



# Licenciatura a Distancia en Bibliotecología y Documentación

Universidad Nacional de Mar del Plata

Estudio de correlación entre el uso de los servicios que ofrece la Biblioteca “Dra. Cecilia Grierson” y la promoción brindada por sus distintas vías de comunicación, muchas de las cuales fueron implementadas de manera abrupta por el confinamiento provocado por la pandemia Covid-19.

Tesina

Autora: Mariana Pickenhayn

Director: Luis Eugenio Panza

San Juan

2022

## Tabla de contenido

Dedicatoria .....	8
Agradecimientos .....	8
Consideraciones preliminares .....	9
Tema.....	9
Resumen.....	9
Estado actual de la cuestión.....	10
Fundamentación .....	12
Marco Teórico .....	14
Biblioteca Universitaria .....	14
Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) .....	15
Servicios Bibliotecarios.....	15
Vías o canales de comunicación.....	16
Preguntas de Investigación .....	19
Problema central.....	19
Problemas conexos .....	19
Objetivos de Investigación .....	20
Objetivo general.....	20
Objetivos específicos.....	20
Métodos y técnicas a utilizar.....	22
Variables.....	22
Muestreo.....	29
Marco muestral .....	29
Muestra .....	30
Recolección de datos.....	32
Construcción del instrumento de medición.....	32
Prueba de validez del cuestionario .....	32
Cuestionario definitivo .....	33
Análisis y procesamiento de los datos .....	35
Relación entre variables y objetivos de investigación .....	35
Procesamiento de datos.....	40
Resultado de la investigación según el objetivo general .....	40
Resultados de la investigación según sus objetivos específicos .....	43
Resultados complementarios.....	91
Conclusiones .....	97
Bibliografía: .....	99

---

Anexos.....	102
Anexo I.....	103
Glosario .....	103
Anexo II.....	110
Cuestionario .....	110
Anexo III.....	113
Capturas de estadísticas de la página de Meta diciembre 2021(Facebook e Instagram). 113	
Anexo IV .....	115
Matriz de datos .....	115
Anexo V .....	122
Preguntas y Respuestas abiertas del cuestionario.....	122

## Índice de Tablas

0.1 Tabla N°1. Ejemplo de pregunta para variable 3.....	24
0.2 Tabla N°2. Ejemplo de pregunta para variable 4.....	25
0.3 Tabla N°3. Ejemplo de pregunta para variable 5.....	26
0.4 Tabla N°4. Ejemplo de pregunta para variable 6.....	27
0.5 Tabla N°5. Frecuencia con la que se publica en las diferentes redes sociales de la Biblioteca Grierson.....	27
0.6 Tabla N°6. Publicaciones de la biblioteca Grierson semanal. Agenda de trabajo.....	28
0.7 Tabla N°7. Estratificación para muestras de 150 individuos.....	30
0.8 Tabla N°8. Frecuencia uso de las vías de comunicación (V3).....	40
0.9 Tabla N°9. Frecuencia uso de servicios (V4).....	41
0.10 Tabla N°10. Frecuencia de la variable 5.....	42
0.11 Tabla N°11. Las vías más usadas por cada tipo de usuario.....	45
0.12 Tabla N°12. Cantidad de usuarios por departamento.....	51
0.13 Tabla N°13. Frecuencia uso de vías de comunicación de Docentes según edades.....	71
0.14 Tabla N°14. Frecuencia uso de vías de comunicación de Egresados según edades.....	71
0.15 Tabla N°15. Frecuencia uso de vías de comunicación de Estudiantes según edades.....	72
0.16 Tabla N°16. Frecuencia uso de vías de comunicación de Investigadores según edades.....	72
0.17 Tabla N°17. Frecuencia uso de vías de comunicación de Nodocentes según edades.....	72
0.18 Tabla N°18. Frecuencia uso de vías de comunicación de Otros según edades.....	73
0.19 Tabla N°19. Valores para respuestas de la pregunta N° 4 (V4).....	78
0.20 Tabla N°20. Publicaciones de los servicios en la biblioteca (V8).....	82
0.21 Tabla N°21. Valores para respuestas de pregunta N°4 .....	86
0.22 Tabla N°22. Valores esperados para el total de cada estamento según su frecuencia.....	87
0.23 Tabla N°23. Usuarios, media/edad, uso de servicios promocionados por los canales de comunicación.....	87
0.24 Tabla N°24. Tipo de usuarios que contestaron y edad promedio de cada uno.....	92
0.25 Tabla N°25. Tabla comparativa del recorrido de los distintos departamentos a Albardón, en vehículo propio o en colectivo.....	94
0.26 Tabla N°26. Frecuencia con la que se publica en las diferentes redes sociales los días de semana.....	95

## Índice de Gráficos

0.1	Gráfico N°1. V3 ¿Con qué frecuencia usa cada canal de comunicación para recibir información de los servicios que posee la Biblioteca Grierson o para comunicarse con la misma?.....	41
0.2	Gráfico N°2. V4 ¿Ha utilizado servicios de la Biblioteca de los que se haya enterado a través de nuestras vías de comunicación?.....	42
0.3	Gráfico N°3. Frecuencia de vistas de los servicios de la Biblioteca.....	43
0.4	Gráfico N°4. Frecuencia de uso de cada canal de comunicación.....	44
0.5	Gráfico N°5. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por cada tipo de usuario.....	45
0.6	Gráfico N°6. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Docentes.....	46
0.7	Gráfico N°7. Ubicación geográfica de Docentes.....	46
0.8	Gráfico N°8. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Egresados.....	47
0.9	Gráfico N°9. Ubicación geográfica de Egresados.....	47
0.10	Gráfico N°10. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Estudiantes.....	48
0.11	Gráfico N°11. Ubicación geográfica de Estudiantes.....	48
0.12	Gráfico N°12. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Investigadores.....	48
0.13	Gráfico N°13. Ubicación geográfica de Investigadores.....	49
0.14	Gráfico N°14. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Nodocentes.....	49
0.15	Gráfico N°15. Ubicación geográfica de Nodocentes.....	49
0.16	Gráfico N°16. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Otros.....	50
0.17	Gráfico N°17. Ubicación geográfica de Otros.....	50
0.18	Gráfico N°18. Ubicación geográfica de los usuarios encuestados.....	51
0.19	Gráfico N°19. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Rivadavia.....	57
0.20	Gráfico N°20. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Capital de San Juan.....	58
0.21	Gráfico N°21. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Albardón.....	58
0.22	Gráfico N°22. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Rawson.....	59
0.23	Gráfico N°23. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para egresados que residen en Rivadavia.....	59
0.24	Gráfico N°24. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para egresados que residen en Capital de San Juan.....	60
0.25	Gráfico N°25. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para egresados que residen en Jáchal.....	60
0.26	Gráfico N°26. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Albardón.....	61
0.27	Gráfico N°27. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Santa Lucía.....	61
0.28	Gráfico N°28. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Rawson.....	62
0.29	Gráfico N°29. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Capital de San Juan.....	62
0.30	Gráfico N°30. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Caucete.....	63
0.31	Gráfico N°31. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Pocito.....	63
0.32	Gráfico N°32. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Chimbos.....	64
0.33	Gráfico N°33. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en 9 de Julio.....	64
0.34	Gráfico N°34. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para investigadores que residen en Rivadavia.....	65
0.35	Gráfico N°35. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para investigadores que residen en Capital de San Juan.....	65
0.36	Gráfico N°36. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para no docentes que residen en Pocito.....	66
0.37	Gráfico N°37. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para no docentes que residen en Rivadavia.....	66
0.38	Gráfico N°38. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para "otros" que residen en Capital de San Juan.....	67
0.39	Gráfico N°39. Frecuencia de uso de los canales de comunicación para "otros" que residen en Rawson.....	67
0.40	Gráfico N°40. Frecuencia uso de vías de comunicación según edades.....	69
0.41	Gráfico N°41. Frecuencia uso de vías de comunicación según edades entre 18 a 33 años.....	70

