

**DISEÑO Y PLANTEAMIENTO DE UN ESTUDIO DE USUARIOS EN UNA
HEMEROTECA ELECTRÓNICA: EL SERVICIO DE PRENSA ELECTRÓNICA
DE LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE**

Rosario Arquero Avilés

Profesora del Departamento de Biblioteconomía y Documentación

Facultad de Ciencias de la Información

Universidad Complutense

M^a Luisa García-Ochoa Roldán

Directora de la Biblioteca de la

Facultad de Ciencias de la Información

Universidad Complutense

PALABRAS CLAVE:

HEMEROTECAS ELECTRÓNICAS; HEMEROTECAS UNIVERSITARIAS;
PLANIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y
DOCUMENTACIÓN; ESTUDIOS DE USUARIOS; FACULTAD DE CIENCIAS DE
LA INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

RESUMEN

Se parte de una revisión de los principales hitos que han marcado la trayectoria de la hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, desde su creación hasta la actualidad.

Se establece que la evaluación, materializada en el contexto de la comunicación que se presenta en la realización de estudios de usuarios, aparece como componente esencial del ciclo vital de cualquier unidad de información y documentación, tanto tradicional como electrónica. Se analizan después las etapas del diseño y planteamiento del estudio de usuarios orientado a la evaluación de la hemeroteca electrónica mencionada,

determinando, específicamente, los objetivos del estudio, el colectivo a evaluar, el método y la herramienta utilizados para la obtención de información, y sus principales características: tipología de preguntas y formato de respuesta empleadas, recomendaciones tenidas en cuenta para su preparación y especificaciones en lo referente a su presentación, organización y características estructurales.

1. INTRODUCCIÓN

Cada tipo de biblioteca pretende dar servicio a una comunidad de usuarios (segmento de la población o público objetivo a los que se orienta). La comunidad de usuarios de una biblioteca universitaria está formada, genéricamente, por los estudiantes (de primer, segundo y tercer ciclo), por el personal docente e investigador y por el personal de administración y servicios.

Partiendo de la idea anterior, hemos de poner de manifiesto que, el objetivo de este trabajo no es otro que describir el planteamiento metodológico del estudio de usuarios que, en curso de realización, se convertirá en base para la reorientación del servicio de cara a los nuevos retos que surjan.

Es decir, describiremos en este trabajo las principales características del estudio de usuarios de la hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información, que se sustenta en la idea de llevar a cabo un análisis de las necesidades de información y del grado de utilización y satisfacción de este servicio, por parte de un segmento de la comunidad de usuarios de la Biblioteca Universitaria de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Dicho segmento aparece integrado, en concreto, por los usuarios reales del servicio de hemeroteca electrónica de dicha biblioteca universitaria.

Así pues, el estudio parte de la consideración de la información que aportan sus usuarios reales, pero pretende ir más allá. Como ha quedado patente, se pretende que las

conclusiones de dicho estudio sean tenidas en cuenta como punto de partida para la planificación estratégica del servicio que se presentará, en su caso, reorientado para los usuarios que ya lo conocen y utilizan (usuarios reales) y para aquellos que aún no lo conocen o no lo han utilizado (usuarios potenciales) y, si es preciso, para la reformulación de la misión específica que cumple dicho servicio y para la identificación de las prioridades a las que debe responder el mismo a corto, medio y largo plazo.

2. LA HEMEROTECA ELECTRÓNICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Los primeros pasos para crear una hemeroteca electrónica de periódicos se dieron en el curso académico 1998 -1999. La decisión de pasar a CD-Rom los diarios impresos había sido una idea concebida con anterioridad y que comenzó a ser gestionada de facto en el verano de 1999. Aunque a continuación se describen las principales características del proyecto de digitalización de fondos de prensa de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, de cara a contextualizar el estudio de usuarios cuyas características se describen en este trabajo, puede consultarse, para obtener una visión más amplia del mismo, la comunicación presentada por en las VIII Jornadas Españolas de Documentación (Arquero Avilés, García-Ochoa Roldán y Marco Cuenca, 2003).

Hasta el verano de 1999, la colección de diarios impresos había sido microfilmada, por lo que teníamos un archivo de microfilm desde 1987. Por tanto se trataba de pasar el papel a CD-Rom de la misma forma que hasta ese momento se había transformado a microfilm.

Las **razones** del cambio fueron obvias en cuanto a coste y a mejora del servicio:

- El coste de digitalización es inferior al de la microfilmación.

