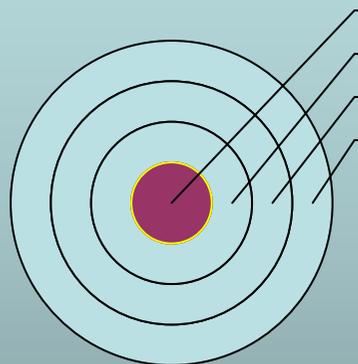


III ENCUENTRO DE ARCHIVEROS DE LA PROVINCIA

SEVILLA



LOS ESTUDIOS DE USUARIOS PARA NUESTROS ARCHIVOS

Alfonso Ruiz Cagigal, TSAE del Archivo del Ayuntamiento de Pozuelo
de Alarcón (Madrid).

c.e.: aruiz@ayto-pozuelo.es

Sumario

PARTE COMÚN

- Definición e historia de los estudios de usuarios.
- Clasificaciones.
- Áreas de conocimiento relacionadas con los estudios de usuarios.
- Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad. La justificación por la calidad.
- Los estudios de usuarios dentro de las estrategias de marketing. La justificación por el marketing.
- Metodología.

PARTE APLICADA A LOS CENTROS DE ARCHIVO

- Eficacia y Eficiencia.
- Los recursos disponibles en los archivos.
- Clasificación de usuarios (audiencias) de los archivos.
- El reto.

PARTE COMÚN

Definición e historia de los estudios de usuarios

1/11

El origen de los estudios de usuarios

Los estudios de usuarios nacen con carácter económico. Tardan en ser aplicados al sector público. Su aprovechamiento por parte de instituciones públicas como los archivos, las bibliotecas y los museos conlleva la transformación de ciertos conceptos. 😊

También los estudios de usuarios de archivos han de cumplir con los requisitos de:

- reducir la incertidumbre;
- ser susceptibles de influir en la decisión;
- justificar el coste.

Definición e historia de los estudios de usuarios

2/11

Así, ESOMAR (*European Society for Opinion and Marketing Research*, la Sociedad Europea de Investigación de Mercados y Opinión Pública) se funda en 1948.

- Otro ejemplo de la adaptación de la metodología de estudios de usuarios al campo de las unidades de información (archivos y bibliotecas) es el caso de la herramienta LibQual+. Su antecedente es SERVQUAL, un estándar de cuestionario creado por L.Parasuramam, Berry y Zeithmal (1988).

SERVQUAL tomó como campo de pruebas 4 tipologías de organizaciones de servicios financieros: banca, servicios de tarjetas de crédito, servicios de reposición y gestión de valores.

Definición e historia de los estudios de usuarios

3/11

- Los antecedentes más próximos a nuestro campo de la archivística y la biblioteconomía, tienen su origen en los estudios sobre los usuarios científicos de información:
 - Royal Society Scientific Information Conference (1948)
 - International Conference on Scientific Information (1958)

(GONZALEZ TERUEL, 2005)¹

Definición e historia de los estudios de usuarios

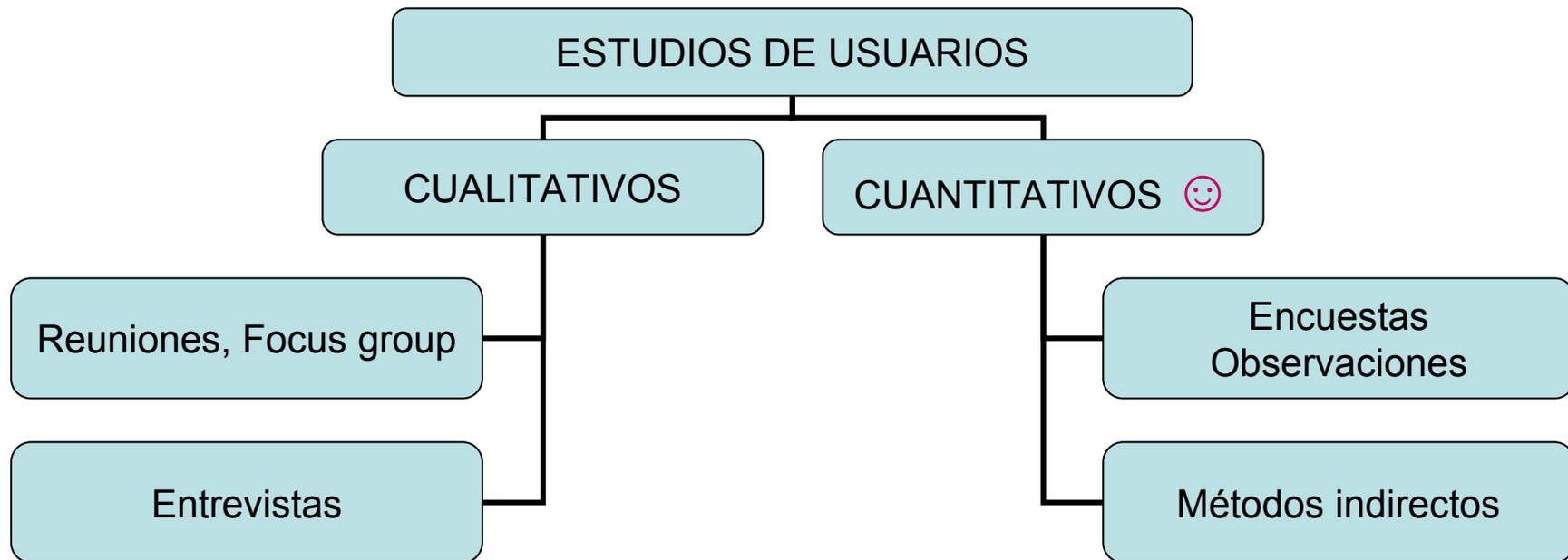
4/11

Los estudios de usuarios dentro de la biblioteconomía

- “*Conjunto de estudios que tratan de analizar cualitativa y cuantitativamente los hábitos de información de los usuarios, mediante la aplicación de distintos métodos, entre ellos los matemáticos –principalmente estadísticos- a su consumo de información.*” (SANZ CASADO, 1994)²
- La orientación principal de este tipo de estudios es la evaluación y promoción de los centros de archivo y otras unidades de información mediante el conocimiento de los hábitos y necesidades de consulta de los usuarios, la detección de los cambios en sus necesidades, la evaluación de servicios, la formación de usuarios, etc.