0.42	Gráfico N°42. Frecuencia uso de vías de comunicación según edades entre 35 a 61 años.....	70
0.43	Gráfico N°43. Satisfacción en el uso de servicios de los usuarios.....	74
0.44	Gráfico N°44. Satisfacción en el uso de servicios por tipo de usuarios.....	75
0.45	Gráfico N°45. Satisfacción en el uso de servicios - Docentes.....	75
0.46	Gráfico N°46. Satisfacción en el uso de servicios - Egresados.....	76
0.47	Gráfico N°47. Satisfacción en el uso de servicios - Estudiantes.....	76
0.48	Gráfico N°48. Satisfacción en el uso de servicios - Investigadores.....	76
0.49	Gráfico N°49. Satisfacción en el uso de servicios - Nodocentes.....	77
0.50	Gráfico N°50. Satisfacción en el uso de servicios - Otros.....	77
0.51	Gráfico N°51. Uso de los servicios.....	79
0.52	Gráfico N°52. Uso de los servicios-Docentes.....	79
0.53	Gráfico N°53. Uso de los servicios-Egresados.....	80
0.54	Gráfico N°54. Uso de los servicios-Estudiantes.....	80
0.55	Gráfico N°55. Uso de los servicios-Investigador.....	81
0.56	Gráfico N°56. Uso de los servicios-Nodocentes.....	81
0.57	Gráfico N°57. Uso de los servicios-Otros.....	82
0.58	Gráfico N°58. Publicaciones de los servicios en 3 semanas de la Biblioteca.....	84
0.59	Gráfico N°59. Frecuencia de vistas totales de cada servicio.....	85
0.60	Gráfico N°60. Frecuencia de vistas de los canales de comunicación.....	85
0.61	Gráfico N°61. Frecuencia uso servicio docentes con una edad media de 49 años.....	87
0.62	Gráfico N°62. Frecuencia uso servicio egresados con una edad media de 38 años.....	88
0.63	Gráfico N°63. Frecuencia uso servicio estudiantes con una edad media de 26 años.....	89
0.64	Gráfico N°64. Frecuencia uso servicio investigadores con una edad media de 57 años.....	89
0.65	Gráfico N°65. Frecuencia uso servicio Nodocentes con una edad media de 50 años.....	90
0.66	Gráfico N°66. Frecuencia uso servicio otros con una edad media de 49 años.....	90
0.67	Gráfico N°67. Tipo de usuarios que contestaron la encuesta.....	91
0.68	Gráfico N°68. Frecuencia con la que se publica en las diferentes redes sociales los días de semana.....	95
0.69	Gráfico N°69. Frecuencia uso cada canal de comunicación.....	95

## Índice de Imágenes

0.1 Imagen N°1. Distancia desde Chimbas a Albardón.....	52
0.2 Imagen N°2. Distancia de Capital de San Juan a Albardón.....	52
0.3 Imagen N°3. Distancia de Santa Lucía a Albardón.....	53
0.4 Imagen N°4. Distancia de Rivadavia a Albardón.....	53
0.5 Imagen N°5. Distancia de 9 de julio a Albardón.....	54
0.6 Imagen N°6. Distancia de Pocito a Albardón.....	54
0.7 Imagen N°7. Distancia de Rawson a Albardón.....	55
0.8 Imagen N°8. Distancia de Caucete a Albardón.....	55
0.9 Imagen N°9. Distancia de Jáchal a Albardón.....	56

## Dedicatoria

A mis padres Mónica y Jorge por todo su amor, por los valores y principios que me han inculcado.

A mis hijos Camila, Lucas, Agustín y Emiliano por darme fuerzas en momentos difíciles, por impulsarme a ser mejor cada día, por apoyarme para cumplir mis metas y acompañarme siempre.

A mi amor Carlos por ser mi puntal y compañero, por creer en mí y su amor incondicional.

A mis hermanos Marcelo y Sebastián, por su contención y amor.

A toda mi familia por tanto cariño en mi vida.

## Agradecimientos

A la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata. A todos los docentes de LICAD que me brindaron sus saberes y guiaron estos años para obtener mi título universitario.

A mi director de tesis Luis Eugenio Panza por su ayuda, paciencia y el tiempo dedicado. Gracias por los conocimientos ofrecidos y todos los consejos.

Agradecerle también a mi padre Jorge Pickenhayn por apuntalarme y colaborar con su visión en esta tesis como así también a mi amiga Ana Verónica Naranjo.

A mis compañeros y amigos de la EUCS que me apoyaron e hicieron posible que este trabajo se realice con éxito. Por brindarme la información necesaria para la tesina, gracias Belisaria Falcón, Karina Domínguez, Ana Tejada y Jonathan Castro.

A mis colegas de la UNSJ por brindarme sus conocimientos, compartir experiencias y su profesionalismo, Nora Maroto, Alejandra Kolesnik.

A mi amiga Norma Mesa porque siempre estuvo conmigo gran compañera de carrera, de viajes y de vida.

## Consideraciones preliminares

Estudio de correlación entre el uso de los servicios que ofrece la Biblioteca “Dra. Cecilia Grierson” y la promoción brindada por sus distintas vías de comunicación, muchas de las cuales fueron implementadas de manera abrupta por el confinamiento provocado por la pandemia Covid-19.

**Tema** Bibliotecas universitarias. Relación entre el uso de los servicios de la biblioteca y su promoción a través de diferentes canales de comunicación, durante la pandemia Covid-19.

