

Necesidades informativas de los egresados de LUZ que laboran en Maraven, región zuliana

Siglic H. Gutiérrez Morán y Nelly Primera

*Sistema de Servicios Bibliotecarios
y de Información de LUZ. Biblioteca Central
"Gral. Rafael Urdaneta". División de Extensión.
Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.*

Resumen

El presente trabajo evidencia las necesidades informativas de los egresados de LUZ que laboran en Maraven, región zuliana y las potencialidades que posee el Sistema de Servicios Bibliotecarios y de Información de LUZ (Serbiluz) para satisfacer dichas necesidades. Como conclusión, en cuanto a Serbiluz, posee potencialmente la capacidad tecnológica y servicios de información para interconectarse y satisfacer sus necesidades de información.

Palabras clave: Necesidades, información, petróleo, egresados.

Informational Needs of University of Zulia Graduates who Work in Maraven in the Zulia Region.

Abstract

This paper researches the informational need of University of Zulia (LUZ) graduates who work in the Maraven Oil Company in the Zulia Region, and the potential to satisfy those needs in the Library and Informational Service System in LUZ (SERBILUZ). As a conclusion, SERBILUZ does have the potential technical and informational service capacity to interconnect and to fulfill those informational needs.

Key words: Needs, information, oil, graduates.

INTRODUCCIÓN

La Universidad del Zulia dentro de su Filosofía de Gestión ha definido (1997:21) “La relación de la Universidad del Zulia con su entorno debe partir de un intercambio equilibrado que deje valor agregado social tanto a la institución como a la comunidad regional y nacional, de forma tal que pueda cumplir su compromiso de liderazgo en la búsqueda de la transformación social deseable”.

Con el objeto de insertarse dentro de los lineamientos de estos principios, el presente estudio se ha propuesto acercarse cognitivamente a los egresados de LUZ que laboran en Maraven, región Zulia con la finalidad de indagar la posibilidad de establecer lazos de intercambio entre las dos instituciones.

En él se procura indagar cuáles son sus necesidades de información, frecuencia y uso de la información para la solución de problemas específicos.

Como herramienta metodológica conceptual se tomó en cuenta la política económica establecida por PDVSA para enfrentar los retos de la globalización y su incidencia en la información.

Con la encuesta realizada se obtuvo el perfil del egresado de LUZ que trabaja en Maraven así como, edad, idioma que domina relacionado

con el nivel de conocimiento, año de egreso, manejo de computadora y categoría de profesional.

En cuanto a las necesidades informativas se clasificó la utilización de la información, los medios que utiliza, frecuencia y para qué los usa.

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el caso de la presente investigación son los egresados de La Universidad del Zulia, tanto del pregrado como de los postgrados, quienes al concluir sus estudios pierden, por lo general, el vínculo con la universidad y con ello la posibilidad de retroalimentarla y ellos, a su vez, alimentar su proceso de aprendizaje. Esta situación se evidencia al desconocer las universidades las necesidades de información que estos requieren en su ejercicio laboral y la visión que dichos profesionales se forman al incorporar, con el tiempo, lo aprendido en su trabajo diario

Por lo tanto, el objetivo central de este trabajo consiste en determinar las necesidades informativas de los egresados de LUZ que trabajan en MARAVEN, región zuliana utilizando como medio la plataforma tecnológica del Serbiluz.

1.1. Objetivos específicos

1. Determinar el perfil del egresado de LUZ que labora en la filial MARAVEN de PDVSA, región Zuliana.
2. Determinar *los medios* de información y comunicación disponibles en la filial MARAVEN de PDVSA, región zuliana, para satisfacer las necesidades de información de los egresados de la Universidad del Zulia que trabajan en dicha empresa.
3. Determinar *la frecuencia de uso* de los medios de información y comunicación disponibles en la filial MARAVEN de PDVSA, región zuliana, para satisfacer las necesidades de información de los egresados de la Universidad del Zulia que trabajan en dicha empresa.
4. Identificar los medios de información y comunicación que posee Serbiluz para satisfacer las necesidades informativas de los egresados de LUZ que trabajan en MARAVEN, región zuliana.

2.- FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1.- PDVSA: La respuesta de Apertura de Venezuela

Las nuevas tecnologías de información establecidas por las corrientes financieras globales hacen que cada vez sea más difícil para los gobiernos controlar la información financiera, posibilitando que las corrientes de capital crucen sin ninguna dificultad las fronteras.

Desde la perspectiva de la globalización “las distancias pierden significado y se desarrolla plenamente la economía de mercado. La revolución de las informaciones agiliza el comercio mundial y las inversiones internacionales” (Deutschland. 1995:16).