Definición e historia de los estudios de usuarios

5/11



Definición e historia de los estudios de usuarios

6/11

- A mediados de 1980, se inician en Estados Unidos de América los trabajos de investigación sobre usuarios de archivos:
 - *Midwestern Archivist*, vol. 11, nº1, 1986
 - *American Archival studies: Readings in theory and practice*. Chicago: The Society of American Archivists, 2001. (clásicos como Elizabeth Yakel, Randall C. Jimmerson, Paul Conway)
- Del año 1984 es el estudio RAMP de Hugh A. Taylor *Los Servicios de Archivo y el Concepto de Usuario: Un Estudio del Ramp I* Paris: Unesco, 1984. Se empieza a dar importancia al usuario.

Definición e historia de los estudios de usuarios

7/11

- Y las encuestas y estudios de usuarios han seguido...por ejemplo, la de BARRY, Richard.E. *Report on the Society and Archives Survey*, realizada por Internet en noviembre de 2002 y referenciada en Comma: international journal on archives. Paris: International Council on Archives. N° 2-3 (2003), p.209-217

Definición e historia de los estudios de usuarios

8/11

- Por lo que toca a la experiencia de nuestros archivos en estudios de usuarios, quizás la tradición más próxima serían las **Memorias de Investigadores** (método indirecto)
- Un verdadero tipo de estudio de usuarios es el de la Doctora Rita Dolores Santaella Ruiz, de la Universidad de Granada, *Análisis de usuarios de archivos de la ciudad de Jaén.(2001)* (Jaén: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Jaén,2007)
<http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=61> Ha seguido un método indirecto.
- La realidad todavía es muy pobre como puede deducirse, por ejemplo, de la consulta del informe estadístico de Archivos de titularidad estatal 2006,
<http://www.mcu.es/archivos/docs/estadisticasarchivos2006.pdf>
<http://www.ine.es/ioe/ioeFicha.jsp?cod=50003&codtema=&textema=&codorg=&textorg=&sig=null&L=>

Definición e historia de los estudios de usuarios

9/11

Definición de Encuesta:

“La encuesta es una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas (el cuestionario) que garantiza que la información proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población”.

(Abascal; Grande, 2005)³

Definición e historia de los estudios de usuarios

10/11

- “**Usuarios (Users)**”, es seguramente el concepto más factual, da igual en el sector público o en el sector privado
- “**Cientes (Customers)**”, desde la visión de la empresa. Concepto propio del Marketing.
- “**Consumidores (Consumers)**”, desde la visión demanda-oferta del mercado. Concepto propio de la Economía. El que compra o consume (usuario final) [Consumer Research=Estudio de Mercado]
- “**Ciudadanos (Citizens)**”, sujetos políticos, en el sector público.

Definición e historia de los estudios de usuarios

11/11

Porque las normas ISO definen como

- Cliente: organización o persona que recibe un producto.
- Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

Clasificaciones

1/4

Según la fuente de información: <ul style="list-style-type: none">–Directos–Indirectos
Según la combinación de datos y variables: <ul style="list-style-type: none">–Descriptivos–Analíticos
Según los niveles de diseño

- Clasificación de los estudios de usuarios

Clasificaciones

2/4

Directos:

Cuestionario,
Entrevista,
Observación

Indirectos:

Instrumentos de control
(análisis de peticiones,
memoria de
investigadores, etc.)

- Según la fuente de información

Clasificaciones

3/4

Descriptivos: no confrontan los resultados con hipótesis de partida. Asociación de variables

Analíticos: van encaminados a probar una hipótesis previa

- Según la combinación de datos y variables

Clasificaciones

4/4

Respecto de un centro.

Respecto de un servicio específico.

Respecto de un instrumento específico.

Respecto de un determinado segmento de población.

- Según los niveles de diseño

Áreas de conocimiento relacionadas con los estudios de usuarios.

1/1

La Bibliometría (estudios métricos para el Área de conocimiento de la Biblioteconomía).

La Sociología (estudios de opinión).

La Psicología (estudios de conducta).

Dirección y organización de empresas, gestión de la calidad, orientación a mejora del sistema de producción.

Marketing: estudios de mercado, servicio de atención al cliente (reclamaciones), relaciones con los clientes (servicio posventa, fidelización).

Estadística y econometría

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad. La justificación por la calidad.

1/10

La gestión de la calidad total (Total Quality Management, TQM) es la sistemática de gestión a través de la cual la empresa identifica, acepta, satisface y supera continuamente las expectativas y necesidades de todo el colectivo humano relacionado con ella (clientes, empleados, directivos, proveedores, etc.) con respecto a los productos y servicios que proporciona.

Las políticas de calidad nacen en el contexto empresarial para mejorar el control del sistema de producción.

Las políticas de calidad se aplican al sector público en un contexto de competencia: por un lado, de acortamiento de distancias entre el sector público y el sector privado, por otro lado como consecuencia de un discurso de transparencia del Estado democrático y de su responsabilidad hacia los ciudadanos contribuyentes.

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad. La justificación por la calidad.

2/10

Las familia de normas ISO 9000 son las que más directamente competen a la gestión de la calidad:

- **ISO 9000:2005**, Sistemas de gestión de calidad. Fundamentos y vocabulario.
- **ISO 9001:2000**, Sistemas de gestión de calidad. Requisitos.
- **ISO 9004:2000**, Sistemas de gestión de calidad. Directrices para la mejora del desempeño.
- **ISO 10002:2004**, Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones.
- **ISO 10005:2005**, Sistemas de gestión de la calidad. Directrices para los planes de la calidad.
- **ISO/TR 10017:2004**, Orientación sobre las técnicas estadísticas para la Norma ISO 9001:2000

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad. La justificación por la calidad.