### Resumen

La biblioteca “Cecilia Grierson” es una institución que responde a las necesidades académicas de la Universidad Nacional de San Juan (UNSJ) para aportar las soluciones que la Escuela Universitaria de Ciencias de la Salud (EUCS) requiere a fin de formar a los estudiantes de las carreras en ella inscriptas. Su funcionamiento es reciente y abarca múltiples campos, considerados como necesarios en la formación y desarrollo de las tareas docentes y de investigación. En esta etapa de organización irrumpió en forma inesperada y repentina, un agente externo de gran impacto como fue la pandemia de Covid-19. Ello implicó la necesidad de adaptarse debido a que en la biblioteca se estaban formando y fortaleciendo tanto algunos de sus servicios como los canales de comunicación con los usuarios. Su formación y evolución se vio entonces afectada con las condiciones impuestas por la nueva normalidad y el aislamiento. Se aplicaron herramientas virtuales y servicios que hasta el momento no se utilizaban en toda la UNSJ (en algunos casos debieron suscribirse y en otros casos reforzarse). La biblioteca desarrolló sus canales de comunicación como forma de tener mayor visibilidad. El presente trabajo pretende investigar las relaciones entre los nuevos servicios en línea implementados y las vías de comunicación en la que la biblioteca participa. También analizar la reacción de los usuarios a las mismas y su conformidad, para determinar si el trabajo bibliotecario necesita redireccionarse o ser reforzado tanto en sus servicios como en sus vías de comunicación.

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA; COVID-19; VIRTUALIDAD; BIMODALIDAD; SERVICIOS DIGITALES; VÍAS DE COMUNICACIÓN; REDES SOCIALES; TIC; BIBLIOTECA HÍBRIDA.

## Estado actual de la cuestión

La Escuela Universitaria de Ciencias de la Salud (EUCS) se crea en el año 2016, siendo la Unidad Académica más joven de la UNSJ. En ese entonces pertenecía a la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales (FCEFYN) ubicada en el departamento de Rivadavia. Al año siguiente la escuela se traslada al edificio actual en el departamento de Albardón, a 19 km. de la localización inicial.

En el presente la EUCS cuenta con una oferta académica de dos títulos: Licenciado/a en Enfermería y Enfermero/a Universitario/a. Esta característica como otras referidas a cantidad de estudiantes y el espacio físico que posee, define para la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) que esta institución sea escuela universitaria y no facultad, nivel al que probablemente accederá a corto plazo.

Los primeros recursos bibliográficos provienen de una colección de 437 volúmenes de la Biblioteca Dr. Emiliano Pedro Aparicio de la facultad de origen (FCEFYN).

La Biblioteca Grierson, que se crea en el año 2019, está inserta en la EUCS-UNSJ. En ese año se implementó el catálogo colectivo Koha (<http://biblioteca.unsj.edu.ar/>), trabajo que se llevó a cabo por la biblioteca de Ciencias Exactas (como piloto del proyecto) más un equipo informático y referentes en cada una de las bibliotecas de la UNSJ. Este catálogo suma el fondo bibliográfico de cada Unidad Académica de la UNSJ. Desde el OPAC (*Online Public Access Catalog*) hay accesos directos a EBOOKS SPRINGER, SEGEMAR, INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL, BDU, BDU2, y la biblioteca electrónica de Ciencia y Técnica del MINCYT.

Las primeras tareas de la Biblioteca Grierson fueron la elección del nombre y redacción de su reglamento. Luego se generaron proyectos de formación de recursos humanos para recibir pasantes del Instituto de Bibliotecología Dr. Mariano Moreno y ayudarlos en su formación profesional. Sumado al catálogo en línea, los servicios que tenía activos la biblioteca eran de préstamo y referencias presenciales, uso de correo electrónico como vía de comunicación. No se contaba con tecnología móvil ni redes sociales.

En marzo del año 2020, al poco tiempo que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el estado de pandemia por el virus Covid-19, el Estado Nacional Argentino decretó el estado de emergencia sanitaria, prohibiéndose la presencialidad en los centros de educación superior. En consecuencia, se tuvieron que tomar decisiones rápidas para toda la UNSJ. Para resolver problemas de conectividad remota se potenció el Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED). Luego, cada Unidad

Académica debió resolver las dificultades que fueron surgiendo en busca de armonía entre todos los integrantes de la comunidad universitaria para que estos puedan interactuar y manejarse de manera no presencial. Entre estos integrantes se tienen en cuenta los profesores, estudiantes, no docentes, directivos y otros profesionales. De este modo surgió el trabajo a distancia desde casa, las aulas virtuales, capacitaciones, consultas virtuales, etc.

Los proyectos que se desarrollaron luego tomaron un rumbo definido hacia la virtualidad: creación de las redes sociales de la biblioteca, de su página web y su aula virtual y particularmente capacitaciones para que sus usuarios adquieran competencias digitales en el uso de la información y diversas herramientas. Paralelamente, se adquirieron para todas las bibliotecas de la UNSJ distintas plataformas de bibliotecas digitales como por ejemplo eLibro y Bidi.

Dentro de este contexto, lo que se propone hacer en la investigación es estudiar:

- qué tipo de relación hay entre los servicios prestados y los canales de comunicación,
- diversas miradas sobre el accionar de los usuarios con cada herramienta adquirida en esta pandemia,
- cuán efectivos han sido algunos de los medios de comunicación incorporados para promover los servicios de la biblioteca,
- satisfacción de los usuarios de manera de conocer cuáles pueden ser las falencias de las nuevas herramientas.

Se considera necesario hacer una investigación sobre estos temas, ya que el análisis de la experiencia de la Biblioteca Grierson de la EUCS puede resultar útil para otras unidades de información o bibliotecas que quieran expandir sus servicios y estrategias de comunicación hacia la virtualidad.

## Fundamentación

La investigación pretende analizar el funcionamiento y eficiencia de los canales de comunicación de la Biblioteca Grierson, el uso y promoción de los servicios virtuales y las respuestas de los usuarios a la frecuencia con que recurren a los servicios.

A su vez se intenta determinar si la periodicidad de la promoción realizada por la biblioteca es efectiva.

Conocer estos asuntos puede servir como antecedente a las bibliotecas que están intentando tener mayor participación en las redes para contactarse con sus usuarios y promocionar sus servicios. En este sentido, realizar un estudio sobre la biblioteca Grierson es de especial interés por el hecho de que la misma implementó, en un corto lapso, una gran cantidad de medios de comunicación con sus usuarios y que éstos a su vez pueden contrastarse entre sí. Entre estos medios se pueden encontrar: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Gmail, WhatsApp, YouTube y Telegram. Al ser evaluados todos a la vez dentro de una misma unidad de información, es posible contrastar cuán eficaces son para comunicar sus servicios. Esto permite que bibliotecas que estén pensando en tener una mayor visibilidad en entornos virtuales puedan tomar decisiones, sobre cuáles pueden ser los medios de comunicación que mejor se consigan adaptar a sus entornos y necesidades.

Dado que en la actualidad circulan muchos términos relativos a la incorporación de la virtualidad en el trabajo de la biblioteca, varios de estos temas serán referenciados a un glosario que se ha compilado en esta investigación, por el cual se puede consultar cuáles son las acepciones y sus autores. La primera vez que aparezcan los términos en el texto estarán marcados por un hipervínculo. Sus conceptos están relacionados al proceder de la biblioteca y la investigación.

