

## ARTÍCULO ORIGINAL

### **Satisfacción percibida de usuarios en bibliotecas universitarias de salud en Baracoa**

#### **Perceived satisfaction of users in Baracoa health libraries**

Marianela Noa Legrá, María Cristina Muguercia Llácer, Daliana Durán Morgado, María Inés Jiménez de Castro Morgado, Yanni Durán Pérez

Universidad de Ciencias Médicas. Guantánamo. Cuba

---

### **RESUMEN**

Se realizó una investigación cualitativa dirigida a evaluar la satisfacción percibida de usuarios de las bibliotecas de salud en Baracoa en el año 2015. Se trabajó con una muestra de 75 usuarios habituales de las bibliotecas. La información fue obtenida mediante un cuestionario semiabierto, la prueba retest y la escala de Likert. Se establecieron dimensiones de análisis y su triangulación en aras de la fiabilidad y validez de los datos. Se concluyó que la buena actitud de los usuarios para con las bibliotecas de salud, así como la percepción de atractivos y preferencias relacionados con el liderazgo y la competencia profesional deben aprovecharse como fortalezas para mitigar las insatisfacciones de algunos usuarios a nivel informacional o emocional. Dado que las bibliotecas parecen no participar en la modificación del estado de ánimo del usuario, ni a favor ni en contra, se sugiere trabajar de modo más intencionado la satisfacción emocional del usuario.

**Palabras clave:** bibliotecas, información, actitudes, atención a lectores; calidad de los servicios

---

## ABSTRACT

A qualitative research was conducted to evaluate the perceived satisfaction of users of health libraries in Baracoa, 2015. A sample of 75 regular users of the libraries was worked. The information was obtained through a semi-open questionnaire, the interview retest and a Likert scale. Analytical dimensions and triangulation were established for the reliability and validity of the data. It is concluded that the good attitude of users towards health libraries, as well as the perception of attractions and preferences related to leadership and professional competence should be used as strength to mitigate the dissatisfactions of some users at an informational and / or emotional level. Since libraries do not seem to participate in modifying the user's mood, either for or against, it is suggested to work more intentionally in the user's emotional satisfaction.

**Keywords:** libraries, information, attitudes, attention to readers; quality of services

---

## INTRODUCCIÓN

La posición de la biblioteca en estos tiempos globalizadores, es la de generar una nueva estructura de la información que la haga evolucionar desde el concepto lineal del libro y los documentos tradicionales al concepto hipertextual, para alcanzar esto deben cambiar las mentalidades, las formas de acceder al saber.

La biblioteca no puede ser ajena al potencial que los nuevos espacios de relación virtual aportan.<sup>1</sup>

Es el bibliotecario el que ayuda al usuario a identificar sus necesidades informativas, formativas o recreativas, el que lo guía de manera oportuna hacia el material pertinente, localizado entre un cúmulo de documentos. En sus manos descansa una poderosa herramienta de aprendizaje, de mejora, de desarrollo, de investigación.<sup>2</sup>

Con la aparición de la filosofía 2.0 se vive una intensa intención de tecnologizarlo todo y, ante ello, E Navas<sup>3</sup> se pregunta: "¿puede estar ocurriendo que las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento (NTICs) en bibliotecas, acaben actuando como un inconsciente pero efectivo señuelo y estemos olvidando de seguir cultivando en la práctica y en la teoría otras herramientas no tecnológicas imprescindibles para el trabajo como bibliotecarios?".

Un número considerable de investigaciones se ha ocupado del uso de fuentes de información; sin embargo, los trabajos sobre usuarios de la información y sus necesidades son mucho más escasos. Una búsqueda retrospectiva realizada en Cuba al respecto lo confirma.<sup>4</sup>

A las características de la biblioteca actual, se incorporan ahora nuevas formas y herramientas para la comunicación interpersonal en espacios virtuales, que propician una relación, más participativa y colaborativa entre las bibliotecas y sus usuarios.

Este vínculo particular y personal se establece a partir de la necesidad de difundir y mejorar servicios por parte de la biblioteca; de colaborar y compartir contenido por parte del usuario.<sup>5</sup>

Estudiosos del tema han señalado que los servicios deberían adaptarse a la demanda de los clientes. En el marco universitario se señala que antes de elaborar y difundir los productos, se debería estudiar a los usuarios, ya que hay gran diferencia de intereses, niveles de conocimiento y demanda de información y servicios, entre estudiantes, profesores o investigadores.