3/10

Los centros de archivo estamos en pleno proceso de recepción-aplicación de los Planes del Calidad. Varios colegas (especialmente de ayuntamientos y diputaciones) están trabajando sobre los indicadores de gestión en los servicios de archivo.

Una buena introducción es el trabajo “Los indicadores de gestión en los servicios de archivo de las administraciones locales” (XXIII Mesa de Trabajo de Archivos de la Administración Local, Córdoba 30 de marzo a 1 de abril de 2006).

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad.
La justificación por la calidad.

4/10

Economía/Eficacia/Eficiencia/Excelencia:

- Costes totales del servicio/número de habitantes.
- Volumen de output realizado/volumen de output previsto.
- Volumen de output/costes totales.
- Tiempo de atención o respuesta del servicio.
- Número de usuarios reales/número de usuarios potenciales.
- Puntuación obtenida en encuestas.

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad. La justificación por la calidad.

5/10

Desde esta perspectiva de la Calidad, los estudios de usuarios tienen el sentido de recabar la perspectiva del usuario del archivo:

- Evaluación general del servicio (horarios, condiciones de uso, información autoservida, acceso a catálogos, derecho de acceso, información asistida, tiempos de respuesta, etc.)
- Evaluación de las instalaciones (sala de consulta, biblioteca auxiliar), del equipamiento (ordenadores, lectores de microfilm), de los transportes, de la accesibilidad (barreras arquitectónicas).
- Evaluación de la atención prestada por el personal.
- Evaluación de las necesidades documentales e informativas del usuario.
- Evaluación de los fondos, secciones, series y colecciones más consultados.
- Evaluación del grado de satisfacción del usuario.

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad.
La justificación por la calidad.

6/10

>Ejemplo :

El Plan de Calidad de Catastro, de la Dirección General de Catastro, no tiene nada que envidiar a ningún otro Plan de Calidad del sector privado o del sector público, y recoge perfectamente cómo la investigación sobre los usuarios se inscribe en un marco de Política de Calidad, http://www.catastro.meh.es/pdf/plan_calidad_2.pdf

Este Plan fue aprobado por el Consejo de Dirección el 27 de diciembre de 2004. Su publicación en la web corporativa es una muestra de la rentabilidad en imagen de este tipo de documentos.

Resaltamos que toda Política de Calidad (y sus estudios de usuarios) supone una planificación, que de poco sirven, sobre todo para las Instituciones, las “fotos fijas”. A continuación, se muestra el esquema de procesos que sigue el Plan de Calidad de Catastro:

ÁREAS DE ACTIVIDAD	COMETIDOS DESARROLLADOS
Encuestas a los empleados	Realizadas para conocer la percepción de la Calidad interna por parte de los empleados del Catastro.
Encuestas a los ciudadanos	Realizadas para conocer las expectativas de los ciudadanos respecto al Catastro y en que medida se ven satisfechas éstas.
Proyectos de Calidad	Se presentan por las Gerencias para impulsar reformas en relación con la mejora de la Calidad en la prestación del Servicio.
Formación	Diseño, programación y desarrollo de cursos y ciclos de formación relacionados con la Calidad.
Carta de Servicios	Define los compromisos específicos que la Dirección General del Catastro ha asumido con los ciudadanos en materia de Calidad.
Campañas divulgativas	Destinadas a dar a conocer los servicios que presta el Catastro y las mejoras introducidas en los mismos.
Mejoras en los procesos	Dentro de la filosofía de la "mejora continua" suponen actuaciones continuas en todo tipo de procedimientos que se desarrollan en torno a la gestión catastral.
Participación en iniciativas externas	Participaciones de la Dirección General del Catastro en las iniciativas propuestas por otras Administraciones o Instituciones.
Candidaturas a premios	Con el fin someter a la opinión externa las actuaciones desarrolladas en relación con la Calidad.
Evaluación/autoevaluación	Permiten evaluar los resultados obtenidos y adoptar decisiones en relación a los mismos.
Análisis de clientes	Realizados para conocer en detalle las necesidades y expectativas de los distintos tipos de clientes que precisan información catastral.
Benchmarking	Iniciativas destinadas a conocer las mejores prácticas de otras organizaciones y estudiar su incorporación a los procesos catastrales.

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad.

La justificación por la calidad.

8/10

- El Plan de Calidad de Catastro ha incluido encuestas destinadas tanto a sus empleados como a los ciudadanos:

En 1998, al inicio de la Política de Calidad de Catastro, se desarrolló una encuesta que se componía de 19 preguntas que fueron contestadas de manera anónima y voluntaria. Dicha encuesta la cumplimentaron 1.690 empleados. Como consecuencia de los datos obtenidos en ella, se desarrollaron diversas actuaciones tendentes a mejorar el servicio que se prestaba a los ciudadanos.

Desde el año 2000, las Gerencias del Catastro vienen poniendo a disposición de los ciudadanos unos cuestionarios que son rellenados de forma voluntaria por los mismos, y en los que se captura información respecto a acceso a la oficina, el estado de las instalaciones, el tiempo de espera, la comprensión a las preguntas formuladas, el trato recibido y la calidad de la información suministrada.

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad. La justificación por la calidad. 9/10

La norma ISO 9001:2000 “Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos” estima el estudio del cliente en sus apartados

5.2/ **“Enfoque del cliente:** la alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente

5.6.2.b)/ “Información para la revisión. La información de entrada para la revisión por la dirección debe incluir (b) **retroalimentación del cliente;**

8.2.1/ “Seguimiento y medición: **Satisfacción del cliente...** la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información

Los estudios de usuarios dentro de las políticas de calidad.

La justificación por la calidad.