La implementación de nuevos canales de comunicación, se debe contemplar dentro de un contexto más amplio, en el cual muchas unidades de información se encuentran realizando transiciones a modalidades híbridas.

Evidentemente, el uso de las llamadas Tecnologías de la Investigación y Comunicación ([TIC](#)), es importante para aquellas bibliotecas que están considerando realizar una conversión hacia una [biblioteca híbrida](#) donde conviven recursos físicos y tecnológicos.

La importancia de estudiar los temas anteriormente mencionados es para determinar qué prácticas pueden ser eficientes en su aplicación y desarrollo. Todo esto tiene que

ver con la influencia de la [virtualidad](#) y la [bimodalidad](#), las cuales representan un desafío para el estudio y debate en el ámbito de las bibliotecas universitarias.

La virtualidad sugiere servicios que permitan a los usuarios participar en forma asincrónica, en el momento que quieran sin el respaldo en línea del bibliotecario. Entre estos servicios, cabe destacar la importancia de las [redes sociales](#), y de su estudio dentro de una investigación académica, para que éstas sean utilizadas de manera eficiente y siguiendo criterios probados. Sobre la bimodalidad (suma de la presencialidad y la no presencialidad) se plantean entornos colaborativos entre usuarios y bibliotecarios a través de recursos como charlas en línea por diversas plataformas, creación de recursos para alfabetizar digitalmente, tutoriales, capacitaciones sincrónicas y asincrónicas, etc.

Observar que estas cuestiones están implementándose en otras unidades de información y evaluar cuáles funcionan de manera exitosa, crea un impulso en las bibliotecas que están pensando en generar canales de comunicación y recursos virtuales para la biblioteca. Tener antecedentes sobre el uso de las redes sociales, saber que hay una gran variedad para seleccionar y qué criterios usar, puede ayudar al momento de escoger que nuevos recursos implementar.

## Marco Teórico

Para realizar la presente investigación se tuvo en cuenta una gran diversidad de bibliografía referida a las bibliotecas en virtualidad y sus recursos. Se destacan los trabajos de Bell y Shank (2004, 2007), Marzal García–Quismondo (2018), Arroyo y Gómez (2020), Alonso Arévalo (2015), Bustamante Rodríguez y otros (2016). En este marco los autores que se consultaron profundizan en conceptos como: biblioteca universitaria, TIC, virtualidad, bimodalidad, servicios digitales, redes sociales. Se debe aclarar que las bibliotecas universitarias de la UNSJ, previo a la pandemia, casi no tenían recursos virtuales para ofrecer a sus usuarios. Dicho esto, en la investigación se observa la existencia de una brecha entre el desarrollo de servicios en virtualidad de algunos lugares del mundo (España, México, Buenos Aires, etc.) y la provincia de San Juan. Estos avances, durante la pandemia Covid-19, continuaron perfeccionándose aunque en San Juan recién se comenzaban a experimentar y trabajar.

### Biblioteca Universitaria

El primer concepto importante para enmarcar esta tesina surge de la definición de biblioteca universitaria. Aquí se describe una tipología de usuario que se transformó en una variable principal para ser considerada en este estudio. En el artículo del blog de la Comunidad Baratz (21 de mayo de 2020) titulado, "[Las distintas clasificaciones y tipologías de bibliotecas según UNESCO, INE, IFLA y ALA](#)", se destaca que según las diversas miradas podemos decir que la Biblioteca Grierson se define como Universitaria. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Instituto Nacional de Estadística (INE), la encuadra como una biblioteca de instituciones de enseñanza superior. Para la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA) su tipología es de bibliotecas académicas y de investigación. Según la *American Library Association* (ALA) la determina como Biblioteca Académica. Estas diferentes formas de nombrarla, coinciden en que la biblioteca brinda sus servicios a estudiantes, profesores universitarios, comunidad universitaria, profesionales, otras instituciones de enseñanza superior y público en general, con el fin de satisfacer la necesidad de información tanto en el ámbito académico como en el ámbito de la investigación.

Una característica que tienen en común estas diferentes definiciones sobre este tipo de biblioteca es que todas consideran semejantes tipologías de usuarios. En este estudio

sobre la Biblioteca Grierson se considerarán: Docente, Investigador, Estudiante, Egresado, No Docente y Otros.

### Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

Las herramientas virtuales en este estudio, se refieren a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Para el español Martín–Gavilán (2008), las TIC dan soporte a la biblioteca en el apoyo a la docencia, la formación y la investigación permitiendo la creación de un entorno colaborativo. El bibliotecario, a través de éstas, adopta un papel activo y participativo dentro de la institución, y toma el rol de consejero y asesor en entornos digitales.

Basados en este concepto, se observan dos aspectos fundamentales que se deben profundizar: los servicios bibliotecarios (tradicionales y virtuales) y las vías de comunicación. Con anterioridad se detalló que ambos se implementaron para dar una respuesta a la no presencialidad debido a la pandemia. Ahora se pretende conceptualizarlos para luego incorporarlos a la investigación.

### Servicios Bibliotecarios

#### *Servicios virtuales y tradicionales*

Para el caso de la Biblioteca Grierson, los servicios virtuales analizados parecerían ser una adaptación de los servicios tradicionales a la llamada “nueva normalidad”. Forzados por las circunstancias, desde la unidad se recurrió a algunas alternativas que ofrecen las tecnologías de la información. Se pusieron en funcionamiento:

- Aula virtual
- Consultas virtuales (Referencia virtual)
- Capacitaciones (Formación usuario)
- Catálogo en línea
- Comunicación a través de distintas vías (redes sociales, vía mail, etc.)

Se suscribieron colecciones de bibliotecas virtuales tales como:

- Bidi
- eLibro

Además de esto, y sujeto a los vaivenes traídos por la pandemia, se entremezclaron clases presenciales y virtuales. También se aprovechó la presencialidad esporádica de los usuarios en la institución para retomar los servicios bibliotecarios habituales como:

- Consulta *in situ* o presencial (referencia presencial)
- Préstamo

Una particularidad de la Biblioteca Grierson es que no tiene un espacio físico acorde a la comunidad a la que sirve, el mismo está en construcción, por lo tanto, la lectura en sala no es todavía una opción de servicio.

La bibliografía consultada sobre los servicios bibliotecarios sugirió patrones que ayudaron en el análisis posterior de esta investigación. Para los autores estadounidenses Bell y Shank (2004, 2007) el rol del bibliotecario universitario académico se puede definir como *blended*, mixto o híbrido: una combinación de habilidades tradicionales de biblioteconomía con la adquisición de competencias digitales y la capacidad de diseñar contenidos educativos para aplicar la tecnología en los procesos de enseñanza–aprendizaje. Un bibliotecario que intercala recursos de la formación presencial con la educación en línea a través de medios digitales, una bimodalidad que se debe adquirir para enriquecer a los usuarios. De este modo se posiciona como agente innovador para brindar servicios a la “sociedad de la información”, facilitando el acceso a los datos para asegurar que se cumplan los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Para poder analizar los servicios virtuales en las conclusiones, se realizaron diversas lecturas que ofrecían nociones sobre ellos. La autora mexicana Pisté Beltrán y el autor español Marzal García–Quismondo (2018), establecen -de manera previa a la pandemia- que la presencia de la biblioteca a través de sus servicios en la virtualidad es importante para seguir ofreciendo la información a su comunidad, a través de un espacio guiado donde puedan adquirir competencias informacionales. De los españoles Arroyo y Gómez (2020), se infiere que los servicios bibliotecarios deben replantearse en función de la virtualidad, brindando herramientas digitales, dinámicas e interactivas, en respuesta a la necesidad de los usuarios. A partir de la presente investigación se pretende conocer si estas características están cubiertas, si hay otras necesidades y sugerir cambios en función de ellas.