En esa situación globalizadora de la economía y la telemática se inserta Venezuela con sus desagradables consecuencias. La crisis financiera y una devaluación significativa en 1983, fueron los principales indicios de declinación. Venezuela se ubicó entre los países con peor desempeño competitivo durante lo que llegó a conocerse como la década perdida de los ochenta, una década en la cual prácticamente toda América Latina sufrió un fuerte deterioro económico.

Para finales de 1988, el Estado Venezolano y su sistema económico se dirigían hacia la quiebra. El endeudamiento externo, la pérdida de acceso a los mercados internacional de capitales y el deterioro de los precios del petróleo pusieron de manifiesto, la extrema vulnerabilidad externa del país y las limitaciones del modelo de crecimiento que se venía aplicando. “... Para 1989, el país presentaba desequilibrios macroeconómicos insostenibles, una economía fuertemente regulada, con señales distorsionadas de precios, excesiva intervención estatal y una administración altamente politizada y corrupta” (Villegas de A., E: 1996:63-62).

Como primer paso para salir de este estancamiento económico se planteó entrar en el ruedo del mercado de la globalización de la manera más competitiva posible y se realizó a través de la empresa más pujante del país; PDVSA. De acuerdo con las declaraciones del presidente de PDVSA Luis E. Guisti (1995:2) referente a la apertura petrolera «Se estima que luego de concluir el proceso licitatorio a principios de 1995, se tendrán importantes entradas de divisas, a partir de ese mismo año, del orden de varios millones de dólares en la cuenta de capital del país, fortaleciéndose las reservas internacionales venezolanas» y, efectivamente, lo realizó en grande con la denominada *Apertura Petrolera* con la cual se

espera recibir inversiones en el lapso de los 10 años un monto en el orden de los 8 a 10 mil millones de dólares durante la próxima década (Guisti, E., 1995:4).

Estas circunstancias geoeconómicas nos permiten visualizar las razones estratégicas por las cuales la empresa Maraven asume un rol importante dentro de la política comercial de PDVSA, y por ende, la responsabilidad de sus profesionales. *Lo que obliga a estos trabajadores a mantener una permanente vigilia sobre los acontecimientos económicos mundiales, y de manera especial el petróleo. Para ello, están llamadas las universidades a brindarle el apoyo requerido que les posibilite cumplir con su compromiso y que, a su vez, posibilite formar parte activa dentro del proceso de decisiones más trascendentales de la vida nacional, las relativas al asunto petrolero.*

2.2.- La Alternativa Universitaria

En este nuevo *Paradigma de la Globalidad* las universidades del tercer mundo juegan un papel vital en el proceso de creación y transformación de la realidad por estar llamadas a establecer un proceso de integración de conocimientos y transformación

Pero para alcanzar este nuevo paradigma las nuevas tecnologías exigen al educando destrezas de pensamiento y destrezas de comunicación y computación que posibiliten la actual demanda de calidad total. Para ello Ferreira (1994: 216) propone que:

«la vida académica e institucional sea una relación dialógica que lleven a trabajar, IN SITU, a los docentes vinculados a las carreras científicas y tecnológicas y humanísticas y a los ejecutivos y profesionales de las empresas a enseñar en el aula. Éste es el único camino para alejar a la universidad del mundo imaginario maquinado en las aulas. En la industria, el docente podrá conversar con los «hacedores de realidades», estudiar el estado actual de los procesos manufactureros y organizacionales, investigar, confrontar problemas de la vida real. La nueva era está exigiendo *un modelo de educación superior compartida con las empresas y las organizaciones públicas y privadas del país*».

En esta fase se requiere conocer las necesidades de su entorno y sobre todo una metodología que permita concebir cognitivamente un pro-

ceso de interrelación fluido y permanente de conocimiento donde la praxis sea el elemento primordial de esta nueva era.

2.3.- La Información como necesidad

Para que el hombre pueda apoderarse de sus objetos de necesidades, requiere conocerlos, estudiarlos, ya que parte de su naturaleza es también su capacidad cognitiva, es decir, su capacidad de hacer abstracción de su entorno con la finalidad de elaborar signos que le permitan codificar su realidad para transformarla. Para ello requiere de INFORMACIÓN, concepto con muchas acepciones que van desde la utilizada por el sentido común hasta las más complejas conceptualizaciones matemáticas.

En nuestro caso, manejaremos el concepto tomado del investigador cubano, Israel A. Núñez Paula (199-p. 16):

«en la realidad objetiva existe un determinado tipo de objeto cuya representación ideal es una necesidad subjetiva que deviene en un interés y que ese objeto encierra una contradicción entre algo que existe y alguna actividad que carece de ello, ya que tal contradicción es la que genera la necesidad.