10/10

La Gestión de la Calidad de los centros de archivo incluye los estudios de usuarios en las siguientes líneas:

- Primeros estudios indagatorios (cuestionarios con preguntas abiertas, que pueden servir para adoptar unas primeras medidas y también para preparar cuestionarios de preguntas estructuradas).
- Carta de servicios (compromiso de efectuar estudios de usuarios)
- Estudios sobre el grado de satisfacción.
- Estudios sobre las necesidades

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing

1/8

	Lanzamiento	Crecimiento	Madurez	Decadencia
Objetivos generales	Llegar al público más interesado	Ampliar el círculo de usuarios, mejorar la penetración en la población del entorno	Asegurar la difusión, sin poner en peligro la imagen de la biblioteca; preparar la renovación o sustitución del producto	Preparar el lanzamiento de un producto nuevo o renovado
Distribución	Orientación al público más interesado	Ampliación a un círculo más extenso de usuarios	Ampliación al círculo de usuarios más extenso posible	Limitación a los usuarios más interesados
Relaciones públicas	Orientación al público más interesado	Adopción de multiplicadores (mediadores ante el público en general)	Inclusión en la promoción general de los servicios de la biblioteca	
Publicidad	Intensa	De acompañamiento	Componente de la publicidad general de la biblioteca	Limitada a una simple mención en la lista de servicios ofrecidos

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing.

2/8

Promoción	Intensa (numerosos actos de animación, condiciones especiales para los primeros usuarios)	Intensidad media, equiparada a la política general de promoción de los demás productos	Intensa, para mantener el uso del servicio ofrecido	Condiciones especiales para usuarios habituales
Financiación	Esfuerzos especiales en relación con los horarios de trabajo, ediciones de publicidad y promoción	Intentar una relación óptima con los costes	Adaptación a la relación óptima de costes	Descendente

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing.

3/8

Fuente: Fundación Bertelsmann:

- *Klaassen, U.; Wiersma, Ch.; Giappiconi, Th. Gestión de la Calidad y Marketing en las Bibliotecas Públicas*

<http://www.fundacionbertelsmann.org/data/ESP/media/ByG2.pdf>

Es decir, desde la perspectiva de Marketing, el conocimiento de los clientes (usuarios) se vincula a las fases del ciclo de vida de un producto. Los estudios de clientes (usuarios) respaldan, rediseñan al producto, y agotado éste, respaldan a un nuevo producto que lo reemplaza.

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing.

4/8

- El marketing estudia por qué las personas e instituciones intercambian bienes, servicios o ideas, y analiza como son y deben ser estimulados estos intercambios para que sean mutuamente satisfactorios y fomente relaciones estables y duraderas.
- Cuanto mayor es el grado de competencia existente, mayor es la posibilidad de aplicación del marketing (se trata de producir lo que se demanda, y de fidelizar al cliente).
- El marketing identifica las necesidades, canaliza y orienta los deseos, y estimula las demandas.
- Las variables del marketing son el producto, el precio, la distribución y la promoción.

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing.

5/8

“El marketing —como técnica de gestión que es— está enfocado a detectar y analizar las necesidades de un mercado para producir, promover y distribuir los bienes y servicios que satisfagan de forma rentable las expectativas de los usuarios. Para ello es preciso implantar de forma sistemática estudios de mercado o estudios de usuarios que les permitan tener un conocimiento racional, no intuitivo de éstos, para saber qué piensan, qué desean, cuáles son sus expectativas, y acercarse a todas las categorías de usuarios desde los habituales a los potenciales o a los no usuarios”

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing.

6/8

- En el caso de las Bibliotecas Universitarias españolas comienza a extenderse el uso de Planes de Marketing y Difusión de Servicios.
- El Marketing crea mercado, crea necesidades. Pasar una encuesta puede ayudar a sensibilizar, a generar estado de opinión.
- Un estudio de los usuarios, un estudio del comportamiento del consumidor del archivo, puede permitir la segmentación, es decir, el proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, por ejemplo a través de la formación de usuarios.

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing.

7/8

Desde la perspectiva del marketing, los estudios de usuarios de archivos tienen el sentido de reunir todos los datos posibles para poseer clientes, conocer quiénes son los clientes potenciales, y mejorar la oferta según sus intereses:

Edad, género, nivel de estudios, profesión, lengua, motivo de la consulta (ocio, investigación académica, necesidad administrativa, etc.), objeto de interés (negocio, histórico, genealógico, diplomático, filológico, etc.), clase de documentos a los que da preferencia (pergamino, papel, fotografía, audiovisual, informático, etc.), grado de uso de archivos, cómo ha conocido el centro, situación de competencia con otros recursos, expectativas referentes a la información y a los archivos,...

Los estudios de usuarios dentro del marketing. La justificación por el marketing.

8/8

- La posición del archivero no es la del investigador académico. Dirigimos (al menos “tecnicamente”) la **gestión** de un centro/institución de archivo.

Más bien debe buscar o encauzar la **investigación aplicada** que reporte información para perfeccionar el servicio

La metodología

1/17

0.-(no hay tiempo ¿quién lo va a hacer?) !!!!!

1.-(¿se tiene un Plan global que enmarque y sirva de contexto al estudio de usuarios?)

2.-El cuestionario.

3.-Revisión o Edición de los cuestionarios (examen físico).

4.-Codificación y recopilación de los cuestionarios (grabación).

5.-Tabulación.

6.-Validación de la muestra: verificar si la muestra es representativa de la población que se dice estudiar.

7.-Análisis de la información.

8.-Interpretación de los resultados y conclusiones: redacción de informes.

9.-Plan de publicación.

La metodología

2/17

- **Diseño del cuestionario:**
 - Decidir qué tipo de información hace falta.
 - Decidir el tipo de cuestionario.
 - Dar contenido a las preguntas.
 - Estructurar el cuestionario.
 - Probar el cuestionario: prueba piloto.
 - Difundir el cuestionario.

La metodología

3/17

Por ejemplo, supongamos que avanzamos la hipótesis de que los usuarios destinan mucho tiempo (demasiado) para desplazarse al Archivo y para poder disponer finalmente del documento en sala (original) o poder visualizarlo mediante microfilm o bases de datos local. Si esto fuera así, parece claro que se trata de una desventaja que puede retraer público al Archivo...algo del síndrome del investigador peregrino.

