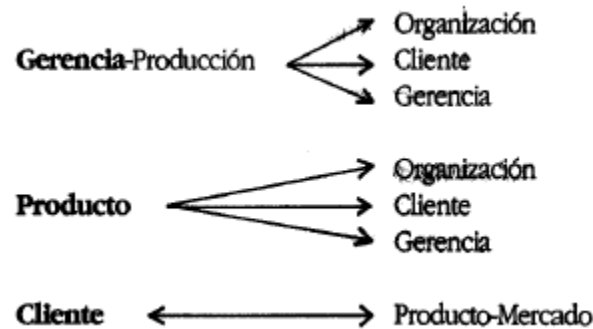
Aún cuando es difícil establecer precios en productos de información para servicios de información en bibliotecas universitarias públicas, hoy por hoy, es preciso adecuar criterios en consideración a los costos, tomando en cuenta la demanda del mercado dándole a conocer que la información guarda estricta relación con valores directos deducibles y valores indirectos que se agregan como realidad del comportamiento del producto.

Es de hacer notar, que los productos de servicios de información transitan por una autopista tecnológica que requiere de mucha inversión que se adhiere por razones de desarrollo y variabilidad del soporte de las nuevas tecnologías y eso obliga a pensar que tales criterios deben ser expresados de alguna manera en el valor del producto y su relación con la demanda de usuarios.

En cuanto a la gerencia de los servicios, esta primera etapa da una visión de comprensión básica sobre la aplicación del plan de producción en relación a su limitación y alcance, es decir, la gerencia para alcanzar las metas y logros propuestos debe retroalimentar su propósito con el personal de las diferentes áreas clave que presente el servicio de información y deben estar ganados para asimilar la cultura corporativa propuesta, de lo contrario cualquier propósito que no

cumpla con esta premisa se verá presagiado de futuras crisis que conllevaría al fracaso de las políticas expresadas en los planes estratégicos de la unidad de información.

La gerencia debe proponer estratégicamente un flujo grama de información que conecte los sitios claves con las áreas más apartadas y críticas de la unidad de información. En este sentido, la armonía o flujo de información se retroalimentaría de la siguiente manera:



Esta relación marcará pautas en los siguientes aspectos:

- Plan estratégico.
- Estrategias globales.
- Tecnologías aplicadas.
- Productos.
- Clientes.
- Recursos-Humanas.

Etapas II- Cómo se está produciendo:

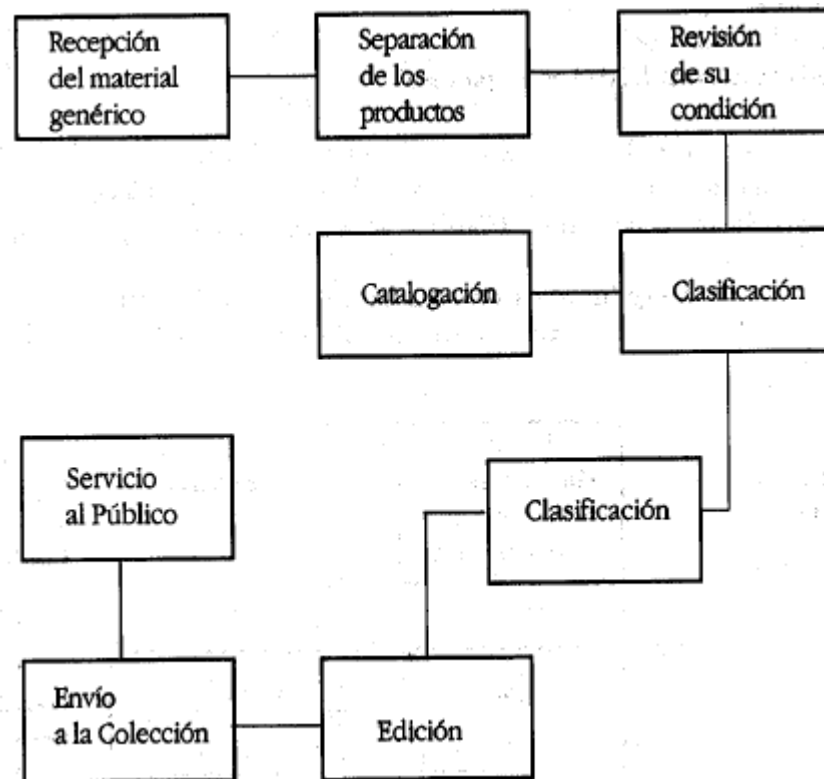
Definición del proceso de producción. Esta fase permite dar o conocer las áreas claves del servicio de información que por lo general presentan las siguientes:

1. Area de Atención al Público.
2. Arca de Administración.
3. Area de Procesos Técnicos.
4. Arca de Computación Estadísticas.

Estas áreas por lo general están interrelacionadas y su funcionamiento gira sinérgicamente como un todo. Pero vale decir, que la producción de productos está representada por los elementos que intervienen en el área de procesos técnicos, que presenta una producción en cadena y esto permite graficar su funcionalidad.

Cadena de Producción del Area de Procesos Técnicos

Gráfico I



La propuesta obedece a que esta área se dinamice y logre adecuarse por medio de la simplificación de la cadena el trabajo, adaptándola a producir productos con calidad a través del manejo eficiente y eficaz trayendo como resultados efectividad en la producción.

La biblioteca o servicio de información de la Universidad de Carabobo, centraliza su propuesta de bibliotecas a través de la gerencia de FUNDACID la cual bajo la autorización de cada biblioteca le administra su cuadro de requerimiento.

Este elemento centro administrador de bibliotecas envía los productos de información solicitados por cada servicio de información y son las unidades que a partir de su estructura antes mencionada le dan su funcionalidad.

La idea de simplificar dicha estructura llega hasta la posibilidad de incluir en su proceso el manejo autónomo y particular del presupuesto por cada unidad de servicio, para que se puedan tomar decisiones a tiempo y así la gerencia de bibliotecas responsablemente defina la política presupuestaria y la ejecución de la misma para que pueda arrancar con una estructura sólida e «independiente».

De esta manera, se tiene que el proceso de producción simplificado debe responder a:

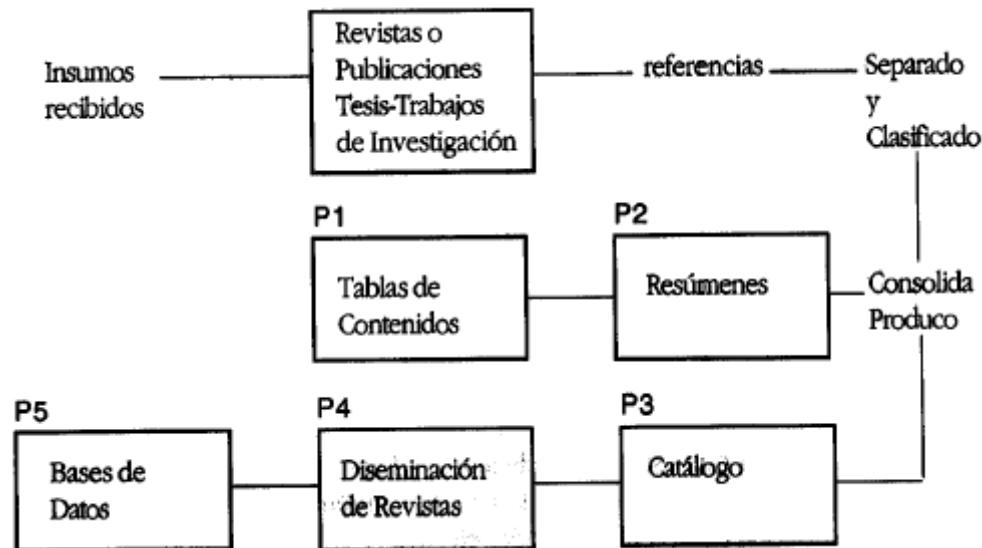
- Direccionalidad.
- Compatibilidad.
- Sencillez.
- Manual homologado.

e. Unidad y responsabilidad en los procesos.