En el plano de las necesidades informativas la existencia objetiva y social de determinados problemas y exigencias para la actividad del hombre y la existencia, también objetiva, de la información que puede resultar útil para la solución de tales problemas o exigencias, determinan el surgimiento de lo que podemos llamar necesidades objetivas de información, independientes de la conciencia individual»

En otras palabras, el hombre para poder subsistir requiere satisfacer sus necesidades, bien sea físicas (hambre, sueño, abrigo, afecto etc.) o las creadas por él, desarrolladas por los medios de producción; no obstante, alcanzar su satisfacción implica “tomar” del entorno los elementos requeridos que posibiliten tal objetivo. Pero previo a ello debe “conocer” lo que le permitirá tal satisfacción, conocimiento que muchas de las veces se oculta o no se percibe debido a que el mismo hombre no lo reconoce como información pertinente.

Por otra parte, este proceso de satisfacción resulta “ad infinitum” debido a que las necesidades biológicas dejan de percibirse y satisfacerse en el momento de la muerte. En cuanto a las necesidades generadas por el hombre también se perciben “ad infinitum” porque siempre el ser huma-

no está creando necesidades ficticias, es por lo tanto, un proceso dialéctico enmarcado dentro de la historia de la humanidad, esté o no consciente de su relación con su entorno. De allí el carácter ontológico e histórico que posee el concepto Información.

2.3.1.- Nuestros receptores de información

Como este estudio trata lo concerniente a la divulgación de los Servicios de Información se hace necesario definir el público, pero para ello debe segmentarse en cuanto a sus intereses y necesidades para poder “ofrecer” los servicios de información que ofrece Serbiluz.

Con la finalidad de atender este requerimiento metodológico se va a utilizar la conceptualización establecida por Pasquali donde concibe las tres categorías de difusión a saber:

«1.- Se entiende por **difusión** el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensible a la totalidad del universo receptor disponible en una unidad geográfica, socio-política, cultural etc.

2.- Se entiende por **divulgación** el envío de mensajes elaborados mediante la transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes omnicomprendibles, a la totalidad del universo receptor disponible.

3.- Se entiende por **diseminación** el envío de mensajes elaborados en lenguajes especializados a receptores selectivos y restringidos (En la adopción de estos tres términos se pretende haber respetado al máximo el sentido primario de los mismos: «Difundir» como derramar desparramar libremente: «divulgar» por vulgarizar y hacer accesible al público, «Diseminar» como sembrar selectivamente en el lugar más apropiado». (Pasquali, A. 1990:200-201).

Sobre la base de estas características conceptuales, aportadas por Pasquali, se adoptó la terminología para poder manejar las variables bajo los siguientes tres grandes grupos de usuarios de la información como son: *las grandes mayorías o masas, los usuarios activos de la información y los especialistas.*

2.3.2 - El usuario activo de la información

En el caso nuestro, *procuramos conocer las necesidades formativas e informativas de los egresados de LUZ, para definir estrategias y*

políticas de divulgación e información que permitan satisfacer dichas necesidades.

No obstante, para asimilar la información se requieren ciertas condiciones inherentes al hombre y al entorno; utilizando como herramienta algunos parámetros del enfoque socio-sicológico, ya que mediante éste se pueden *ubicar y superar ciertas barreras individuales y grupales que impiden la asimilación de la información.*

2.4.- SERBILUZ: Un enfoque gerencial

Es imprescindible en este aparte indicar las razones metodológicas por las cuales hemos seleccionado el enfoque socio-sicológico para manipular las variables teóricas que se encuentran implícitas en la divulgación de los servicios de información del Serbiluz

Para ello es necesario conocer *¿qué tenemos?* y *¿qué ofrecemos?*

2.4.1. ¿Qué tenemos?

En esta parte es donde se pueden establecer algunos parámetros que orienten hacia una política de difusión y divulgación de los servicios.

a. Recursos bibliográficos, audiovisuales y especiales

Las colecciones de las Bibliotecas y Centros de Documentación e Información del Sistema están estimadas en:

- 500.000 volúmenes que incluyen: libros, títulos de revistas, tesis de grado, proyectos de investigación, informes técnicos, normas y catálogos industriales.
- 23.230 piezas de material audiovisual que incluyen: videocasetes, películas, diapositivas, programas sincronizados, filminas y cassettes

b. Recursos Especiales

Adicionalmente, como recursos especiales para la prestación de los servicios se cuenta con:

- 15 títulos de índices y abstracts, en discos compactos (CD-ROM)
- 1.041 títulos de tesis de grado de la Facultad de Ingeniería, en discos ópticos-magnéticos.

2.4.2. ¿Qué Ofrece?