#### Vías o canales de comunicación

Por vías o canales de comunicación, se hará referencia a aquellos recursos que implementó en pandemia la biblioteca para comunicarse con los usuarios (reales y potenciales) y que se estudiaron a través del trabajo. Como se puede ver en la siguiente lista, en la Biblioteca Grierson se implementaron una gran cantidad de vías de comunicación y diferentes entre sí, muchos de los cuales surgen de las redes sociales:

- Correo electrónico
- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Telegram
- Twitter
- TikTok
- YouTube

Se debe notar que en la biblioteca no se registra que se haya llevado un estudio previo de usuario antes de la implementación de estos canales. Esta investigación por ende, puede servir para descubrir cuáles de estos son los más eficientes, en qué redes se encuentran los usuarios y cuáles son más afines por sus características para la unidad de información.

El estudio de los canales de comunicación pretende contestar preguntas sobre la satisfacción en el uso de los mismos, así como si son útiles como vías de promoción de servicios, y saber si tienen influencia en el uso de los mismos. Para ello, la bibliografía arroja conceptos como los que el español Alonso Arévalo (2015) establece para las bibliotecas españolas. Basado en su experiencia explica cómo lograr una identidad digital, estableciendo una marca alrededor de la biblioteca, usando las redes sociales para crear y difundir información, comunicándose con usuarios que a su vez deben ser el centro, el protagonista. Según este autor, interactuar en este medio, aseguraría la llegada a más personas con el mismo esfuerzo que se hace para usuarios presenciales. Bustamante Rodríguez y otros (2016), desde España, parecen opinar de manera similar agregando que se deben sumar las redes sociales más utilizadas por los usuarios, ofrecerles nuevos servicios, nuevos canales de comunicación e información, crear y difundir publicidad sobre las actividades que hace la biblioteca y herramientas virtuales que posea.

Los canales de comunicación utilizados por la biblioteca, parecerían poseer algunas características que puede ser importante tener en cuenta como, por ejemplo:

- vías de comunicación variadas,
- tono de la comunicación amigable, para evitar rigidez, conflictos o malos entendidos,
- periodicidad de uso de cada vía establecida en un calendario de trabajo,
- difusión de información verídica y clara en sus contenidos, etc.

Algunas de estas características se corresponderían con diversas miradas que se encontraron en el transcurso de esta investigación, las cuales presentan recomendaciones para la implementación de recursos virtuales en bibliotecas con características de servicios bimodales.

El marco teórico puede delimitarse a partir de estructuras básicas del conocimiento de las TIC, los servicios y los canales de comunicación, y sus vínculos metodológicos con el enfoque de las bibliotecas híbridas y el reto de su aplicación a través de la estrategia denominada [4.0](#) (ver Anexo I [Glosario](#)).

## Preguntas de Investigación

### Problema central

- ¿Existe una correlación entre el uso de los servicios bibliotecarios y los distintos canales de comunicación que posee la “Biblioteca Dra. Cecilia Grierson” implementados durante la pandemia Covid-19?

### Problemas conexos

- ¿Los usuarios conocen las distintas vías de comunicación que ofrece la Biblioteca Dra. Cecilia Grierson?
- ¿Qué tipos de usuarios participan en las vías de comunicación que posee la biblioteca? ¿Las vías de comunicación, tienen distintas audiencias, las podemos diferenciar? ¿Qué edades tienen los usuarios que utilizan los canales de comunicación?
- ¿Los usuarios manejan los servicios que posee la biblioteca y que la misma da a conocer a través de las vías de comunicación? ¿Los usuarios han utilizado algunos de los servicios que brinda la biblioteca por participar en los canales de comunicación? ¿Cuál servicio es el más utilizado luego de difundirlo por dichos canales?
- Los usuarios, luego de ver las promociones impartidas por la biblioteca a través de los canales de comunicación ¿usaron los servicios?
- ¿Cómo califican los usuarios los servicios ofrecidos a través de los canales de comunicación que posee la biblioteca? ¿Cubrieron sus necesidades de información?

## Objetivos de Investigación

### Objetivo general

- Evaluar la correlación entre el uso de los servicios de la biblioteca “Dra. Cecilia Grierson” y sus distintas vías de comunicación, muchas de las cuales fueron implementadas de manera abrupta por el confinamiento originado por la pandemia del Covid-19.

### Objetivos específicos

- Detectar si los usuarios usan las vías de comunicación y con qué frecuencia.
- Analizar a qué público se accede desde las distintas vías de comunicación que posee la biblioteca.
- Analizar el uso de los canales de comunicación por edades de los usuarios.
- Analizar si para el usuario es satisfactoria la experiencia de uso de los servicios que ofrece la biblioteca.
- Analizar si los servicios que ofrece la biblioteca desde los canales de difusión y comunicación son conocidos por sus usuarios y si son utilizados por los mismos.
- Evaluar si la promoción por las vías de comunicación de los servicios ofrecidos desde la biblioteca a su comunidad fue efectiva.
- Analizar la periodicidad del uso de los servicios, promocionados a través de los canales de comunicación.

En esta investigación, las vías o canales de comunicación detallarán de forma genérica a cada Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) que utilizó la biblioteca durante el confinamiento producido por la pandemia Covid-19. Entre ellas, las redes sociales se utilizan exclusivamente como medios de difusión de la información; es por esto que en esta investigación se consideran canales de comunicación. Los canales que se analizaron en la biblioteca son:

- Correo electrónico ([bibliotecacssalud@gmail.com](mailto:bibliotecacssalud@gmail.com))
- Facebook (<https://www.facebook.com/BibliotecaEscuelaUniversitariaCienciasSalud/>),
- Instagram ([https://www.instagram.com/biblioteca\\_cecilia\\_grierson/](https://www.instagram.com/biblioteca_cecilia_grierson/)),

- Whatsapp ([https://api.whatsapp.com/message/KDOA4IRYNVX4O1?autoload=1&app\\_absent=0](https://api.whatsapp.com/message/KDOA4IRYNVX4O1?autoload=1&app_absent=0)),
- Telegram ([https://t.me/B\\_GriersonUNSJ](https://t.me/B_GriersonUNSJ)),
- Twitter (<https://twitter.com/BibliotecaEucs>),
- TikTok (<https://www.tiktok.com/@biblioecus>) y
- YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCfbkcci0a8MdQI-gObIO-w>).