En este sentido, la producción visto de acuerdo a su simplificación (Ver gráfico II), presenta la siguiente estructura, por lo tanto, los productos de información adquirido deben ingresar al área que en definitiva tiene responsabilidad de su procesamiento; ejemplo: (Ver gráfico II)

Simplificación de la Cadena de Producción del Area de Procesos Técnicos

Gráfico II



Es decir, unos productos de información adquiridos, ya no pasan al área de procesos técnicos directamente sino que obvian esa vía y ahora van directo a referencias o sala de documentación y allí los procesarán de acuerdo al Plan Estratégico, produciendo con dichos insumos de información (revistas o publicaciones periódicas), productos de información ya monitoreados para su comercialización a usuarios que están a la espera o demanda de los mismos.

Etapas III: Quién lo está produciendo:

Esta etapa permite adecuar los recursos a las capacidades de producción, esto implica valorizar los recursos y reconducirlos hacia las áreas débiles o críticas del proceso productivo que así lo requieran.

En este sentido, se justifica evaluar tareas, funciones, operaciones y acciones que permitan ajustar la capacidad técnica-operativa de las áreas clave para obtener resultados favorables en la elaboración y consolidación de los productos de información.

En esta fase la gerencia se pregunta quien lo está haciendo, con qué capacidad técnica lo hace?, de allí se debe elaborar un cuadro que permita visualizar el grado de desarrollo operativo técnico profesional y su realidad con las funciones, tareas y operaciones por cada área clave (ver cuadro 1.2., anexos)

Tareas \ Niveles	Operativo	Técnico	Profesional
Funciones			
Operaciones			
Acciones			

Este cuadro permite hacer consideraciones de ajuste al aspecto sobre el cumplimiento de las objetivos propuestos; sin embargo, la orientación del «Justo a Tiempo» es obtener un grupo multidisciplinario capaz de armonizar para producir con responsabilidad lo acordado, para eso se requiere de mucha educación del personal y en el caso de los servicios por el tipo de productos a elaborar, es necesario la capacidad técnica y mucha academia, es decir, profesionalismo especializado por el carácter especial de los recursos a producir con eficiencia y eficacia.

Etapas IV: Evaluación y control del negocio:

La capacidad de producción, de acuerdo Rossetti (1995) se mide tomando en cuenta los elementos que participan y como intervienen en el proceso productivo. En relación a la forma como se produce o se desee producir productos de información en los servicios de información de bibliotecas, aparte de la comisión operativa multidisciplinaria que se responsabiliza del trabajo hay que referirse a los equipos, capacidad y su nivel tecnológico, en el entendido que las nuevas tecnologías en información permiten consolidar, almacenar y disponerla con gran rapidez y confiabilidad a la demanda de usuarios, sin embargo, por razones de política del presupuesto y de la relación costo-beneficio, la idea es obtener mayor beneficios a un costo ajustado a la inversión de gasto, de allí que es necesario evaluar los equipos a través de:

- Medición de su operatividad.
- Capacidad de almacenamiento.
- Rapidez en la recuperación.
- Confiabilidad en las plataformas de tecnología de comunicación.
- Tiempo de utilidad.
- Mantenimiento seguro.

Esta relación de evaluación de la capacidad técnica conlleva a la disponibilidad o limitación del proceso de producción, su reestructuración obedecerá a evitar esfuerzos inútiles, despilfarros, duplicaciones, espacio limitado, confiabilidad de lo recuperado, previsiones en los posibles desperfectos, seguridad y responsabilidad del funcionario para con su equipo y área de trabajo.

Por lo tanto, una efectiva y determinada revisión de la capacidad productiva de la unidad de producción de los servicios de información, da la posibilidad de incorporar o desincorporar el tipo de productos que se elabora, unificación de criterios, alcance de la producción y distribución acertada de la inversión presupuestaria de la unidad estratégica del negocio (los servicios de información).