Los estudios de mercado constituyen la herramienta fundamental sobre la que se asienta cualquier actividad de marketing y son imprescindibles para el conocimiento de la realidad de la biblioteca, además de permitir detectar las expectativas de usuarios y la imagen que transmiten los proveedores... sobre esto se ha planteado "la imagen que tenemos de nuestros servicios no tiene por qué coincidir con la de nuestros clientes o quizá creemos que estamos ofreciendo un servicio de calidad y la realidad no es esa".<sup>6</sup>

En virtud de evaluar el grado de satisfacción percibida por los usuarios en las bibliotecas de salud de Baracoa se realiza esta investigación que serviría como estudio de mercado para diseñar una estrategia de marketing organizacional.

## **MÉTODO**

Se realizó una investigación cualitativo-descriptiva según el método fenomenológico y con enfoque constructivista dirigida a evaluar la satisfacción percibida de usuarios de las bibliotecas de salud en Baracoa en el año 2015.

Se trabajó con una muestra de 75 usuarios habituales de las bibliotecas de salud, intencionándose 15 usuarios por cada una de las 5 bibliotecas.

La información fue obtenida mediante un cuestionario semiabierto elaborado para este fin, la prueba retest y la escala de Likert.

Las técnicas fueron trianguladas entre sí, con tres dimensiones de análisis y también entre la autoría y la literatura. Se establecieron diferentes categorías de análisis en busca de la fiabilidad y validez de los datos.

Las categorías horizontales fueron: actitud, preferencias, satisfacción informacional, satisfacción emocional y frecuencia de satisfacción.

Las categorías verticales fueron: análisis de contenido, vínculo emocional y grado de elaboración personal. Las dimensiones transversales fueron: sinceridad, coincidencia, neutralidad, omisión.

En el procesamiento de la información se tuvo en cuenta la sinceridad y las coincidencias de intersubjetividades como elementos de valor para el análisis.

Se descartaron las respuestas neutras y se otorgó valor a las omisiones como parte de la intencionalidad del sujeto de no comprometer su opinión personal al respecto.

Se descartan los cuestionarios con alguna de estas categorías en negativo si se dan en el 50 % +1 de ítems.

Como método del procesamiento se utilizó el análisis del discurso y el análisis de contenido.

## **RESULTADOS**

Se resumen los resultados obtenidos según categorías horizontales.

*Actitud hacia la biblioteca.* Se observó una valencia positiva hacia la biblioteca en general. La actitud también fue complementada con la percepción de atractivos o rechazos hacia la biblioteca; las que resultaron ser atractivas lo eran por su buen trato, atención, silencio, tranquilidad.

Los motivos de rechazo fueron el déficit de máquina, acceso limitado a internet y las condiciones inadecuadas.

*Preferencias.* Las preferencias estuvieron relacionadas con el liderazgo y la competencia profesional.

*Satisfacción informativa.* Se encontraron predominantemente incongruencias entre lo que el usuario busca y lo que encuentra. Como hallazgos negativos se listan la bibliografía no siempre actualizada, el empleo del mismo sitio para la correspondencia electrónica lo que satura los servicios bibliotecarios, hacinamiento, profesores dando clases en el local que ocupa la biblioteca.

Se observan también en menor medida congruencias a favor de la satisfacción propositiva en el hecho de buscar y encontrar información, área de estudio y comunicación por correos.

*Satisfacción emocional.* Se observaron y refirieron estados de ánimo negativos a la entrada, pero no modificados dentro del servicio ni a favor ni en contra lo que pudiera relacionarse con predisposiciones desde la entrada que no logran ser modificadas durante la estancia del usuario.

También se refirieron estados de humor positivos. Aunque las bibliotecas no suelen modificar el estado anímico de los usuarios, cuando el humor es modificado generalmente es para bien, o sea positivo.

Entre los hallazgos del humor a la entrada se refieren: tranquilidad, ansiedad, preocupación y alegría. A la salida refieren sentirse: satisfechos algunos e inconformes otros.