## Métodos y técnicas a utilizar

Se trata de un estudio de caso enfocado en la Biblioteca Grierson de la EUCS-UNSJ, los servicios en línea, los canales de comunicación y sus usuarios. Sus particularidades específicas reflejan estrategias de implementación que se repiten en otras instituciones semejantes. Ello permite inferir que los resultados alcanzados, así como la línea de trabajo, pueden ser útiles en contextos similares.

El método mixto - cuantitativo y cualitativo - nos da una perspectiva más amplia, integral, completa y profunda, tanto en el proceso de la recolección de datos como en el análisis de los mismos y sus conclusiones.

Desde un punto de vista cuantitativo y a partir del problema central - ¿Existe una correlación entre el uso de los servicios bibliotecarios y los distintos canales de comunicación que posee la “Biblioteca Dra. Cecilia Grierson” implementados abruptamente durante la pandemia Covid-19? -, se recaba información utilizando métodos tales como la observación directa e indirecta a través de, cuestionarios, recolección de documentos e informes. Para enriquecer estos datos se mide el trabajo realizado a través de estadísticas marcadas por los *social media*, cantidad de socios, matriculados, etc. A su vez se analizan datos cualitativos que se extraen de respuestas de preguntas abiertas que ayudan a contextualizar la realidad de los usuarios.

El tiempo de estudio se desarrolla sobre el segundo semestre del año 2021, específicamente los últimos meses cuando los alumnos tienen finales. Lo cual genera mayor movimiento de usuarios presenciales, debido a las consultas previas a rendir o mesas de exámenes. Sumado a esto, los protocolos diseñados para prevenir los contagios del Covid-19 fueron cambiando a lo largo de este tiempo y se fue abriendo a un sistema más presencial, sin dejar de compartir los espacios virtuales, logrando un modelo híbrido.

### Variables

Los procedimientos para evaluar las variables van a ser tratados más adelante en la sección de [técnicas a utilizar](#).

Algunas de las variables se obtendrán a partir del instrumento de medición seleccionado, el [cuestionario](#). Las otras variables se medirán desde la observación directa de los mismos canales de comunicación, desde los servicios impartidos desde

la biblioteca y de la documentación disponible a través de las áreas de personal y de alumnos de la EUCS.

**Variable 1 (V1):** De la [muestra](#) que se toma, se obtiene la cantidad de usuarios clasificados según su estamento:

Docente – Investigador – Estudiante – Egresado – No Docente – Otros

Para medir esta variable se consultará qué tipo de usuario es, a través del instrumento de medición seleccionado, el cuestionario.

Teniendo estos datos se pueden analizar, representar gráficamente y sacar porcentajes sobre cada grupo.

La finalidad de esta variable es conocer qué tipo de audiencia es la que más utiliza los canales de comunicación que posee la biblioteca. Esta variable revelará sobre cuáles son los usuarios más activos que posee la biblioteca.

**Variable 2 (V2):** Edad del usuario que responde el cuestionario.

Es importante medir esta variable para distinguir la edad del usuario que utiliza los canales de comunicación de la biblioteca y sus servicios. El análisis de las edades determinará qué rango de edad es el menos alcanzado, dato importante para desarrollar e implementar estrategias de difusión de información para alcanzarlos o servicios acordes a sus necesidades.

El valor de esta variable será registrado en años, es un dato cuantitativo continuo.

**Variable 3 (V3):** Frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca.

Para medir esta variable se utilizará como instrumento de medición el cuestionario.

Uno de los fines de esta variable será conocer los canales de comunicación más utilizados.

Esta variable se va a analizar en conjunto, por ejemplo, con las variables 1 y 2, para determinar qué edades o grupos etarios utilizan las vías de comunicación, sus redes sociales y cuáles son las usadas más frecuentemente.

A cada opción se les dará el valor numérico de:

Muy frecuentemente (semanalmente) = 3

Frecuentemente (+ de 2 veces al mes) = 2

Ocasionalmente (+ de 1 vez mes) = 1

Nunca = 0

Ejemplo de pregunta para obtener la variable 3:

*¿Con qué frecuencia usa cada canal de comunicación para recibir información de los servicios que posee la Biblioteca “Dra. Cecilia Grierson o para comunicarse con la misma?*

Canal de comunicación	Muy frecuentemente (semanalmente)	frecuentemente (+ de 2 veces al mes)	ocasionalmente (+ de 1 vez mes)	nunca
Facebook				
Instagram				
WhatsApp				
Telegram				
YouTube				
TikTok				
Gmail				
Twitter				

**Tabla N°1.** Ejemplo de pregunta para variable 3.

**Variable 4 (V4):** frecuencia con que se utilizan los servicios bibliotecarios ofrecidos por los canales de comunicación.

Para medir esta variable se utilizará como instrumento de medición el cuestionario.

La importancia de esta variable es saber cuál es la frecuencia de uso de cada uno de los servicios ofrecidos por las vías de comunicación.

Al analizar los datos, la variable servirá para saber si hay una correlación entre las vías de comunicación de la biblioteca y los servicios que a través de las mismas se promocionan. Ej. Si hay mayor promoción habrá mayor uso de los servicios.

En una pregunta en forma de cuadro se establecerá si conocen los servicios promocionados por los canales de comunicación y con qué frecuencia se utilizan.

A cada opción se les dará el valor numérico de:

Muy frecuentemente (semanalmente) = 3

Frecuentemente (+ de 2 veces al mes) = 2

Ocasionalmente (+ de 1 vez mes) = 1

Nunca = 0

Ejemplo de pregunta para obtener la variable 4:

*¿Ha utilizado servicios de la biblioteca, de los que se haya enterado a través de nuestras vías de comunicación?*

Servicios ofrecidos por canales de comunicación	Sí, muy frecuentemente (semanalmente)	Sí, frecuentemente (+ de 2 veces al mes)	Sí, ocasionalmente (+ de 1 vez mes)	Nunca
eLibro				
Bidi				
Aula virtual				
Consultas virtuales (Referencia Virtual)				
capacitaciones (Formación usuario)				
Consulta in situ o presencial (referencia presencial)				
Catálogo en línea				
Préstamo				

**Tabla N°2.** Ejemplo de pregunta para variable 4.

**Variable 5 (V5):** Efectividad de los medios de comunicación.

Esta variable se medirá combinando dos ejes que también aparecen en las variables 3 y 4: la frecuencia de uso de cada canal de comunicación y la utilización de los servicios de la biblioteca.

La importancia de esta variable será conocer qué canal es el más efectivo al momento de informar y promocionar las actividades de la biblioteca.

Para medir esta variable se utilizará como instrumento de medición el cuestionario, se hará una pregunta seguida de una tabla donde deberán marcar con una cruz las posibles respuestas.

Ejemplo de pregunta para obtener la variable 5:

¿Qué servicios de la biblioteca recuerda haber visto promocionados en cada canal de comunicación? Marque con una cruz (X).