- La consulta de fondos por ordenador mejora de manera determinante la realizada en un lector de microfilm, sobre todo cuando se visualiza el documento.
- Los resultados de la búsqueda pueden registrarse en soporte electrónico - disquete o Cd-Rom -, o impresos mediante impresora; adicionalmente, la reproducción es de mejor calidad que la resultante de microfilm y más barata.
- Existía la posibilidad de conservar los contenidos del texto en ficheros informáticos para su tratamiento con programas de tratamiento de textos.
- Se podía contar con programas que facilitaran la consulta de los materiales digitalizados y que permitieran ir a un documento o a una página concretos, moverse secuencialmente por las páginas, ver simultáneamente varias páginas de una misma o de varias publicaciones, agrandar imágenes o textos...

El proyecto tuvo en cuenta varios **factores**:

- Averiguar qué otros proyectos similares se estaban llevando a cabo, qué experiencia tenían y la posibilidad de cooperación para un mejor servicio. En nuestro caso interesaba que fuera un servicio que se diera en la misma ciudad. La Biblioteca Nacional había comenzado en 1999 a digitalizar parte de la prensa recibida.
- La opinión de nuestros usuarios, que nos dieron a conocer que preferían una consulta a través de ordenador que a través de las incómodas pantallas de visualización de microfilm.
- Buscar financiación y apoyo al proyecto. El Rectorado de la Universidad, dada la importancia de una colección hemerográfica como la nuestra, no dudó en ceder un presupuesto adicional para este cometido, presupuesto que se prorroga cada año. La única posibilidad para abonar, dentro de los condicionantes de la burocracia administrativa, la cantidad de 10.000.000 de pesetas era convocar un concurso público, publicado en el Boletín Oficial del Estado, con las características

pretendidas, para que las empresas especializadas en digitalización de documentos pudieran optar por la oferta. Así es como la empresa PROCO se hizo cargo de digitalizar 50 cabeceras a partir de los diarios que recibíamos en la Hemeroteca.

Las **características técnicas** requeridas son las siguientes:

Los formatos de imagen son en TIF del grupo 4, con unos parámetros de digitalización de 300 DPI. De las 50 cabeceras que se digitalizan se haría una copia de seguridad idéntica. Este volumen de digitalización corresponde al año a unos 18.000 ejemplares, que suponen 1.170.000 páginas, ya que la digitalización de 35 periódicos suponen 24 Cd's al año, 10 periódicos a 12 Cd's al año y 5 periódicos a 36 Cd's al año. Por tanto anualmente se reciben 1070 discos y otras tantas copias.

Estas características técnicas permitían una resolución de imagen muy buena y la posibilidad de acceso por fecha.

Los pasos siguientes para la ejecución del proyecto fueron:

1. La selección del material (qué cabeceras se digitalizarían). Partíamos de un condicionante a tener muy en cuenta: la selección se hacía a partir de aquellas cabeceras que recibíamos de forma gratuita en la hemeroteca. Por otro lado, no digitalizaríamos cabeceras que pudiéramos obtener por compra a las propias empresas periodísticas (por ejemplo el ABC). Por último el criterio seguido iba en el siguiente orden: Ediciones nacionales, títulos con mayor índice de lectura y cubrir la información de todas las regiones españolas.

2. Con qué recursos técnicos y humanos contábamos para dar el servicio. Para ello se realizó la adquisición de 4 ordenadores personales y 4 impresoras que resolvimos era suficiente para la puesta en marcha del nuevo servicio de prensa digital. En cuanto a los recursos humanos no se partía de cero dado que ya

había personal técnico y auxiliar que mantenía y daba servicio de la prensa impresa y microfilmada. Los recursos humanos con que contamos son los siguientes:

- 2 personas, una en turno de mañana y otra en turno de tarde, para la organización y el servicio de periódicos impresos.
- 2 personas, una en turno de mañana y otra en turno de tarde, para la organización y el servicio de periódicos electrónicos.
- 1 persona que cataloga los ejemplares.
- 1 persona que organiza la gestión juntamente con el personal de la empresa digitalizadora.

3. Los métodos que se utilizarían para la difusión y promoción del servicio:

Los sistemas de difusión no difieren en forma del resto de servicios de la biblioteca.

Se realiza a través de:

- **La página web de la Facultad**

En el Catálogo de Periódicos:

<http://www.ucm.es/BUCM/inf/030307.htm>

En el Catálogo general de la Biblioteca dentro de publicaciones periódicas:

<http://cisne.sim.ucm.es/>

- **Guías impresas** con los fondos disponibles expuestas en árboles de información a la entrada de la biblioteca, en la sección de periódicos y en el servicio de lectura microfilm / digital
- **Catálogo impreso de Periódicos**, que recoge todos los fondos hemerográficos y que se edita una vez al año.
- **Cursos de formación de usuarios** que se realizan a petición de profesores que incluyen demostración y visita guiada. Además, y de una manera más

general, se informa sobre el servicio a los 10 grupos de alumnos que ingresan en primer curso en la Facultad.