Serbiluz, ha pretendido construir una infraestructura adecuada para el desarrollo de los programas de docencia e investigación, mediante la prestación de servicios de información de calidad. Al efecto, se han desarrollado 27 modalidades de servicios, que se ofrecen en diferentes horarios de atención al público en las unidades bibliotecarias que conforman el sistema. Entre estos servicios se encuentran:

a. Servicios Internacionales

- Interconectividad con Reaccium y las bases de datos nacionales de diversas Universidades
- Internet, WEB, Correo Electrónico.

b. La Producción Intelectual de LUZ (PILUZ)

Con la creación de la Biblioteca Central «Gral. Rafael Urdaneta», al ejecutar el proyecto «*Banco de datos de la Producción Intelectual de LUZ*» (PILUZ), (Díaz T. 1994:2) de manera electrónica desde 1987 hasta el presente, se ha organizado físicamente en las 25 unidades del sistema, 18 mil documentos. Hoy por hoy, se tiene en línea 13 mil quinientos registros de información referencial, lo que representa el 75% del monto total estimado hasta el segundo semestre de 1997, aproximadamente, ya que diariamente se van incorporando nuevos registros.

Este acervo documental se encuentra actualmente en formato de Disco Compacto (CD-ROM) .

c. Indización de la Revistas Científicas

Mediante este proceso de automatización se está almacenando, desde 1995, en una base de datos: el título del artículo, autor, resumen en español u otro idioma y las citas bibliográficas, teniendo hasta el presente un total de 54.000 artículos procesados, de un total de 26 títulos arbitrados y debidamente identificados, (Fundacites Mérida-Zulia-LUZ. 1997).

d. Serbiluz y su WEB

El otro gran salto tecnológico ha sido la creación de un servidor WEB el cual puede ser consultado en <http://serbi.luz.ve> donde se ha colocado para la consulta los registros procesados hasta el momento de PILUZ, el banco de datos del catálogo de libros de LUZ conformado hasta

el presente por más de 12 mil títulos, la biblioteca Virtual Alejandría y consultas directas a las unidades del Sistema.

3.- METODOLOGÍA

El tipo de estudio realizado es **exploratorio-descriptivo** (Hernández S. R.; Fernández C., C. 1993) debido a que no existen los suficientes antecedentes que permitan establecer correlaciones entre las diversas variables o la manipulación independiente de las mismas para conocer las necesidades de información de los egresados de LUZ.

Se consideró como la población objeto de estudio a todos los egresados de las diversas promociones y de todas las profesiones de La Universidad del Zulia que laboran en Maraven en el Estado Zulia, en el momento de realizar la encuesta, en 1997, y que cumplieran con las siguientes características.

1. - Usuario de la Red Interna de Maraven
2. - Que apareciera en el directorio telefónico de Maraven

Para la muestra poblacional, se utilizaron dos técnicas para la recopilación de la información: documental y encuesta por muestreo aleatorio

La recopilación de la información documental se basó primordialmente en los registros localizados en todo el Sistema. Referente a la encuesta por muestreo se elaboró un cuestionario de 17 preguntas, de las cuales 11 eran divididas en otros indicadores para determinar los valores reales de la información aportada y detectar la veracidad de la información.

Por intermedio del CITID se ubicaron los egresados de LUZ que poseían teléfono y correo electrónico, dando como resultado una población de 175 sujetos, de acuerdo con la información suministrada por el CITID, para una muestra de 79 sujetos.

Las instalaciones telemáticas del CITID (Centro de Información Técnica de Maraven) fueron habilitadas para el envío del cuestionario a los egresados de LUZ que laboran en la región zuliana a través del correo electrónico interno y desde la Biblioteca Central de LUZ «Gral. Rafael Urdaneta» se realizaron las llamadas para entrevistar a los sujetos.

4.- INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1.- Frecuencia de la edad

El promedio de edad de los sujetos encuestados se encuentra entre 22 y 30 años, para un 70%. Siendo la mediana de la población de 28 años.

4.2. -Estudios de cuarto nivel

En cuanto a los estudios de cuarto nivel la encuesta arrojó que 62 de los encuestados (78%) no poseen estudios de postgrados. Con especialización, reportaron 5, para un 6%, mientras que con maestría 12, lo que representa el 15% de la muestra. De acuerdo con esto se infiere, estadísticamente, que el porcentaje de la población que no tiene estudios de postgrados está comprendida entre el 74% y 81%.

4.3.- Idioma que dominan

De los 79 encuestados, 30 respondieron que no dominan ningún idioma extranjero para un 38%, pero 41 de los sujetos afirman dominar el inglés, es decir, un 52 %, mientras que el Italiano 2, inglés y francés 3, con lo cual, *44 sujetos hablan otro idioma (64 %)*. Lo que demuestra motivación por parte de los egresados en dominar otra lengua que le permita acceder a otras fuentes de conocimiento y de manera especial, el inglés por ser el idioma base de la ciencia en la actualidad.