Servicios Bibliotecarios Canales de comunicación	elibro	bidi	Aula virtual	Consultas virtuales (Referencia Virtual)	capacitaciones (Formación usuario)	Consulta in situ o presencial (Referencia Presencial)	Catálogo en línea	Préstamo
Facebook								
Instagram								
WhatsApp								
Telegram								
YouTube								
TikTok								
Gmail								
Twitter								

Tabla N°3. Ejemplo de pregunta para variable 5.

**Variable 6 (V6):** Satisfacción en el uso de los servicios bibliotecarios ofrecidos por los canales de comunicación.

Para medir esta variable se utilizará como instrumento de medición el cuestionario. A través de la misma se medirá la satisfacción del usuario tras el uso de los recursos académicos ofrecidos en los servicios bibliotecarios. Para lo cual se utilizarán preguntas previamente cuantificadas como se ve a continuación.

Respuestas cuantificadas numéricamente midiendo la satisfacción:

Insatisfecho =0

Indiferente =1

Satisfecho = 2

Finalmente se podrá analizar el grado de satisfacción que poseen los usuarios sobre el uso de servicios ofrecidos a través de los canales de comunicación, lo que permitirá poder reevaluar que tipo de servicios deberían continuar post-pandemia, que tipo de

servicios se deberían acentuar y que tipo de servicios deberían dejarse de lado para no desperdiciar esfuerzos.

Ejemplo de pregunta para obtener la variable 6:

*¿Está satisfecho con su experiencia en el uso de los servicios?*

Servicios ofrecidos por canales de comunicación	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
eLibro			
Bidi			
Aula virtual			
Referencia virtual			
Referencia presencial			
Formación usuario - capacitaciones			
Consulta in situ			
Catálogo en línea			
Préstamo			

**Tabla N°4.** Ejemplo de pregunta para variable 6.

**Variable 7 (V7):** frecuencia de publicación que tiene la biblioteca en cada canal de comunicación.

De la observación directa se puede registrar la frecuencia con que la biblioteca divulga publicaciones semanalmente, las mismas están registradas en una agenda fija, por lo tanto, estos valores son constantes y se repiten semanalmente. A su vez, se nota que los comunicados de la biblioteca suelen adaptarse a diversas redes sociales. Es una variable que se mide a través de la observación directa.

Canal de comunicación	Frecuencia con la que se publica en las diferentes redes sociales
Facebook	5
Instagram	5
WhatsApp	5
Telegram	5
YouTube	1
TikTok	3
Gmail	2
Twitter	5

**Tabla N°5.** Frecuencia con la que se publica en las diferentes redes sociales de la Biblioteca Grierson.

Nota: Quedan excluidas de esta planilla las publicaciones sobre los días festivos de la UNSJ y las efemérides nacionales y provinciales, debido a que estas fechas abarcan días feriados y fines de semana. Se debe tener en cuenta que la biblioteca, solo promociona sus servicios de lunes a viernes en el horario que está abierta.

**Variable 8 (V8):** Frecuencia de publicación de los servicios que la biblioteca ofrece semanalmente.

Esta variable es de observación directa.

Como valor de referencia para medir esta variable cuando se publique se asignará el valor numérico 1. Se tomará el valor numérico 0 para determinar que no se realizó la acción de publicar.

Se publica = 1

No se publica = 0

V(8) Publicaciones de los servicios en la biblioteca, semanal.								
Publicaciones de la biblioteca semanal.	eLibro	Bidi	Aula Virtual	Consultas Virtuales	Capacitaciones	Consultas in situ o presenciales	Catálogo on line	Préstamo
Lunes	1	0	1	1	0	1	0	1
Martes	0	1	1	1	0	1	1	1
Miércoles	1	0	1	1	1	0	0	1
Jueves	0	1	1	1	0	1	1	1
Viernes	1	0	1	1	1	1	0	1
Sábado	0	0	0	0	0	0	0	0
Domingo	0	0	0	0	0	0	0	0

*Tabla N°6. Publicaciones de la biblioteca Grierson semanal.*

**Variable 9 (V9):** ubicación geográfica donde vive el usuario de la biblioteca.

Para medir esta variable se utilizará como instrumento de medición el cuestionario.

La misma sirve para analizar si su lugar de residencia está lejos de la institución y cuál es su tiempo estimado de viaje a la institución.

Los datos tomados para la V9 de la encuesta se pueden comparar con los datos de observación directa de las redes.

### Ejemplo de pregunta para obtener la variable 9:

- *¿Cuál es su lugar de residencia? (se despliega una lista con los departamentos de San Juan para que seleccione una opción, + otro)*
- *Si usted seleccionó "Otro" complete aquí su lugar de residencia. Así como también si desea puede decirnos el tiempo que demora en llegar a la EUCS.*

### Muestreo

*Universo* Usuarios de las Bibliotecas Universitarias de San Juan, de carácter público, en el presente.

*Unidad de análisis* Usuarios de la Biblioteca "Dra. Cecilia Grierson" que depende de la EUCS-UNSJ, y que integra el total del universo junto con los usuarios de las siguientes bibliotecas: Biblioteca "Dr. Emiliano Pedro Aparicio" de la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales; Biblioteca "Central" de la Facultad de Ciencias Sociales; Biblioteca "Arquitecto Jaime Mateos Ruiz" de la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño; Biblioteca "Juan José Nissen" de la Facultad de Filosofía, Humanidades y Arte y Biblioteca "Max Planck" de la Facultad de Ingeniería.

### Marco muestral

El marco muestral se integra por los siguientes tipos de usuarios, dentro de los cuales se debe considerar que algunos pueden ser potenciales y otros reales:

- 114 docentes
- 15 investigadores
- 825 estudiantes
- 295 egresados
- 13 no docentes
- 20 otros

Los datos fueron suministrados por personal del sector de alumnos y del sector de personal de la EUCS, de las listas del Sistema SIU (Sistema de Información Universitaria) Guaraní en el caso de estudiantes, egresados y de los registros del archivo en el caso de docentes, no docentes e investigadores.

### Notas:

El estamento "otros" enmarca a aquellos usuarios que utilizaron los servicios de la biblioteca en el año 2021 y no pertenecen a la Unidad Académica (UA) EUCS como: estudiantes, egresados, docentes, investigadores o no docentes de otras UA de la UNSJ, casos de pasantes, contratados y público de la comunidad en general.

El estamento no docente se utilizó como un solo término "Nodocente" en el cuestionario, debido a que se enmarca dentro de cómo lo escriben en la Ordenanza 1 del año 2011 perteneciente a la Asamblea Universitaria en el Estatuto Universitario de la UNSJ. En

un post realizado en el Facebook de TUsecretariaUBA (2015), surge la explicación de cómo este término nace a nivel nacional, debido a la propuesta que se aprobó realizada por Jorge Anró en la Sesión de Consejo Superior del 24 de junio de 2015.