3. LOS ESTUDIOS DE USUARIOS Y EL CICLO VITAL DE UNA UNIDAD DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Tanto una unidad de información y documentación tradicional, como una unidad de información y documentación electrónica, presentan un ciclo vital consistente en una serie de fases sucesivas (Abad García, 1999) que, desde nuestro punto de vista, pueden agruparse de la siguiente forma:

- Aparecería un primer bloque que agruparía las etapas previas al establecimiento y funcionamiento propiamente dicho de la unidad y que englobaría las siguientes fases:

- **Planificación.**
- **Viabilidad.**
- **Diseño.**
- **Implantación.**

- El segundo bloque agruparía la etapa correspondiente a la puesta en marcha del sistema:

- **La fase de funcionamiento.**

Veamos brevemente en qué consisten dichas fases y en qué fase/s concreta/s del ciclo vital de la hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información se sitúa la realización del estudio de usuarios cuyas características describiremos.

- **Fase de Planificación:**

La fase de planificación aparece como básica, puesto que el resto de fases van a ser un reflejo de ella. En esta fase se establecieron y definieron las características de esta unidad de información y documentación concreta y se determinaron sus propósitos y

objetivos así como las vías para conseguirlos. Hemos de poner de manifiesto que, aunque la hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información ya es una unidad en funcionamiento, establecemos que la información obtenida a partir de la realización del estudio de usuarios cuyas notas definitivas describiremos, será tomada en cuenta, como se ha explicado, para la replanificación de dicha unidad. Así pues, y en relación con la fase concreta de la que estamos tratando (planificación / replanificación de una unidad de información) situamos en esta fase concreta la realización de **estudios de necesidades de información** que contribuyen a establecer las condiciones que debe reunir dicha unidad de información y documentación, así como los productos y servicios que vaya a prestar, para conseguir satisfacer las necesidades del colectivo al que pretende servir y garantizar el éxito del funcionamiento de la unidad de información y documentación en el período de tiempo que abarque dicha fase de planificación / replanificación.

- **Fase de viabilidad**

En esta se determina: ¿Son viables la misión, metas, objetivos y estrategias y planes de acción definidos en la fase de planificación considerando los medios con los que se cuenta y las condiciones del entorno en el que se engloba nuestra hemeroteca electrónica?. Consideramos que los resultados que se deriven de este estudio de usuarios nos ayudarán a responder a estas preguntas.

- **Fase de diseño**

Ha de lograrse una adaptación entre las estrategias y planes de acción propuestos en un principio en la fase de planificación / replanificación y las condiciones y recomendaciones derivadas del estudio de viabilidad, basado en el estudio de usuarios de la hemeroteca electrónica. En este sentido se tratará de buscar un equilibrio entre lo

inicialmente planificado y lo realmente viable de acuerdo con los medios y con el contexto.

- **Fase de implantación**

Esta fase constituye lo que podríamos denominar como un ensayo general o proyecto piloto previo, bien a la puesta en marcha de una unidad de información y documentación de nueva creación, bien al relanzamiento de una unidad de información y documentación ya existente, pero reorientada en función de los resultados que se deriven de un estudio de usuarios realizado. Se trata de “ajustar” oportunamente todos los componentes del sistema para garantizar un funcionamiento adecuado en su rutina posterior.

- **Fase de funcionamiento**

Se trata de la fase más importante, aunque, como venimos diciendo, será el reflejo de lo que se haya hecho progresivamente en las fases anteriores.

Esta fase hará referencia, como su propio nombre indica, al funcionamiento rutinario del sistema una vez superada la fase anterior de implantación.

En esta fase se llevará a cabo el desarrollo de estudios de usuarios que pretenden, como es nuestro caso, determinar qué uso se ha hecho de la unidad de información y documentación concreta, qué grado de satisfacción presentan los usuarios de la misma y qué impacto produce el uso de la unidad de información en sus usuarios reales y en el desempeño de su actividad profesional.

Así pues, estableciendo una relación entre el tipo de estudio de usuarios realizado y la fase del ciclo vital de realización del mismo, determinamos que el **estudio de usuarios** que se ha decidido emprender tras tres años de funcionamiento de **este nuevo servicio de prensa electrónica en la Universidad Complutense** es, tanto un **estudio de necesidades de información** (cuyos resultados se aplicarán con la finalidad de llevar a

cabo la replanificación de la hemeroteca electrónica reorientada a sus usuarios reales, pero también para aquéllos usuarios potenciales que aún no han hecho uso de la misma), como un **estudio de uso, satisfacción e impacto**, en tanto en cuanto pretende evaluar el funcionamiento de la hemeroteca electrónica partiendo de la información que, como hemos dicho anteriormente, aportan sus usuarios reales, que en la actualidad ya la conocen y ya la utilizan.

4. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DEL ESTUDIO DE USUARIOS DE LA HEMEROTECA ELECTRÓNICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DE LA COMPLUTENSE

4.1. SUJETOS INVESTIGADOS Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Entendemos que la determinación de los **sujetos** (usuarios) a investigar en un estudio de usuarios se ha de establecer partiendo del análisis de una serie de conceptos que, aunque aportados por Line en 1974, siguen teniendo plena vigencia (Line 1974):

Necesidad de información: “aquello que el individuo debe poseer para la realización de su trabajo, investigación, realización personal...”.

Deseo: “aquello que el individuo quisiera tener y que puede ser transformado en una demanda informativa”.

Demanda informativa: “formulación de un deseo de información”.

Uso: “aquellos que el individuo utiliza y aplica realmente”.

Estableciendo un nexo de unión entre estos conceptos y el tipo de sujetos a investigar en un estudio de usuarios que se plantea realizar, podríamos determinar que:

- Los conceptos de necesidad y deseo se relacionarían con la realización de estudios de usuarios que pretenden investigar a los usuarios potenciales (comunidad de usuarios, segmento de la población o público objetivo a los que se orienta la unidad

de información y documentación y / o parte de la misma en la que se realiza dicho estudio) aunque también con los estudios de usuarios que pretenden investigar a los usuarios reales (que pueden seguir teniendo nuevas necesidades y deseos informativos).

- Entendemos, en cambio, que los conceptos de demanda y uso se relacionarían, exclusivamente, con la realización de estudios de usuarios que pretenden conocer a los usuarios reales (subgrupo de la comunidad de usuarios que han utilizado la unidad de información y documentación y / o parte de la misma en la que se realiza dicho estudio, bien formulando una demanda, bien utilizando la información que se les ha proporcionado en respuesta a dicha demanda informativa).

Establecemos que el estudio de usuarios que se plantea se ha fundamentado en la obtención de información sobre los **usuarios reales** de la hemeroteca electrónica: estudiantes (de primer, segundo y tercer ciclo), personal docente e investigador y personal de administración y servicios, que, como mencionábamos, ya conocen, y por tanto, ya han utilizado dicho servicio.

Adicionalmente hemos de señalar que su **objetivos** fundamentales ha sido:

1. Conseguir información sobre las necesidades de información que presentan dichos usuarios.
2. Determinar tanto la frecuencia de uso de los fondos de dicha hemeroteca electrónica (enfoque cuantitativo) como el grado de satisfacción de sus usuarios con el funcionamiento de la misma (enfoque cualitativo).
3. Saber con qué fines aplican los usuarios del servicio la información obtenida a partir de la utilización del mismo (es decir, determinar, en una primera aproximación, qué impacto produce en la actividad profesional y/o de estudio de los usuarios dicha

información obtenida a partir de la utilización de este servicio de prensa electrónica).

La obtención de la información que se derive del cumplimiento de dichos objetivos de partida se tomará como base para la toma de decisiones en lo que se refiere concretamente a:

1. El establecimiento de prioridades en el desarrollo de la hemeroteca electrónica.
2. La inversión de recursos.
3. La puesta en marcha de acciones encaminadas a conseguir que dicha hemeroteca se convierta en la hemeroteca electrónica de referencia en nuestro país.

4.2. MÉTODOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En el manual, ya clásico, de estudios de usuarios del profesor Sanz Casado (1994) se establece la existencia de distintos tipos de métodos para la recogida de datos:

- **Los métodos directos:** se fundamentan en el uso de técnicas que permiten obtener **información directa *del o sobre el usuario***. Entre estas técnicas se encuentra la utilización de:

- **Realización de cuestionarios y entrevistas**
- **La observación de los hábitos de búsqueda**
- **Los métodos de consenso: la Técnica de Delphy y el “Focus Group”.**
- **La técnica del incidente crítico**

- **Los métodos indirectos:** este tipo de métodos permiten obtener **información de o sobre el usuario de forma indirecta**, es decir, **sin tener que consultar directamente a los mismos**. Se basan en el **análisis de los documentos, bien de aquellos producidos directamente por los usuarios, o bien de los resultantes de la interacción de los usuarios con el sistema de información (documentos que los usuarios solicitan cuando acuden a los distintos centros de información)**.

Son métodos indirectos los siguientes:

- **Análisis de citas**
- **Análisis de referencias**
- **Análisis de peticiones de documentos**

En nuestro caso hemos optado por la utilización del **cuestionario (método directo)**. Como es sabido, se trata del instrumento más común para recoger datos primarios en investigación comercial, y, adicionalmente, en nuestro campo, ha sido un instrumento utilizado con mucha frecuencia en la realización de estudios de usuarios de centros de información y documentación en general, y en el contexto de bibliotecas universitarias españolas en particular (Enríquez Borja, 1997), (Lorente Lafuente y Serrano Vicente, 1999), (Borrego Huerta, 1998).