En un problema de este tipo pueden considerarse factores como la facilidad de transporte hasta el centro, el horario de atención al público, el tipo de IDD de que se disponga y su autoservicio por los usuarios, la posibilidad del departamento de referencia, la plantilla de personal, el sistema de petición y reserva, los tiempos de respuesta del Archivo, la facilidad del servicio de reprografía, la situación de disponibilidad horaria del usuario, su plan de trabajo, o si el usuario sólo necesita trabajar con el fondo de nuestro archivo o va a necesitar, además, trabajar en otros archivos y unidades de información.

La metodología

4/17

Preguntas posibles

¿qué transporte utiliza preferentemente para llegar al Archivo?

¿cuánto tiempo de transporte necesita para ir al Archivo?

¿vive en la misma ciudad donde se encuentra el Archivo o viene de otro municipio?

¿vive en la misma provincia?

¿cuánto tiempo le ocupa una sesión de trabajo normal en el Archivo?

Para su idea de trabajo en el Archivo más reciente ¿cuántas sesiones de trabajo normales estima que va a necesitar?

¿Le parece que la información general sobre el funcionamiento del centro es clara?

¿Cómo valora la utilidad del catálogo y bases de datos de acceso libre del centro?

¿Puede resolver su búsqueda de documentos con sólo este centro de archivo o tendrá que acudir también a otros centros de archivo?

¿Está de acuerdo con el horario de atención al público del Archivo?

Etcétera.

La metodología

5/17

Análisis de la información:

1. Descripción elemental: composición de la muestra y de la población.
2. Análisis descriptivo sencillo (medias, medianas, modas, desviaciones típicas, etc.)
3. Pruebas de coherencia global (análisis multivariantes). Hipótesis. Obtención de tipologías.
4. Pruebas de hipótesis clásicas.
5. Informe de conclusiones.

La metodología: Ejemplo y codificación

6/17

El Archivo de la Ciudad está realizando una encuesta para conocer más exactamente la opinión y el uso que hacen los ciudadanos de sus servicios. Por eso, le rogamos que conteste a las siguientes preguntas. La encuesta es anónima.

Muchas gracias por su colaboración

La metodología: Ejemplo y codificación

7/17

- **PREGUNTA**
1. ¿Cómo ha conocido el Archivo de la Ciudad?
 1. Por un familiar o un amigo.
 2. Preguntando en el Ayuntamiento.
 3. Por internet.
 4. Por la radio.
 5. Por la televisión.
 6. Por el periódico.
 7. Otros.
- **CODIFICACIÓN**
(variables nominales)
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7

La metodología: Ejemplo y codificación

8/17

- PREGUNTA

2 ¿Había visitado el Archivo de la Ciudad anteriormente?

1. Sí.
2. No.

- CODIFICACIÓN

(variables nominales)

- 1
- 2

La metodología: Ejemplo y codificación

9/17

- PREGUNTA
 - CODIFICACIÓN
3. ¿Cuántas veces ha venido al Archivo de la Ciudad en este mes en curso? (Variable métrica)
- Una vez
 - Dos veces
 - Tres veces
 - Más de tres veces
- 1
 - 2
 - 3
 - 4

La metodología: Ejemplo y codificación

10/17

- **PREGUNTA**

4 ¿Cuál es el destino de su recogida de información?

1. Asunto administrativo particular.
2. Asunto para empresa.
3. Uso para clases y docencia.
4. Uso para trabajo de investigación académica y científica.
5. Uso para trabajo escolar.
6. Ocio, hobby, lectura.
7. Otros.

- **CODIFICACIÓN**

(Variables nominales)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

La metodología: Ejemplo y codificación

11/17

- **PREGUNTA**

5¿Qué tipo de documentos busca?

- | | |
|-------------------------------------|------|
| 1. Datos sobre el Ayuntamiento. | • 1 |
| 2. Datos sobre personas. | • 2 |
| 3. Datos sobre lugares. | • 3 |
| 4. Fotografías. | • 4 |
| 5. Audiovisuales | • 5 |
| 6. Planos de Arquitectura. | • 6 |
| 7. Diseños de máquinas. | • 7 |
| 8. Mapas | • 8 |
| 9. Encuadernaciones artísticas. | • 9 |
| 10. Ilustraciones y dibujos. | • 10 |
| 11. Escritura y caligrafía antigua. | • 11 |
| 12. Otros. | • 12 |

- **CODIFICACIÓN**

(Variables nominales)

La metodología: Ejemplo y codificación

12/17

- PREGUNTA
 - CODIFICACIÓN
6. En sus sesiones en el Archivo ¿Encuentra los datos que buscaba?
1. Sí, siempre.
 2. Normalmente sí, con alguna excepción.
 3. No, nunca.
- 1
 - 2
 - 3

La metodología: Ejemplo y codificación

13/17

- **PREGUNTA**

7. Mi grado de satisfacción con el servicio prestado en el Archivo de la Ciudad.

1. Muy insatisfecho
2. Insatisfecho
3. Satisfecho
4. Muy satisfecho

- **CODIFICACIÓN**

- 1
- 2
- 3
- 4

La metodología: Ejemplo y codificación

14/17

- **PREGUNTA**

8 Indique su edad:

1. Menor o igual que 25 años.
2. Mayor de 25 y menor o igual que 35
3. Mayor de 35 y menor o igual que 65
4. Mayor que 65

- **CODIFICACIÓN.**
(Variables nominales)

- 1
- 2
- 3
- 4

La metodología: Ejemplo y codificación

15/17

PREGUNTA

9 Sexo:

1. Masculino. (Hombre)
2. Femenino. (Mujer)

CODIFICACIÓN

(Variables nominales)