Estados de ánimo referidos con menos recurrencia fueron: aliviado, desanimado, esperanzado, agotado.

*Frecuencia de satisfacción.* Los usuarios satisfechos lo están: siempre y casi siempre, y otros: a veces.

De modo general, la actitud de los usuarios para con la biblioteca refleja una valencia positiva hacia la misma dada por la percepción de atractivos como buen trato, atención, silencio, tranquilidad.

El liderazgo se relacionó con la competencia profesional de las gestoras de la información. Los días estrellas resultaron ser próximos al fin de semana: jueves y viernes, en cualquier horario, matutino o vespertino.

Se encuentran insatisfacciones vinculadas a lo informacional y a las condiciones del servicio, pero los que se muestran satisfechos lo están con mucha frecuencia.

La biblioteca parece no participar en la modificación del estado de ánimo del usuario ni a favor ni en contra, lo que sugiere trabajar más en virtud de la satisfacción emocional del usuario.

## DISCUSIÓN

La literatura recoge estudios internacionales de satisfacción de usuarios que pese a ser realizados en condiciones muy dispares a la nuestra, son referentes importantes en el actual estudio que se configura como un estudio de usuarios para conformar un proyecto de marketing bibliotecario.

Es necesario un accionar que genere un cambio de actitud en los usuarios, al referirse a esto Mañas JE señala "ante los retos informativos que se presentan con la entrada del nuevo milenio, se deben emplear nuevos métodos que permitan diseñar y proyectar una imagen pública positiva de los servicios".<sup>6</sup>

El estudio de las preferencias sería de utilidad para pautar una estrategia promocional al servicio y para diseñar una reingeniería de los servicios.<sup>6</sup>

Un plan de Social Media Marketing en la biblioteca de la universidad de Cádiz recomienda mantener una comunicación más fluida y directa con los usuarios para conocer mejor las necesidades y mejorar los servicios y la percepción de la comunidad universitaria sobre la biblioteca.<sup>7</sup>

Respecto a la **satisfacción informacional** en las bibliotecas estudios en Cádiz han propuesto indicadores similares para la evaluación de la misma como son: el aumento del número de usuarios que utilizan gestores de referencia sociales, así como la satisfacción de los usuarios con los servicios y recursos de la biblioteca y su difusión, medido mediante encuestas de satisfacción.<sup>7</sup>

Un estudio de satisfacción de usuarios enfatiza en que las bibliotecas tienen como misión satisfacer las necesidades de información del sector que le compete y para ello una persona debe presentar un comportamiento informativo, ir a la biblioteca, dirigirse a un servicio de información o valerse de su experiencia.<sup>8</sup>

Estudios en Cuba también han encontrado como causa de insatisfacción en los profesionales de la salud la bibliografía disponible.<sup>9-10</sup> Núñez-Paula invita a tener en cuenta el papel de las necesidades y a considerar la diferencia entre necesidades y deseos.<sup>11</sup>

Relativo a la variable **satisfacción emocional** se insiste en que el profesional de las bibliotecas debe cultivar una serie de habilidades de la inteligencia emocional para que la atención al usuario sea más efectiva.<sup>8</sup>

Este estudio coincidió con el que se presenta al separar la evaluación de la efectividad en la atención al usuario según su necesidad de información (rapidez y pertinencia), vista como *satisfacción material* y, la satisfacción sentida por el usuario a nivel personal o *satisfacción emocional*. Si no se obtiene satisfacción, lo emocional estará cargado de una serie de sentimientos en el sujeto, que afectará su comportamiento futuro con relación a las nuevas necesidades informativas que tenga.<sup>8</sup>

Numerosos estudios dentro y fuera de la bibliotecología reconocen también el valor de la satisfacción emocional.<sup>12-14</sup>

Fuentes JJ señala que el análisis de los factores dependientes del usuario, de la unidad de información (recursos) y de las propias fuentes (documentos), podrán ayudar a la evaluación de la satisfacción.<sup>15</sup>

Otro estudio tuvo hallazgos coincidentes al analizar los discursos de usuarios. Así incluyen motivos explícitos por los que no se va o no se usan las bibliotecas como fueron: la distancia, el horario y la falta de promoción.