4.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL CUESTIONARIO DEL ESTUDIO DE USUARIOS DE LA HEMEROTECA ELECTRÓNICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Entendemos por **cuestionario** el conjunto de preguntas, sobre hechos y aspectos que interesan en una investigación, para su contestación por la población general o por una muestra a la que se extiende el estudio comprendido. En el caso de nuestro estudio de usuarios, el cuestionario ha sido contestado por la población general (los usuarios reales del servicio de prensa electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información).

Frecuentemente, aunque no siempre, el cuestionario es un formulario en el que se anotan también las respuestas, y por esta razón, el cuestionario proporciona la materia prima para el proceso posterior de los datos. Así pues, el cuestionario cumple las siguientes funciones básicas: marca un orden en el planteamiento de las preguntas y garantiza que todas las preguntas se plantearán de la misma manera, permitiendo la recogida de grandes cantidades de datos en un período de tiempo relativamente corto.

4.2.1.1. Tipología de preguntas empleadas

Las preguntas que constituyen un cuestionario se pueden clasificar atendiendo básicamente a dos criterios:

- **En función del “grado de libertad” que dan al encuestado a la hora de contestar.**
- **En función del objetivo de información** (Fernández Nogales, 2002).

Según el primero de los criterios de clasificación (**grado de libertad en la respuesta**), se distingue entre:

- **Preguntas abiertas:** aquéllas en las que no se facilita ni se propone ninguna alternativa de respuesta al entrevistado, dejándole total libertad para que aporte cualquier respuesta. Las preguntas abiertas presentan las siguientes ventajas: no se constriñe la respuesta del encuestado al no limitarse la elección de alternativa, resultan útiles para que afloren aspectos sutiles que con preguntas cerradas no se obtendrían, permiten detectar el grado de conocimiento y la facilidad de expresión del sujeto encuestado. El principal inconveniente es que han de ser categorizadas a posteriori, lo que supondrá un trabajo considerable.
- **Preguntas cerradas:** aquéllas en las que la respuesta debe encajar en una categoría o alternativa previamente definida. Aportan las siguientes ventajas: facilitan considerablemente el análisis posterior de los datos, evitan dudas y errores de interpretación y hacen más fácil la respuesta a individuos con dificultad de expresión. Como contrapartida, ha de tenerse en cuenta que puede haber respuestas no incluidas en ninguna categoría, viéndose obligado el sujeto encuestado a elegir categorías que no se ajustan totalmente a su opinión real.

- **Preguntas mixtas:** presentan características de las anteriores, pues especifican distintas alternativas de respuesta (parte cerrada), mostrando además la posibilidad de contestar una alternativa no especificada (parte abierta).

Si aplicamos este primer criterio de clasificación al caso concreto de las preguntas que constituyen nuestro cuestionario (**anexo**), hemos de establecer que se han utilizado los tres tipos de preguntas reseñados. No obstante, se da un predominio de la utilización de preguntas cerradas (un 68,4% de las preguntas del cuestionario son de este tipo), mientras que las preguntas abiertas y mixtas son utilizadas en la misma medida (lo que supone un 15,7% de aparición de cada tipo, respectivamente). Concretamente, son abiertas las preguntas número 16, 18 y 19 del cuestionario, son cerradas las preguntas número 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 17, y son preguntas mixtas las número 1, 3 y 5.

Según el segundo de los criterios de clasificación (**objetivo de información**), Fernández Nogales (2002) apunta la existencia de diferentes tipos de preguntas. Nos centraremos en explicar únicamente aquéllas que han sido utilizadas en nuestro cuestionario. En concreto, aparecen los siguientes tipos de preguntas según el objetivo de información:

- **Preguntas filtro:** sirven para filtrar preguntas posteriores (filtradas), en función de la respuesta que se aporte. Un ejemplo de este tipo de pregunta, lo constituyen la pregunta número 4 del cuestionario (que filtra la pregunta número 5 (pregunta filtrada), si la respuesta a la pregunta 4 ha sido afirmativa) y la pregunta número 17 (que filtra, así mismo, la pregunta número 18 (pregunta filtrada), y ésta a su vez, filtra la pregunta 19 (pregunta filtrada), en caso de que la respuesta a la pregunta 17 haya sido afirmativa).

- **Preguntas de clasificación:** en general, en los estudios de mercado, este tipo de preguntas sirven para identificar al sujeto sobre la base de criterios como puedan ser el sexo, edad, clase social, profesión, nivel de ingresos, nivel de estudios, estado civil, número de hijos, tipo de hábitat, tipo de vivienda, régimen de utilización de la vivienda, preferencias de ocio, ideología política, medio de transporte, forma de pago, etc.). En el caso concreto de nuestro cuestionario, se ha utilizado una primera pregunta de clasificación para identificar a los sujetos en función de la tipología de usuarios de este servicio (estudiante de primer ciclo, estudiante de segundo ciclo, estudiante de tercer ciclo, personal docente e investigador, personal de administración y servicios y otros). La finalidad es clasificar y segmentar a posteriori a los sujetos encuestados y detectar y analizar las posibles diferencias de opinión sobre el servicio de prensa electrónica en base a los distintos perfiles y segmentos creados. Es decir, la creación de estos segmentos constituirá, a posteriori, la base de partida del análisis de la información obtenida.