- 1
- 2

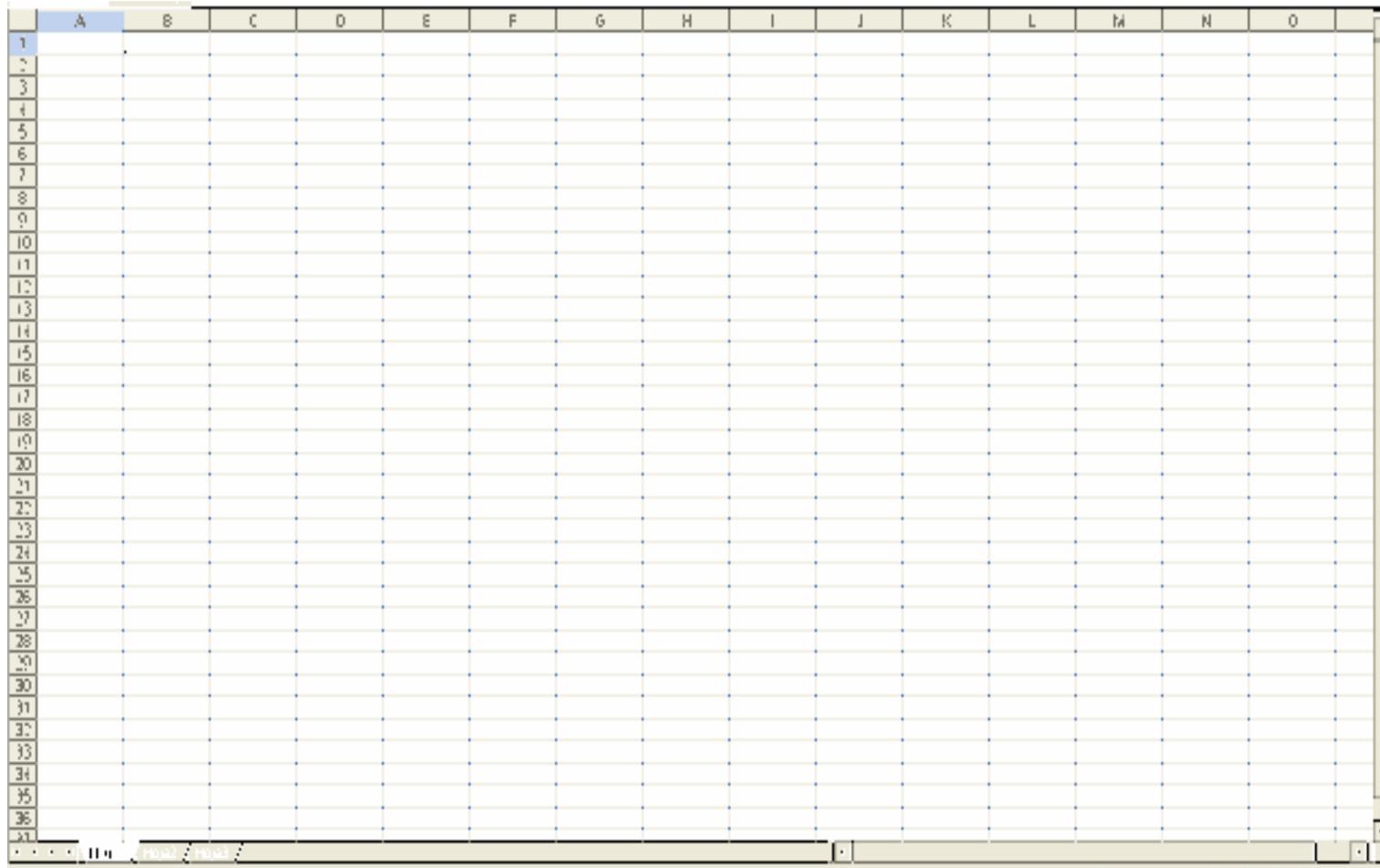
La metodología: Ejemplo y codificación

16/17

- En cada fila se graba un cuestionario.
- En las columnas figuran las preguntas.
- Los cuestionarios se numeran de forma que su número coincide con el número de la fila correspondiente.

La metodología: Ejemplo y codificación

17/17



PARTE APLICADA A LOS CENTROS DE ARCHIVO

Consideraciones previas

- Los estudios de usuarios de archivos tienen un alto coste.
- Los estudios de usuarios de archivos tienen que valer para la promoción de los centros de archivo: para mejorar sus dotaciones, para convencer y hablar en el mismo lenguaje que los gerentes, para poner en valor el patrimonio documental, para estar en mejor situación frente a la competencia (bibliotecas, internet, etc.), para contar con alianzas en la Universidad y en la financiación privada.
- La proverbial “seguridad y estabilidad” del sector público queda ya totalmente mediatizada por los principios de eficacia y eficiencia.
- Todo estudio de usuarios debe culminar con la redacción de un documento de informe que interprete y dimensione los resultados.

Eficacia y eficiencia

- Eficacia:
Nivel de realización de las actividades planificadas y obtención de los resultados esperados. (Informe UNE 66173 IN)
- Eficiencia:
Relación entre los resultados obtenidos y los recursos utilizados. (Informe UNE 66173 IN)
- Los estudios de usuarios en su relación con el grado de desarrollo de la organización del centro de archivo, del nivel de control sobre todo el fondo, y de los recursos (presupuesto) y la planificación general. ¿sabemos en qué nivel estamos, tenemos ese plan general, podemos dar sitio en ese plan a los estudios de usuarios?

La oferta de recursos de los archivos.

1/3

- ¿Qué recursos puede obtener el usuario de los centros/instituciones de archivo?

La contestación a esta pregunta marca la diferencia entre los archivos y otros centros de información. En mi criterio, el compendio de recursos disponibles en un centro de archivo es:

- **El/los fondo/-s** (conjunto orgánico de documentos). Aquí podemos incluir ciertas colecciones, por ejemplo, la ambiciosa colección de carteles taurinos del Archivo de San Sebastián de los Reyes.
- **La biblioteca auxiliar**. Ésta suele estar especializada en Historia (General, Institucional, Local, incluyendo copias de los trabajos publicados por los investigadores del fondo), Diplomática, Paleografía, Archivística y Gestión Documental. Pero en un Archivo Administrativo, también puede ser la biblioteca auxiliar administrativa del organismo en cuestión.