4.4.- Año de egreso

Respecto al *año de egreso como profesional* se encontró que el mayor número se ubica entre los años 92-96 con 61, es decir, el 78%, siendo la mediana el año 94. *El 82% se graduaron después del año 92.*

En cuanto a los cargos ocupados, 49 individuos (62%) ocupan los denominados otros, es decir, aquellos clasificados fuera de cualquier categoría gerencial o de mando.

4.5.- Manejo de computadoras

Referente a la capacidad operativa en el manejo de computadoras, el 100% respondió que SI, por lo tanto, al no existir variabilidad se estima que toda la población maneja computadora.

Pero esta interrogante fue complementada con las preguntas ¿Qué programa maneja? con tres alternativas y el nivel en que lo maneja, para

conocer bajo que ambiente trabaja y el dominio que tiene sobre dicha herramienta. Como resultado se obtuvo que:

El uso de la computadora por parte de los encuestados revela que existe una gran propensión hacia el manejo de Windows, ya que en las 3 opciones este paquete aparece en primer término con un 94%.

4.6.- Categoría de los profesionales

Con la finalidad de complementar el perfil de egresado, se estudió la distribución de los profesionales, obteniéndose los siguientes resultados.

Al realizar la proyección hacia la población encontramos que el 23% de los profesionales son de las Ciencias Sociales, mientras los del área Científico Técnica están en el orden del 73% y 81%.

4.7.- Las necesidades informativas

Se les preguntó a los sujetos si requieren información científica, para qué la utiliza y dónde la busca.

Para la primera pregunta la respuesta fue la siguiente:

De los 79 interrogados, 74 afirmaron que **Si** requerían información científica, un **93 %** de la muestra, mientras que 6 dijeron **No** para un **6%**.

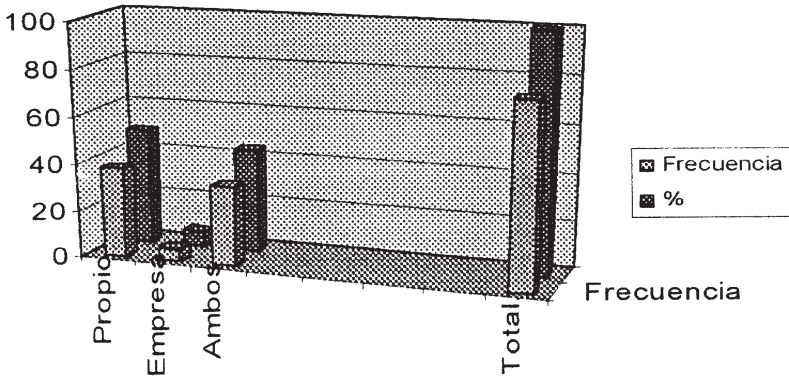
También se les preguntó si la información es *solicitada por la empresa o por iniciativa propia y para qué utiliza* la información.

La primera de ellas se efectuó con la finalidad de conocer hasta qué punto se encuentran exigidos por la empresa para actualizar sus conocimientos y hasta dónde es motivación de ellos.

Como resultado de la misma se obtuvo que el **49%** respondió que era iniciativa propia. Como exigencias de la empresa respondieron el **6%**, por “ambos” **44%** y dos no respondieron.

Pero al sumar los que respondieron que la información la solicitaban por iniciativa propia y los que concluyen que por “ambos” motivos, el total de carácter personal se eleva a un **93%**, es decir que prevalecen las razones de índole **personal** en la búsqueda de información.

Gráfico 1
¿Por quién es solicitada la información?



Fuente: S.G.

4.8.- Los servicios de Información Automatizados

4.8.1. - Internet

El **83%** de los 79 encuestados respondieron que **Si** usaban Internet, sin embargo, tres (3) no pudieron identificar ningún servicio de Internet, lo que redujo la cifra a 63.

4.8.2. -El CD-ROM

Sobre el uso de este servicio se obtuvieron los siguientes resultados: De los 79 encuestados sólo **18 (23%)** afirman usarlo para sus búsquedas de información. Lo que hace que este sistema sea el menos consultado.

Situación que se puede explicar debido a que la mayoría de los computadores que utilizan en la empresa no poseen multimedia, solo en áreas especializadas como el CITID dónde se concentran las normas internacionales en CD-ROM (García, S. 1996).

4.8.3. - El Correo Electrónico

Referente a este medio, se pretendió verificar su uso, utilidad y desempeño, desde la plataforma tecnológica de Serbiluz al procurar enviarle por correo electrónico la encuesta a los profesionales egresados de LUZ que laboran en Maraven.