4.2.1.2. Tipología de formatos de respuesta utilizados

Los tipos de **preguntas cerradas y / o mixtas, en función del formato de respuesta**, que se han utilizado en nuestro cuestionario, son los siguientes:

- **Dicotómicas:** se caracterizan porque la pregunta presenta dos posibles opciones de respuesta y, solamente, puede escogerse una de ellas. Ejemplos de preguntas cerradas dicotómicas son las número 4, 6, 10, 14, 15 y 17 del cuestionario.
- **Elección múltiple:** la pregunta presenta tres o más posibles opciones de respuesta, y puede escogerse una o más de una de ellas. Ejemplos de preguntas según formato de respuesta de elección múltiple en nuestro cuestionario, son las siguientes: 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 11, 12 y 13.

- **Escala de Likert:** sirve para medir la actitud del sujeto con respecto a un objeto, en base a su grado de acuerdo o desacuerdo con una serie de enunciados positivos y negativos con respecto al objeto, que, generalmente, se presentan en cinco alternativas de respuesta que se atienen al esquema (totalmente de acuerdo, bastante de acuerdo, dudoso, bastante en desacuerdo y totalmente en desacuerdo), o según un esquema similar, puesto que, desde nuestro punto de vista, las escalas de importancia (la escala considera la importancia de diferentes atributos desde “nada importante” hasta “muy importante”), de valores (la escala valora la prestación de atributos desde “pésimo” hasta “excelente”) y de intención de uso de un determinado producto / servicio (la escala define la intención de uso por parte del encuestado desde “no lo usaría” hasta “lo usaría”), también pueden considerarse variantes de la escala de Likert. Ejemplos claros de escalas de Likert, y, específicamente de escalas de valores, son las que aparecen en las preguntas número 7, 9 y 13 de nuestro cuestionario.

En lo referente a los **formatos de respuesta en los que se basan las preguntas abiertas**, puede establecerse que existen diferentes tipos (Instituto Superior de Estudios Empresariales, 1997), entre los que pueden diferenciarse los siguientes:

- **Preguntas abiertas no estructuradas (preguntas abiertas básicas):** en las que el encuestado puede contestar sin otra pauta que la que marque su propia capacidad de expresión, pudiendo responder de formas diversas y prácticamente incontables.
- **Asociación de palabras:** en las que se presentan una serie de palabras o frases, con la finalidad de que el encuestado asocie o relacione con las mismas, la primera palabra o frase que se le ocurre en correspondencia con las palabras o frases presentadas.

- **Completar frases:** se presentan una o varias frases inacabadas con la finalidad que el encuestado las complete según su opinión.
- **Completar historias:** en esta ocasión se parte del relato de una pequeña historia inconclusa en relación con el producto / servicio que se quiere evaluar, y el encuestado deberá terminar la historia según su propia percepción.
- **Completar dibujos:** se muestra un dibujo, normalmente integrado por dos personajes, uno de los cuáles realiza una afirmación determinada en relación con el producto / servicio analizado, y se pide al encuestado que se identifique con el segundo personaje, completando el globo o viñeta vacía con su opinión.

Dadas las características del público objetivo que tenía que cumplimentar el cuestionario (usuarios reales de una hemeroteca electrónica universitaria, a los que se les suponía una capacidad de expresión media / alta), y dadas las características de la información que se pretendía recabar con las preguntas abiertas utilizadas (sugerencias para la mejora global del servicio de hemeroteca electrónica evaluada (en el caso de la pregunta 16) y mención / valoración de otras hemerotecas utilizadas (en el caso de las preguntas 18 y 19 del cuestionario), se optó por utilizar únicamente la primera de las tipologías reseñadas (preguntas abiertas no estructuradas o básicas).

4.2.1.3. Recomendaciones tenidas en cuenta en la preparación del cuestionario y características estructurales

Partimos de la idea de que un cuestionario bien fundado debe ser cuidadosamente diseñado y estar basado en un propósito y objetivos específicos. De acuerdo con Fernández Nogales (2002), el cuestionario debe transmitir las necesidades de información del investigador a las personas encuestadas, y, además, tiene que facilitar el registro y la devolución de las respuestas de los encuestados. En el diseño del

cuestionario, es aconsejable recopilar el máximo de información sobre el tema objeto de estudio y sobre el colectivo a estudiar. Dicha información será la que marque el contenido y el enfoque del cuestionario.