Por ejemplo, la biblioteca del AHP de Ciudad Real es una biblioteca especializada de referencia para Ciudad Real en el campo de la Historia. Y lo mismo puede ocurrir con un Archivo de Diputación Provincial o con un Archivo Municipal.

- **El servicio de referencia** (capacitación para relacionar distintos tipos documentales y distintos fondos relacionados).
- **La formación** (en fuentes documentales, en flujos documentales, en archivos de oficina, en requisitos formales de los documentos, en gestión documental). Por ejemplo, los programas de escuelas-taller de los archivos de Alcobendas y de Alcorcón.

La oferta de recursos en los archivos.

2/3

Ya en casos sobresalientes –y cuando han sido cubiertos los otros recursos-, un centro/institución de archivo puede disponer de un **centro documental**. Es decir, un centro de archivo también puede disponer de bases de datos temáticas producidas por el mismo centro de archivo a partir tanto de sus propios fondos como también a partir de otros fondos, colecciones, bibliotecas y centros de documentación.

Centros como el CIDA del Ministerio de Cultura, el Archivo General de la Universidad de Castilla-La Mancha, Irargi, el Archivo de la Fundación de los Ferrocarriles Españoles, son algunas de las realizaciones que nos hablan de esta posibilidad.

No es extraño pensar en archivos con centros documentales especializados en Genealogía, Heráldica, Registro histórico de calles, Registro histórico de Instituciones, etc. En último caso, la existencia de estas bases de datos y de su rentabilización como servicio va a depender de las potencialidades del fondo, de las dotaciones presupuestarias, del apoyo por parte de las instancias gerenciales, del público potencial y de la competencia en relación a bibliotecas y centros de documentación.

La oferta de recursos en los archivos.

3/3

El Arxiu Nacional de Catalunya dispone de los siguientes servicios para usuarios:

- 5 salas de consulta
 - 1 sala de consulta general (52 personas)
 - 1 sala de consulta en grupo (10 personas)
 - 1 aula seminario (18 personas)
 - 1 sala de consulta fotográfica (8 personas)
 - 1 sala de consulta de microfilms (8 personas)
- Servicio de información y referencia
- Consulta de fondos a través de Internet
- Biblioteca y Hemeroteca Auxiliar y de Reserva
- Centro de Restauración Documental de Cataluña
- Servicio Didáctico
- Sala de Conferencias (100 personas)
- Servicio de Reprografía
- Visitas en grupo



Las audiencias de los archivos

1/2

Las clases de archivos afectan a los perfiles de usuarios, a sus audiencias. La siguiente clasificación debe ser tenida en cuenta:

Archivos de acceso libre (públicos)

Archivos sin acceso libre (privados)

Archivos de fondo abierto (archivos que recibe transferencias)

Archivos de fondo cerrado (archivos históricos)

Archivos con alto índice de catalogación

Archivos con bajo índice de catalogación

Archivos con sitio web y catálogo on line || Archivos identificados

Archivos sin sitio web || Archivos no identificados

Las audiencias de los archivos

2/2

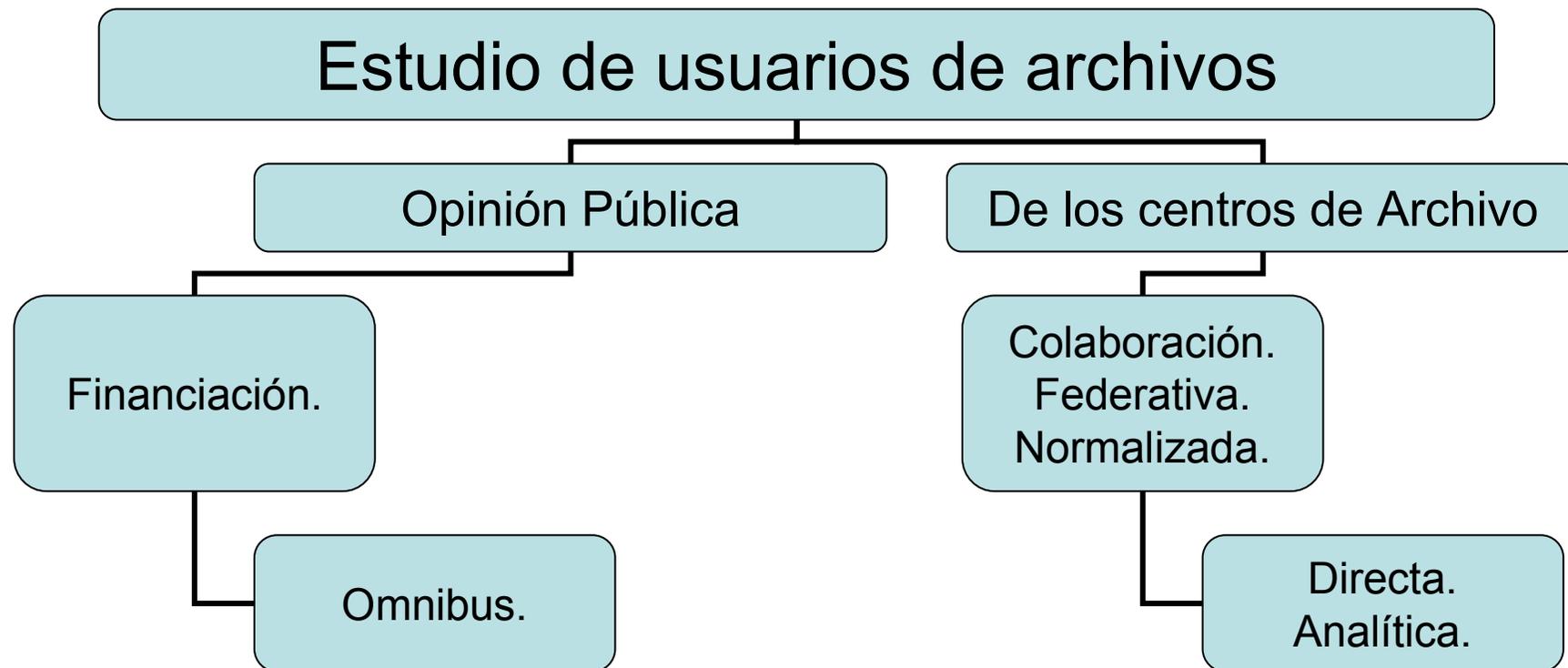
¿quiénes son audiencias de los archivos?