La evaluación de los planes y programas en toda organización es sinónimo de «Gestión de Auditoria, proceso necesario que posibilita conocer la rentabilidad del negocio como propósito vital de toda política de invertir capital en una determinada sociedad.

Este proceso para la gestión de la Gerencia de Servicio de Información no escapa y se hace fundamental debido a que los servicios se están tecnificando a través de la modernización de su plataforma tecnológica adquiriendo procesos sofisticados de grandes adelantos, producto de las nuevas tecnologías que se aplican en el área de la información aunado a la incorporación de diseños organizacionales que por razones intrínsecas la gerencia moderna los promueve. Entonces dichas unidades de información deben recurrir al análisis de auditoría de gestión.

Esta auditoría permite mejorar los controles, modificar áreas, mantener productos, ajustar gastos, eliminar productos, evitar el despilfarro, comprar a tiempo, agregar nuevos equipos, prever necesidades, incorporar personal especializado, justificar la inversión, ordenar el gasto.

De lo que hoy se trata es darle funcionalidad a las unidades de producción de productos de información y adaptarlos a los nuevos retos que implica competir, y competir es producir con calidad productos que sean altamente satisfactorios por la utilidad que proporcionan al usuario. El sentido de aplicar esta estrategia del «justo a tiempo», es con la finalidad de hacerle ver al entorno que en las instituciones de servicio público se realizan labores de investigación sobre prácticas en áreas concretas, de tal manera que sus resultados se conviertan en hechos positivos y que la universalidad, en este caso la pública, ajuste, adapte, cree y desarrolle procesos con el ánimo de darle funcionalidad al aparato académico administrativo con criterios altamente efectivos.

Recomendaciones:

La estrategia «justo a tiempo» constituye una herramienta gerencial de gran aplicación por contar con recursos técnico estandarizado que se adaptan a las operaciones que en las unidades de producción se llevan a cabo.

La importancia viene dada a que se puede fácilmente ajustar y simplificar procesos para ser reorientados hacia la búsqueda de eficiencia y eficacia en la producción.

Esta estrategia («justo a tiempo») se debe digerir como una metodología para la gerencia media operativa pero, puede traer mucho beneficio al contexto de la gerencia general, porque permite tomar decisiones bien soportadas y fundamentadas.

Esta propuesta a través de la aplicación del «justo a tiempo» le va a permitir al servicio saber con objetividad cual es su capacidad técnica productiva y financiera para elaborar productos de información capaces de ser comercializados con garantía de:

- a. Disposición inmediata de los productos para su consumo.
- b. Disponibilidad en manejar grandes volúmenes de información.
- c. Normalización de la búsqueda.
- d. Calidad del producto.
- e. Funcionalidad en su operación.
- f. Eficiencia en la satisfacción a usuarios.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ✓ MATHEUS, Raju (1995). Modern marketing technique for the effective management of university libraries. Págs. 19-198-201.
- ✓ O'GRADY, P.J. (1994). Just in Time, una estrategia fundamental para los jefes de producción. Editorial McGraw-Hill. Pág. 129.

- √ KOLLER, Philip (1994). Principio del Mercado. Editorial McGraw-Hill, Madrid, España. Pág. 75.
- √ ROSSEITI, José (1989). Introducción a la Economía. Editorial Hakla. México. Pág. 215.

BIBLIOGRAFÍA

- √ BOXWELL, Robert (1994). Benchmarking. Para competir con ventaja. Editorial McGraw-Hill. Barcelona, España. 203 págs.
- √ MELINKOFF, Ramón. La estrategia de la organización. Editorial Contexto Editores. Caracas, Venezuela. 216 págs.
- √ MINTZBERG, Henry (1990). El proceso estratégico. Editorial prentice Hall. México. 1.207 pags.
- √ O'GRADY, P.J. (1994). Just in Time, una estrategia fundamental para los jefes de producción. Editorial McGraw-Hill. Pág. 129.
- √ ROSSETTI, José (1989). Introducción a la Economía. Editorial Halla. México. Pág. 215.
- √ SERNA G., Humberto (1994). Planeación y Gestión Estratégica. Editorial Legis. Bogotá, Colombia, págs. 374.
- √ YIP, George (1994). Globalización, estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional. Editorial Norma. Barcelona, España. 329 págs.-

Universidad de Carabobo
Fundación Centro de Información y Documentación

Valencia, 16 de Abril de 1996

0024- 96

Ciudadano

Msc. Geomar Morillo
Director [e] Biblioteca Central
Facultad Ciencias de la Educación
Universidad de Carabobo.