Además de dichas recomendaciones de carácter general, en el diseño del cuestionario utilizado en el estudio de usuarios de la hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información, se tuvieron en cuenta, las especificaciones que se detallan a continuación en lo referente a la presentación, organización y características estructurales (Instituto Superior de Estudios Empresariales, 1997).

Es fundamental, para evitar la reacción normal de desconfianza y rechazo a cumplimentar el cuestionario por parte del encuestado, y para obtener el mayor grado de colaboración, que el cuestionario comience con una introducción o **protocolo de presentación** que incluya:

- Presentación del organismo encuestador (en este caso concreto, la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid).
- Justificación de su acción (realización de un estudio de usuarios valorar el grado de satisfacción de los usuarios de la hemeroteca electrónica).
- Motivos de la encuesta (partiendo de la información aportada por los usuarios: conseguir una mejora del funcionamiento global de dicho servicio de prensa electrónica).
- Garantía de anonimato del encuestado y confidencialidad de los datos.

En cuanto a la organización y estructura del cuestionario:

- Conviene empezar por las preguntas más sencillas.
- Todas las preguntas deben ser claras y concretas, lo que significa que no deben ser excesivamente largas.

- El cuestionario no debe ser demasiado largo (deberemos calcular cuánto se tarda aproximadamente en contestarlo), aunque no existe ninguna regla categórica acerca de lo que debe durar su realización.
- No deben plantearse preguntas “intencionadas”, es decir, que induzcan al encuestado a responder en un cierto sentido.
- No se deben emplear palabras técnicas (jerga bibliotecaria). Deben evitarse además palabras que puedan llevar a confusión o que sean poco usuales.
- Es aconsejable, tal y como se ha hecho en el cuestionario que se presenta, utilizar preguntas filtro / filtradas que indiquen al encuestado si debe seguir respondiendo.

Con respecto al reparto del cuestionario, cabe añadir que el mayor índice de respuestas se logrará cuando el personal del servicio / producto / unidad a evaluar, pida amablemente a los usuarios que participen en un estudio y les expliquen los propósitos del mismo, puesto que de esta forma, los usuarios reacios se convencerán más fácilmente y se mostrarán dispuestos a participar. En este sentido y en el caso concreto del estudio de usuarios al que estamos haciendo referencia, podemos indicar que la aplicación de dicha recomendación está teniendo como resultado inmediato más positivo el alto índice de respuesta / participación de los usuarios de la hemeroteca electrónica.

Finalmente, y reforzando la idea de que los cuestionarios no son simplemente un listado de preguntas, sino también un medio para registrar y anotar las respuestas, han de cumplirse las siguientes reglas básicas:

- Numerar con claridad todas las preguntas.
- Dejar espacio suficiente entre unas preguntas y otras para posibles anotaciones (sobre todo para el caso de las preguntas abiertas).

- En las preguntas con varias respuestas preestablecidas conviene asegurar que las casillas / cuadros estén próximas a la escala de respuestas propuestas, con el fin de evitar que el encuestado se confunda en la selección de la respuesta que pretende aportar.
- Conviene que al final figure una frase de agradecimiento.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ABAD GARCÍA, M.F. Investigación evaluativa en documentación: Aplicación a la documentación médica. Valencia: Universitat de Valencia, 1977
- ARQUERO AVILÉS, R., GARCÍA-OCHOA ROLDÁN, M.L. y MARCO CUENCA, G. Planificación y evaluación de hemerotecas electrónicas universitarias: la experiencia de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. En *Los sistemas de información en las organizaciones: eficacia y transparencia. Actas de las VIII Jornadas Españolas de Documentación, Barcelona, 6-8 de febrero de 2003*. Barcelona: Fesabid, 2003: 33-46.
- BORREGO HUERTA, A. Nivel de satisfacción de los usuarios de un servicio de préstamo interbibliotecario: resultados de una encuesta. En *Los sistemas de información al servicio de la sociedad. Actas de las VI Jornadas Españolas de Documentación, Valencia, 29-31 de octubre de 1998*. Valencia: Fesabid, 1998:183-91.
- DÍAZ DE RADA, V. Diseño y elaboración de cuestionarios para la Investigación Comercial. Madrid: ESIC, 2001.