Al establecer el primer contacto con la empresa para ubicar el correo electrónico de los empleados de Maraven se encontró con el primer inconveniente; *no se da acceso desde afuera, ya que, el servidor que utilizan es regido de manera estricta por su empresa (IANTESA, 1997), pero los costos que ofrece son bastante altos como para utilizar dicho sistema en encuestas múltiples.*

Además, se detectó que no todos los profesionales que laboran en Maraven poseen correo electrónico, existen áreas en las cuales se tiene un sólo correo electrónico para una conjunto de profesionales (García, S. 1997b), factor que limitó la muestra.

Se procuró efectuar la misma a través del Centro de Información Técnica de Maraven (CITID, ahora denominado CITIG) utilizando como medio el correo electrónico interno, lo que fue aprobado por la gerencia de la empresa.

Como respuesta, *de las 30 encuesta pilotos que se enviaron, apenas 16 fueron contestadas por correo electrónico.* Se reconsideró nuevamente la metodología para recopilar la información y se decidió la utilización del teléfono en lugar del correo electrónico, ya que, quienes lo usan deberían tener una computadora con su CCMAIL, todo esto con el objeto de mantener la variable tecnológica y poder asumir la encuesta.

4.8.4.- Medios Impresos

Como medios impresos se cuantificó y calificó el uso de las revistas y libros como herramienta de búsqueda de información.

4.8.4.1.- Revistas

Como respuesta a la pregunta *¿Utiliza revista para actualizar sus conocimientos?* se obtuvo que 62 de los 79 encuestados respondieron afirmativamente para un **78%**, mientras que 17 (**21 %**) contestaron **No**.

Para obtener un criterio más cercano sobre el verdadero uso, se les exigió que mencionaran tres revistas con su respectivo título y que señalaran si éstas eran nacionales o extranjeras.

Se procuró determinar cuántas revistas consultaban y con qué frecuencia, para ello se les ofrecieron tres opciones.

Para clasificar las revistas se dividieron de acuerdo con el público al cual va dirigido. Al sumar las tres opciones de las revistas se obtienen los siguientes resultados: El total de títulos de revistas es de **treinta y seis (36)**, de éstas el **64%** son divulgativas y **35%** especializadas, con la si-

guiente frecuencia de consulta por revistas: divulgativas **75%**, especializadas **22%**. Siendo las más consultadas.

Petróleo	13 veces Divulgativa
Gerente	10 veces Divulgativa
Petroleum	8 veces Divulgativa
Economía Hoy	4 veces Divulgativa
Producto	4 veces Divulgativa

Se les solicitó identificar también dónde la consultaban, dando como resultado que el **30%** de las revistas se revisan en los centros de información de la empresa, mientras que el **69%** restante eran adquiridas por suscripción o compra.

4.8.4.2.-Los Libros

Como respuesta a la pregunta “¿Utiliza libros para actualizarse en su área de conocimiento?” De los 79 encuestados, 66 respondieron que **SI** para un **83%**, mientras que trece dijeron que **No**, para un **16%**.

4.8.5.- Asistencia a Eventos

De los 79 entrevistados contestaron afirmativamente 42, para un **56%**. Mientras que 33 dijeron que **No**, para **44%**.

4.8.5.1.- Tipos de eventos asistidos

Como el evento al que más han asistido, señalaron los cursos dictados por la empresa como parte de la formación de su personal con un **45%**, en segundo lugar las Jornadas, sin especificar el tipo de jornadas para un **24%** y, en tercer lugar, las **12%**. Los otros restantes seminarios y congresos tienen 4 cada una.

4.9.- Frecuencia de uso de los medios

De acuerdo con las respuestas brindadas la de mayor frecuencia es la denominada **esporádica o mensual**, siendo *las revistas* la de mayor consulta **74%**, con la tendencia más uniforme. Le siguen *los libros* con **50%** *Internet* con **42 %** y por último el *CD-ROM* con **39%**.

En el renglón **semanal**, la primera frecuencia de uso lo ocupan *los libros* con **38%** y le siguen los *CD-ROM* con **34%**.

Con menor aceptación ubicaron la **diaria**, pero dentro de éstos el que posee mayor frecuencia es *Internet* con **24%**.

Estas características presentadas por la muestra, permiten establecer un criterio muy importante en cuanto a la periodicidad del envío de información, ya que, la tendencia es hacia la **consulta mensual**, sobre todo, los medios impresos, teniendo *las revistas* el lugar preferencial con **74%**.