- -los usuarios internos de la propia organización.
- -los investigadores profesionales académicos, especialistas en genealogía, especialistas en diplomática y paleografía, especialistas en heráldica, historiadores, filólogos, sociólogos, bibliotecólogos (presenciales o no)
- -los investigadores aficionados (autodidactas). (Presenciales o no)
- -¿los curiosos? (presenciales o no)
- -los visitantes (visitas guiadas, puertas abiertas, exposiciones temporales)
- -los que necesitan antecedentes (datos y pruebas) para un negocio actual; los documentos requeridos pueden ser antiguos.
- -el público en general, público potencial, nuevos públicos, opinión pública.

Las audiencias evolucionan en los archivos. La memoria del Arxiu Comarcal de L'Alt Penedés (2005) incluye en el apartado de Difusión la siguiente observación:

“Cada vez son más numerosas las consultas de fondos audiovisuales del archivo que generan material que surte a programas de televisión local o nacional, spots publicitarios, exposiciones, libros, etc. Podemos decir que cada vez son más importantes las consultas sobre los fondos de imágenes, y esto implica que el perfil de usuario también es diferente. Se está pasando del usuario adulto y/o jubilado al joven que necesita material para poder apoyar un reportaje, un audiovisual o preparar una exposición. Entre estos usuarios, la prioridad ya no es publicar un libro con un considerable cuerpo de datos y referencias para un público erudito o minoritario, sino llegar al gran público a través de los materiales interactivos”

<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/Cultura/Temes/Arxius/Subdireccio%20General%20d%20Arxius/arxius/MemArx05.pdf>



El Reto

2/3

Dónde podemos intervenir como archiveros (nuestras destrezas):

1. En la definición de la estrategia que dé sentido al estudio de usuarios.
2. En el diseño del cuestionario previendo las posibilidades de análisis.
3. En la distribución del cuestionario y en su recogida.
4. En la fase del análisis y participando en el informe conclusivo.

El Reto

3/3

Dónde debemos contar con la colaboración de profesionales de las encuestas (sus destrezas):

- En la etapa de codificación de la encuesta.
- En la fase de descarte de cuestionarios.
- En la fase de descripción básica.
- En la fase de análisis complejo.
- En el informe conclusivo.

Una relación de recursos y documentos disponibles en Internet

1/4

Recursos Genéricos:

- <http://www.crue.org/CAU/inicio.htm> *Conferencia de Archiveros de las Universidades Españolas.*
- <http://www.ine.es/> *Instituto Nacional de Estadística (INE).*
- <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html> *Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).*
- <http://www.fundacionbertelsmann.org/> *Fundación Bertelsmann.*
- <http://www.libqual.org/index.cfm> *LibQual.*
- <http://www.arl.org/index.shtml> *Association of Research Libraries.*
- <http://www.esomar.org/index.php?page=home> *European Society for Opinion and Marketing Research*
- <http://www.sipie.net/esp/modules/news/> *Revista Metodología de Encuestas (Sociedad Internacional de Profesionales de Investigación en Encuestas, SIPIE)*
- <http://www.cindoc.csic.es/> *Centro de Información y Documentación Científica (del CSIC)*

Una relación de recursos y documentos disponibles en Internet

2/6

Ejemplos de cuestionarios de archivos:

- <http://www.archivescanada.ca/english/survey.html>
- <http://www.archives.gov/dc-metro/washington/customer-satisfaction-survey.html>

Una relación de recursos y documentos disponibles en Internet

3/6

Ejemplos de metodología de encuestas:

- <http://www.ine.es/daco/daco42/cultocio/metobibli2002.doc> Fuente: Instituto Nacional de Estadística, INE, *Estadística de Bibliotecas 2002*
- <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/EHC/2006/Presentacion.html> Fuente: Ministerio de Cultura, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2006-2007*

Una relación de recursos y documentos disponibles en Internet

4/6

Ejemplos de informes sobre encuestas:

- <http://cultura.gencat.net/bpt/actual/docs/enquesta.pdf> *Biblioteca Pública de Tarragona (2005)*
- <http://sacm.jccm.es/biblioteca%5Fregional/swf/encuesta.pdf> *Biblioteca de Castilla La Mancha (2004)*
- <http://www.rebiun.org/doc/buja%20definitivo.pdf> *Biblioteca de la Universidad de Jaén (2006)*

Una relación de recursos y documentos disponibles en Internet

5/6

Ejemplos de orientación al usuario en planificación estratégica y planes de calidad:

- <http://www.nationalarchives.gov.uk/documents/annual-report06-07.pdf> *Informe Anual 2006 de los Archivos Nacionales del Reino Unido.*

Una relación de recursos y documentos disponibles en Internet

6/6

Referencias a paquetes informáticos:

Excel

<http://www.spss.com/es/> SPSS

<http://sci2s.ugr.es/secaba-ugr/> *Programa del Grupo Secaba (Universidad de Granada) para encuesta web de biblioteca universitaria según modelo LibQual*

<http://eng.spadsoft.com/> Programa Spad-Question

Obras citadas

1. González Teruel, Aurora. Los estudios de necesidades y usos de información. Fundamentos y perspectivas actuales. Ediciones Trea,S.L. Gijón,2005.
2. Sanz Casado, Elías. Manual de Estudios de usuarios. Fundación Sánchez Ruiperez, 1994.
 - Midwestern Archivist, vol. 11, nº1, 1986
 - American Archival studies: Readings in theory and practice. Chicago: The Society of American Archivists, 2001.
3. Abascal, Elena; Grande, Ildefonso. Análisis de encuestas. ESIC Editorial, 2005