- ENRÍQUEZ BORJA, M. I. Estudio de usuarios aplicado a los investigadores de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y de Montes (Universidad de Córdoba). En *Sistemas y Políticas de Información en el estado de las Autonomías. Actas de las I Jornadas Andaluzas de Documentación (Jadoc 97), Sevilla, 13-14 de noviembre de 1997*. Sevilla: Asociación Andaluza de Documentalistas, 1997:157-64.
- FERNÁNDEZ NOGALES, A. Investigación y técnicas de mercado. Madrid: ESIC, 2002.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES. Orientar la empresa al cliente. Madrid: IEE, 1997.
- LINE, M.B. Draft definitions: information and Library needs, wants, demands and uses. *Aslib Proceedings* 1974;26(2):87.
- LORENTE LAFUENTE, M. T. y SERRANO VICENTE, R. Estudio de usuarios aplicado a la Biblioteca de Ciencias de la Universidad de Navarra. En *Nuevos mercados, nuevos usuarios. Actas de las II Jornadas Andaluzas de Documentación (Jadoc 99), Granada, 11-13 de noviembre de 1999*. Granada: Asociación Andaluza de Documentalistas, 1999:159-71.
- SANZ CASADO E. Manual de estudios de usuarios. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez; Pirámide, 1994.
- WESTBROOK L. Identifying and analyzing user needs: a complete

handbook and ready-to-use assesment workbook with disk. Nueva York:
Neal-Schuman Publishers, Inc., 2001.

6. ANEXO: CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA HEMEROTECA ELECTRÓNICA - BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN - UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

Protocolo de presentación:

La Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información está realizando un estudio para valorar el grado de satisfacción de los usuarios de su Hemeroteca Electrónica. Como usuario de la misma, le agradeceríamos que contestara al siguiente cuestionario. Considere que la información que usted nos aporte contribuirá a conseguir el propósito final que persigue la realización de este estudio: mejorar el funcionamiento global de la Hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Puede expresar con toda libertad su opinión, ya que la encuesta es anónima.

1. Actualmente usted es:

Estudiante de primer ciclo

Estudiante de segundo ciclo

Estudiante de tercer ciclo

Personal docente e investigador

Personal de administración y servicios

Otros

2. ¿Ha utilizado anteriormente la Hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información?

Nunca

1-10 veces

11-20 veces

21-30 veces

31-40 veces

Más de 40 veces

3. ¿Cómo conoció la existencia de la Hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información?

A través de Internet

A través de las guías informativas de la Biblioteca de la Facultad de la Información

A través de los cursos de formación de usuarios que se imparten en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información

A través de otro medio (indique cuál)

4. Responda a esta cuestión si es usuario del perfil alumno o profesor. La información que obtiene a partir de la utilización de esta Hemeroteca electrónica, ¿le sirve como herramienta para la realización de su trabajo como estudiante / profesor?

Sí

No

5. En caso de haber respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿para qué fines utiliza dicha información?

SI ES ALUMNO:

Actualización de conocimientos

Preparación de trabajos de clase

Aportación de material de apoyo a las clases impartidas en la Facultad

Otro fin (indíquelo):

SI ES PROFESOR:

Actualización de conocimientos

Investigación

Aportación de material para la preparación de clases

Otro fin (indíquelo):

6. ¿Considera que los profesores de la Facultad de Ciencias de la Información estimulan el uso de la Hemeroteca electrónica como parte de su propio proyecto educativo?

Sí

No

7. En líneas generales, ¿cómo valoraría el funcionamiento de la Hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

8. Comparando su valoración anterior con la opinión que tiene del conjunto de servicios que ofrece la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información, considera que la Hemeroteca electrónica está:

Por debajo de la media

En la media

Por encima de la media

9. ¿Qué tipo de atención recibe por parte del personal de la Hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

10. ¿Cómo valoraría la disponibilidad de recursos técnicos para la consulta de información en la Hemeroteca electrónica?:

Son suficientes

Son insuficientes

11. ¿Cree que el catálogo de la Hemeroteca electrónica es un buen instrumento de información sobre dicho servicio y su fondo documental?

Sí

No

No conozco dicho catálogo

No utilizo dicho catálogo

12. ¿Aproximadamente con qué frecuencia encuentra lo que busca?

Más del 90% de las veces

Más del 70% de las veces

Aproximadamente el 50% de las veces

Menos del 50% de las veces

Menos del 30% de las veces

Menos del 10% de las veces

13. ¿Qué nivel de satisfacción tiene con la información obtenida a partir de la utilización de la Hemeroteca electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

14. En relación con el nivel de satisfacción expresado en la cuestión anterior, ¿considera que la obtención de información en la Hemeroteca electrónica es un servicio caro?

Sí

No

15. ¿Volvería a utilizar el servicio de Hemeroteca electrónica de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información?

Sí

No

16. ¿Qué sugerencias haría para mejorar globalmente el servicio de Hemeroteca electrónica de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información?

17. ¿Es o ha sido usuario de otra Hemeroteca?

Sí

No

18. En caso de haber contestado afirmativamente a la pregunta anterior, indique de qué otra/s hemeroteca/s es o ha sido usuario:

19. En caso de haber sido de usuario de otra/s hemeroteca/s, comparativamente, ¿cuál de ellas le produce mayor nivel de satisfacción considerando el funcionamiento global del servicio y la atención al usuario?

Muchísimas gracias por su colaboración