Entre las razones implícitas señalaron: la experiencia insatisfactoria en el pasado, la incomodidad y la auto-identificación negativa como usuario de bibliotecas.<sup>16</sup>

Otros autores reflejan cómo con la digitalización y la web 2.0 la gestión de satisfacción es cada vez más compleja al señalar que la evolución histórica muestra una tendencia hacia la desvinculación de las bibliotecas de los sistemas de gestión de sus procesos.

Los servicios en la nube aún no son modelos con una aplicación generalizada en las bibliotecas, pero la tendencia del mercado apunta a un uso creciente.<sup>17,18</sup>

Estudios acerca de las representaciones sociales del rol del bibliotecario, encontró que los usuarios tienen diferentes enfoques entre sí, y les subyacen diferentes concepciones históricas de la evolución del rol del bibliotecario: clásico, moderno, escolar o técnico.<sup>10,19</sup>

Estos trabajos y otros publicados coinciden en defender la importancia que tienen los estudios de satisfacción dentro de las actividades de información.<sup>20-21</sup>

## CONCLUSIONES

La buena actitud de los usuarios para con las bibliotecas de salud encontrada en el estudio, así como la percepción de atractivos y preferencias relacionados con el liderazgo y la competencia profesional deben aprovecharse como fortalezas para mitigar las insatisfacciones de algunos usuarios a nivel informacional o emocional, teniendo en cuenta que los que se muestran satisfechos lo están con mucha frecuencia.

Dado que las bibliotecas parecen no participar en la modificación del estado de ánimo del usuario, ni a favor ni en contra, se sugiere trabajar de modo más intencionado la satisfacción emocional del usuario.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Fernández VA. Internet y las bibliotecas: ¿mayor cantidad de información o más dificultades para satisfacer las necesidades? ACIMED [Internet]. 2001[citado 17 oct 2015]; 9(3): [aprox. 3 p.]. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v9n3/aci06301.pdf>
2. Civallero E. El rol de la biblioteca en la inclusión social [Internet]. Madrid: SEDIC; 2011 [citado 9 oct 2015] Disponible en: <http://eprints.rclis.org/16309>
3. Navas E. La Inteligencia Emocional: una herramienta bibliotecaria poco glamurosa, pero tremendamente efectiva en la atención al usuario/a. Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios [Internet]. 2012 [citado 17 oct 2015]; 27(104):[aprox. 7 p.]. Disponible en: <http://www.aab.es/app/download/10099709/Inteligencia.pdf>
4. Verdecia NV, Núñez Paula IA. Contribución al perfeccionamiento de la gestión de información en la biblioteca del policlínico "Tula Aguilera", Camagüey, Cuba. ACIMED [Internet]. 2012 [citado 17 oct 2015]; 23(2): [aprox. 15 p.]. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v23n2/aci04212.pdf>