CONCLUSIONES

1. Los datos anteriores nos llevan a la consideración de que en el momento de establecer una estrategia de información para estos potenciales usuarios, los medios más eficaces en cuanto a receptividad son **Internet, Revistas y Libros, en ese orden**.
2. El hecho de que el medio menos utilizado sea el **CD-ROM** tiene sus explicaciones, debido a que éste es un recurso donde se manejan bases de datos especializadas que requieren en la mayoría de los casos cierto nivel de adiestramiento como son las normas internacionales. El sistema de información de la empresa Maraven no posee colecciones de libros o textos, por lo tanto, no se encuentra dentro de los lineamientos de la misma, proporcionar tal tipo de documentación a su personal.
3. La población posee poca experiencia en el área laboral y en proceso de adaptación a los requerimientos de la empresa por ser joven, ya que la misma oscila entre los 28 y 31 años. Debido a que su egreso universitario oscila entre los años 1993- 95, para toda la población, es factible que en su proceso de adaptación a la empresa requieran de permanente insumo de información tanto laboral como de índole personal.
4. Se observó una tendencia muy definida hacia la búsqueda de información de índole personal, esta actitud es posible interpretarla debido a varias causas. En primer término; el hecho de ser una población, en su mayoría, ubicada entre los recién ingresados a la empresa cuyo cargo está clasificado en "otros", es decir, fuera de las posiciones de decisión dentro de la empresa y mayor remuneración económica, lo cual les obliga a asumir un proceso formativo, y por ende, mayor búsqueda de información que les posibilite tener un nivel competitivo para aspirar nuevos cargos dentro de la misma.

5. De acuerdo con estos resultados, la clasificación de los usuarios responde al de los **potenciales y activos, es decir, aquellos conformados por profesionales, industriales, gobierno, productores agropecuarios y otros, que están llamados a utilizar la producción generada por la ciencia y la tecnología para la transformación del medio y la sociedad. Situación que delimita las acciones a tomar para definir políticas de difusión referente a los servicios de información**
6. A pesar de que la industria se ha preocupado por darle a sus empleados una herramienta poderosa de búsqueda de información, y con un alto porcentaje de uso, no ha dispuesto una estrategia de formación para su personal en cuanto a los WEB-SITE, ya que, los temas de interés de la empresa no quedan evidenciados en los indicadores señalados por los sujetos, al referirse dónde buscan la información en Internet, debido a que la mayoría son motores de búsqueda comerciales y de interés general, aquellos que pueden proporcionar WEB-SITE específicos no son mencionados.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario la realización de un estudio sobre el uso interno de los centros de información de la empresa por parte de sus empleados, en cuanto a frecuencia de uso y consultas, para coordinar las posibles estrategias informacionales entre las dos instituciones, ya que el Serbiluz, con la nueva red de fibra óptica y con sus 25 unidades de información instalada (Abril, 1998), puede ampliar en un 100 por ciento la capacidad de comunicación.
2. Aunque Serbiluz adolece, en estos momentos, de suficiente personal especializado y no especializado para atender la demanda interna, el poco personal disponible está en capacidad de ubicar los WEB-SITE de interés de la empresa para ofrecer un servicio que reúna las condiciones cónsonas a las responsabilidades de las mismas.
3. Como la estrategia de la empresa Maraven ha sido mantener actualizados a sus empleados con cursos en las áreas que consideran que deben fortalecerse, tal como lo registra la muestra tomada, esta herramienta educacional podría formar parte de las ofertas del Serbiluz en el uso efectivo de las páginas WEB y los motores de búsqueda más

importantes que faciliten ubicar información sobre la actividad petrolera, comercialización y tecnología de la misma.

4. Al contactar el Web **WWW.Serbi.luz.ve.** el usuario tendrá la oportunidad de disponer en su microcomputador personal de la Producción Intelectual de la Universidad del Zulia, el catálogo de libros de LUZ en sus diversas unidades de información, constituido por más de 17 mil títulos hasta el presente; así como también, el catálogo de artículos y revistas de la Universidad, conformados hasta el presente por 54.000 artículos procesados de 26 títulos arbitrados y debidamente identificados con su resumen, autor y título.

Bibliografía

- CASTELLANO, A. 1994. "Relación entre la Educación Superior y la Sociedad Productiva. Líneas de Investigación" En **Jornadas Nacionales Perspectivas para mejorar la calidad de la Educación Superior Venezolana**. Documento Base. Editorial. CONDES. Universidad del Zulia (Venezuela).
- CÓRDOVA, A. 1995. **Inserción de la A.L en la economía mundial. Antecedentes y perspectivas**. Trabajo monográfico
- CORTÉS, A. 1994. "Países del Mercosur invierten \$ 480 mil en Venezuela." En **El Nacional**. Sección. Economía y Negocios, Caracas (Venezuela).
- DÍAZ, T. 1996. "Banco de Datos Producción Intelectual de LUZ". Trabajo monográfico. Universidad del Zulia, Maracaibo (Venezuela).
- FEREIRA, E. 1994. "Innovación Tecnológica y Desarrollo de Recursos Humanos". En **Jornadas Nacionales Perspectivas para mejorar la calidad de la Educación Superior Venezolana**. Documento Base. Editorial. CONDES. Universidad del Zulia (Venezuela).
- GUISTI, E. 1995. "La apertura una opción real para la inversión privada". En **Petróleo Internacional**. Septiembre-octubre, Caracas (Venezuela).
- GUTIÉRREZ, S. y ORTEGA, E. 1988. **Programa de la División de Extensión de la B.C. "Gral. Rafael Urdaneta"**. Monografía. Universidad del Zulia, Maracaibo (Venezuela).