Me es grato dirigirme a usted en la oportunidad de informarle que su ponencia «Justo a Tiempo. Una estrategia de impacto en la consolidación y comercialización de producto de información» ha sido seleccionada por la Comisión Evaluadora para ser presentada en el CONGRESO VENEZOLANO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN durante el día 16-5-96 con una duración de 15 minutos de exposición y 5 minutos para preguntas.

Le ruego que me haga llegar antes del 19 de Abril lo que le indico a continuación:

- 1.- Resumen y Ponencia, transcritos en un diskette de 3 1/2 pulgadas, usando algunos de los siguientes procesadores de palabras: Word Star, Ms Word, Word Perfect, así como una impresión en papel del contenido del diskette.
- 2.- Curriculum Vitae, original y fotocopia.
- 3.- Información sobre los soportes o recursos que usted necesitará para su disertación.

Agradeciendo profundamente su colaboración, quedo de Ud.,

Muy atentamente,

Ing. Ramón Viggiani Q.
Presidente del Comité Organizador



Universidad de Carabobo
Fundación Centro de Información y Documentación
Asociación Nacional de Directores de Bibliotecas y
Centros de Información del Sector Académico y de Investigación

Otorga el presente Certificado

A:

Geomar Morillo

Por su participación como Ponente en el:

**I Congreso Venezolano
en Ciencias de la Información**

**III Coloquio de Nuevas Tecnologías Aplicadas en el Almacenamiento,
Recuperación y Transferencia de la Información.**

Valencia 15, 16 y 17 de Mayo de 1995

Duración: 16 horas



Ricardo Maldonado
Universidad de Carabobo
Rector

Ramón Diggiani
Presidente del Congreso



Elena Ordoñez
Presidenta

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Area de Estudios de Post Grado
Centro de Información y Documentación
Curso de Analista Documentalista

**Módulo: Planificación Estratégica y Elaboración de Proyectos
Curriculum Vitae del Profesor Geomar Morillo**

Resumen o Abstract

Estudios Realizados: Lic. en Educación, Mención: Ciencias Sociales. UC. (1983). Maestría en Gerencia, Mención: Sistemas Educativos, UBA (1994). Curso de Analista Documentalista. CID-UC. (1995). Actualmente presenta recaudos para el ingreso al Doctorado en Recursos Humanos en la UCV.

Experiencia Profesional: Profesor de la Universidad de Carabobo. Facultad de Ciencias de la Educación e Ingeniería. Cátedras: Geografía Eurasia, Africa y Oceanía (1987); Geografía de América (1988); Introducción a la Economía (1989-1995); Estructura Social Venezolana I y II (1989-1991); Metodología de la Investigación (1994). Sub-Director de la Biblioteca Central de FACE desde 1987.

Participación de Eventos:

Ponente en los siguientes Seminarios:

- AVEC. Tema: «La Educación en Venezuela» (1985) Valencia INCA.
- La Investigación en Ciencias Sociales. Tema: «Elaboración de Trabajo de Investigación» (1991) FACE.
- Planificación y Gerencia. Tema: «La Gerencia Efectiva para el Manejo de Conflictos» (1993). Post-Grado UC.
- La Educación en Venezuela. Tema: «Crisis y Realidad de la Educación Superior en Venezuela» (1993) FUNDA-CID.
- La Postmodernidad. Tema: «La Tecnología. Impacto en el Manejo de la Información» (1994) Facultad de Ingeniería UC.

Asistencia a 40 Seminarios, Conferencias, Coloquios y Foros Nacionales.