5. de Volder C, González-Terán Y, Gutiérrez FG. Las bibliotecas universitarias argentinas en la web 2.0. 2014. [citado 17 oct 2015] Disponible en: <http://hdl.handle.net/10760/17004>
6. Mañas JE. Marketing y difusión de servicios en una biblioteca universitaria del próximo milenio [Internet]. [citado 22 nov 2015]. Castilla: Universidad de Castilla - La Mancha;1999. Disponible en: <http://www.cobdc.org/jornades/7JCD/63.pdf>
7. Fernández García J. Diseño e implementación de un plan de social media marketing en la Biblioteca de la Universidad de Cádiz [Tesis]. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid; 2011. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/16456/>
8. Calva González JJ. Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información. México: UNAM; 2009. Disponible en: <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/329/9/978-607-02-0575-0.pdf>
9. Berenguer MC, Mediaceja A, Montoya M. Evaluación de la satisfacción en salud: un reto en la atención estomatológica. MEDISAN [Internet]. 2014 [citado 17 oct 2015]; 18(7). Disponible en: [http://bvs.sld.cu/revistas/san/vol18\\_7\\_14/sansu%2018%20%287%29.html](http://bvs.sld.cu/revistas/san/vol18_7_14/sansu%2018%20%287%29.html)
10. Noa Legrá M, Muguercia Llácer MC, Durán Morgado D. Motivos y representaciones de los usuarios de hoy en las bibliotecas de salud de Baracoa. Revista Información Científica [Internet]. 2015 [citado 1 oct 2015];91(3). Disponible en: [http://www.gtm.sld.cu/imagen/RIC/Vol\\_91\\_No.3/rMotivosy\\_representaciones\\_de\\_los\\_usuarios\\_de\\_hoy\\_en\\_las\\_bibliotecas\\_de\\_salud\\_de\\_Baracoa\\_rb.pdf](http://www.gtm.sld.cu/imagen/RIC/Vol_91_No.3/rMotivosy_representaciones_de_los_usuarios_de_hoy_en_las_bibliotecas_de_salud_de_Baracoa_rb.pdf)
11. Núñez-Paula IA. Gestión humana o de personas en la construcción de las sociedades del conocimiento. Acimed [Internet]. 2007 [citado 15 nov 2015]; 16(3). Disponible en: [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16\\_3\\_07/aci10907.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_3_07/aci10907.htm)
12. Méndez Jiménez A, Fernández Río J, Cecchini Estrada JA. Climas motivacionales, necesidades, motivación y resultados en Educación Física. Aula Abierta [Internet]. 2013 [citado 15 nov 2016; 41(1):63-72. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4097754>
13. Rondón Martínez AR. La motivación profesional en la formación integral del estudiante universitario. Didasc@lia: Didáct Educ [Internet]. 2012 Jul-Sep [citado 13 oct 2015]; 3(3). Disponible en: <http://runachayecuador.com/refcale/index.php/didascalia/article/view/144>
14. Rondón Martínez AR. Modelo pedagógico de la dinámica de la orientación profesional para la sistematización de la motivación profesional en la formación integral del estudiante universitario. Didasc@lia: Didáct Educ [Internet]. 2013 [citado 13 oct 2015];4(2). Disponible en:

- <http://runachayecuador.com/refcale/index.php/didascalia/article/view/973>
15. Fuentes JJ. Bibliotecas para un tiempo de crisis: Edificio y personal. Revista General de Información y Documentación [Internet]. 2012 [citado 17 oct 2014]; 22: [aprox. 23 p.]. Disponible en: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_RGID.2012.v22.39658](http://dx.doi.org/10.5209/rev_RGID.2012.v22.39658)
  16. Ruiz J, Cerrillo JA. Una aproximación a las representaciones de las bibliotecas en Andalucía desde los discursos de los usuarios potenciales. Bol Asoc Andaluza Bibliot [Internet]. 2009 jul-dic [citado 9 oct 2014]; 96-97: [aprox. 17 p.]. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3347391.pdf>
  17. FJ Valentín Ruiz, AB Fernández Sánchez, Torre-Marín R. Servicios cloud computing para la gestión de bibliotecas: hacia un nuevo modelo [Internet] oct-2012 [citado 9 oct 2015];96-97: [aprox. 17 p.]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10421/6743>
  18. Breeding M. Tendencias actuales y futuras en tecnologías de la información para unidades de información. El profesional de la Información [Internet]. 2011 [citado 21 Mar 2017];21(1):9-15. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.ene.02>
  19. Saquilán VM. Estudio acerca de las representaciones sociales del rol del bibliotecario, en usuarios de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de Mar del Plata [Tesis]. Argentina, Mar del Plata;2005. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/6748/1/TESISVERONICASAQUILAN.pdf>
  20. Hernández Salazar P. La importancia de la satisfacción del usuario. Doc Ciencias Inform [Internet]. 2011 [citado 21 Mar 2017]; 34: 349-368. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/36463>
  21. Fernández Valdés MM. Estándares para Bibliotecas Universitarias de Ciencias de la Salud en Cuba. Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas/ Infomed. 1-40 p. 2014 Disponible en: <http://reuniondirectores2015.sld.cu/index.php/reuniondirectores/2015/schedConf/presentations>

**Recibido:** 18 de marzo de 2017

**Aprobado:** 21 de mayo de 2017

**Lic. Marianela Noa Legrá.** Licenciada en Psicología. Máster en Longevidad Satisfactoria. Asistente. Filial de Ciencias Médicas Baracoa. Guantánamo. Cuba. **Email:** [marianela.gtm@infomed.sld.cu](mailto:marianela.gtm@infomed.sld.cu)