- GUTIÉRREZ, S. y ORTEGA, E. 1997. **Programa de gestión de la División de Extensión de la Biblioteca Central “Gral. Rafael Urdaneta”**. 1997-2000. Infografía. Universidad del Zulia, Maracaibo (Venezuela).
- GUTIÉRREZ, S. y ORTEGA, E. 1997. 15. Propuesta Metodológica para la divulgación de la Producción Intelectual de LUZ. **III Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación**. Caracas, 23 al 25 de octubre de 1996. Pag. 15. Caracas (Venezuela).
- GUTIÉRREZ, S. y ORTEGA, E. Boletines del CONDES del N1 5 al 34.1977-1992. Maracaibo. Universidad del Zulia (Venezuela).
- GUTIÉRREZ, S. y ORTEGA, E. 1996: “Fundacite Mérida y Serbiluz estrecha Vínculos en el Primer CD-ROM de publicaciones Científicas de Venezuela”. Periódico: **Universidad del Zulia**. Del 11 al 17 de marzo. 5ta Epoca. (Año 9, N1 107) (Venezuela).
- MARAVEN 1997. **Maraven: Dimensión de Futuro**. Folleto. Edit. PDVSA, (Venezuela).
- MORILLO PRIETO, N. 1996. **Anteproyecto para la creación y desarrollo de una infraestructura informacional en apoyo al Postgrado y a la investigación**. Mimeografiado. LUZ, Maracaibo (Venezuela).
- NIEVES, F. 1994. “Relación entre Investigación en la Instituciones de Educación Superior y las necesidades del País”. En **V Seminario la Investigación en las Universidades del País**. Edit. CDCHT y Serbiluz, Caracas (Venezuela).
- NÚÑEZ PAULA, I. A. 1992. “Enfoque socio-psicológico de los niveles de existencia de las necesidades informativas y sus implicaciones para una metodología de estudio”. **Ciencias de la Información**. Vol.23.N0 2.86-97. Edit. IDICT, La Habana (Cuba).
- NÚÑEZ PAULA, I. A.1990. Compilador. “Información: Aspectos Socio-psicológico” **Bases teóricas y rasgos fundamentales del enfoque Socio-sicopedagógico del Servicios Informativo-Bibliotecario**. I: 32-67. Edit. IDICT, La Habana (Cuba).
- NÚÑEZ PAULA, I. A. 1993. “Los aspectos Socio-psicológico en la dirección de los sistemas de información documentaria”. **Ciencias de la Información** Vol 28. 5:22-34 Edit. IDICT, La Habana (Cuba).

- PÁEZ, I. 1992. "Pautas para la investigación de usuarios y de información en ambiente universitario". En **Calidad Tecnológica y Globalización en la Educación Superior** Edit. CRESELAC, Caracas (Venezuela).
- PADRÓN, J. 1995. Taller. "Diseño de redes de investigación de una Gerencia de Investigaciones Universitarias". En **III Jornadas de Postgrado LUZ**. Mimeografiado. Edit. Universidad del Zulia, Maracaibo (Venezuela).
- PASQUALI, A. 1990. **Comprender la comunicación**. (4^{ta} Edi.). Monte Avila, Caracas (Venezuela).
- SABIL. 1995. **Programa de automatización: Proyecto automatizado de Bibliotecas de LUZ (SABIL)**. Monografía. Universidad del Zulia, Maracaibo (Venezuela).
- SERBILUZ. 1995. **Documento base de requerimientos de infraestructura tecnológica y no tecnológica ante la Ley de Programa de Crédito Público-Programa BID-LUZ**. Monografía, Edit. Universidad del Zulia, Maracaibo (Venezuela).
- SIR. Sistema de Servicio Referencial de LUZ. 1996. Desplegable. Edit. Universidad del Zulia, Maracaibo (Venezuela).
- VROM.G. 1992. **Cien mil revistas científicas se producen cada año**. En El Diario de Caracas, Caracas (Venezuela).
- LUZ. 1997. Unidad Estadística. **Boletín Estadístico**. Edit. Secretaría de LUZ. Maracaibo (Venezuela).