#### Muestra

Se recurrió a una muestra probabilística estratificada, para acotar datos hacia el interior de la unidad.

A los efectos de mantener las proporciones del carácter de usuario en sus modalidades estudiantes, egresados, docentes, investigadores, no docentes y otros, se planteó una estratificación basada en el total de individuos de la unidad de análisis (1282) según la siguiente matriz.

<b>Estratificación para muestras de 150 individuos</b>				
<b>Marco Muestral</b>	<b>Total población por estratos</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuestas esperadas</b>	<b>Respuestas obtenidas</b>
Docentes	114	8.892355694	<b>13</b>	<b>13</b>
Investigadores	15	1.170046802	<b>2</b>	<b>2</b>
Estudiantes	825	64.3525741	<b>97</b>	<b>42</b>
Egresados	295	23.01092044	<b>34</b>	<b>5</b>
No docentes	13	1.014040562	<b>2</b>	<b>2</b>
Otros	20	1.560062402	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Totales</b>	<b>1282</b>	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>66</b>

*Tabla N°7. Estratificación para muestras de 150 individuos.*

Una vez obtenido el tamaño ideal de la muestra para la investigación, se eligió aleatoriamente cada elemento. El procedimiento de selección de la muestra de cada estrato, se fue conformando a medida que se entregaba el cuestionario, por lo tanto, el mismo se contestó diariamente por cada tipo de usuario hasta completar cada muestra. Se envió durante 3 semanas contando los días hábiles.

Se fueron seleccionando a los primeros usuarios que se conectaban diariamente, el número dependió de cada estrato, se estiman en el caso de:

- Docentes 1 por día,
- Investigadores 1 por día,
- estudiantes 6 por día,
- egresados 2 por día,
- no docentes 1 por día,
- otros 1 por día.

Los días que no se comunicaron los usuarios, el cuestionario no se envió. El cuestionario fue enviado por los canales de comunicación que posee la biblioteca, si se comunicaban por WhatsApp, mail, Telegram, etc., por la misma vía se les contestaba y solicitaba el llenado del mismo.

## Recolección de datos

Se utilizó el método de observación directa para recoger datos originales referidos a la frecuencia del uso de las vías de comunicación desde la biblioteca y sobre la frecuencia de las promociones que se brindó de cada servicio, necesarios para medir las variables 7 y 8.

A partir de la observación indirecta, se tomaron los datos desde el instrumento de medición seleccionado, el cuestionario. Las variables que se midieron fueron: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 9.

Todos los datos obtenidos tanto de la observación directa como de la indirecta se recolectaron en una matriz de datos, utilizando una planilla de cálculo. En la hoja principal de trabajo de la planilla de cálculo, se recolectaron los datos crudos. Una vez organizados, se trabajaron en las hojas sucesivas con el objetivo general de la investigación, los objetivos específicos y los análisis complementarios que surgieron para dar una mirada global del estudio en cuestión.

### Construcción del instrumento de medición

A continuación, se explica cómo se realizó y corrigió el cuestionario utilizado en este trabajo de investigación.

Para la elaboración del mismo, se tuvieron en cuenta las variables propuestas y en algunos casos hubo que plantear, adaptar o crear nuevas.

#### Prueba de validez del cuestionario

Para realizar el cuestionario de prueba se diseñó la herramienta en el Formulario de Google con 5 preguntas cerradas y 1 abierta. La pregunta abierta en su forma debido a que en el formulario Google, era la única forma de solicitar la edad, pero la misma funcionó como pregunta cerrada. Todas las preguntas realizadas respondían a las variables planteadas en la investigación.

Se probó y verificó la herramienta para saber si era adecuada la forma de obtener la información y a su vez darle validez a la misma. Se debía comprobar que la misma funcione para lo cual se hizo un ensayo del cuestionario. En el mismo participaron 10 usuarios.

Ya en la instancia de prueba, se armó una hoja de cálculo en Excel en la cual se cargó la información para poder procesar y analizar los datos obtenidos desde el formulario. Esta planilla fue luego implementada a la hora de realizar la encuesta definitiva.

El documento de Excel estuvo compuesto por una hoja de planilla de cálculos en que se exportaron los datos crudos del cuestionario, para utilizar en toda la investigación. Sumado a esa hoja principal, se crearon otras pestañas para simplificar el procesamiento y el análisis de los datos, según los diferentes objetivos de la investigación, sean estos generales o específicos. Por último, se agregaron hojas de análisis complementarios, que sirvieron para dar miradas globales sobre toda la investigación.

Después de probar la encuesta, se observó que había que cambiar algunos detalles. A nivel estructural se encontraron errores de diseño de imagen: en una pregunta que tenía muchas columnas, algunas quedaban ocultas y por este motivo podía llegar a ser omitida por quienes llenaran el formulario.

En el análisis de las variables, dentro de la planilla de cálculo, se observó que una variable (**V7**) se debía desdoblar en dos (**V7** y **V8**) para que realmente cumpliera el objetivo, y se adecuara al estudio. La V7 antigua decía: **Variable 7 (V7): frecuencia de publicación de la biblioteca**. Este registro de observación directa marcaba el trabajo semanal desde la biblioteca a nivel general sin discernir en qué canales y qué servicios se publicaban y qué días. Y se modificó por: **Variable 7 (V7): frecuencia de publicación de la biblioteca en cada canal de comunicación**. **Variable 8 (V8): Frecuencia de publicación de los servicios que la biblioteca ofrece en la semana**. La finalidad de desdoblarla es que abarque los dos aspectos por separado por eso la variable se dividió, para un correcto análisis al estudiarlas con las variables tomadas del cuestionario por observación indirecta. Finalmente surgió la necesidad de agregar otra variable totalmente nueva: **Variable 9 (V9): ubicación geográfica donde vive el usuario de la biblioteca**. La importancia de esta variable radica en que la biblioteca se encuentra en un departamento alejado, los usuarios para viajar hasta Albardón tienen mucho tiempo perdido y los servicios en línea les facilita pedir libros con anticipación, reservarlos, renovarlos, o tenerlos en línea a través de las bibliotecas virtuales a las que la biblioteca está suscripta. Esta variable se puede comparar con las estadísticas que arrojan las redes sociales como Facebook e Instagram, ayudando al análisis global.

#### Cuestionario definitivo

Para iniciar el cuestionario definitivo (ver Anexo II [Cuestionario](#)), se hicieron los cambios anteriormente mencionados quedando: 6 preguntas cerradas codificadas a priori y 4 abiertas, que al ser analizadas sus respuestas se encontraron patrones similares y pudieron decodificarse. Luego se determinó la fecha de inicio del mismo, 1 de diciembre de 2021 con una extensión de 3 semanas.

Ventajas de la fecha elegida para recabar información:

- Mesas de examen EUCS del 29/11 al 3/12 y del 13/12 al 17/12 del año 2021.
- Presencialidad para rendir exámenes.
- Préstamos especiales por vacaciones.
- Trabajo equipo de la biblioteca.

Estas cuestiones generaron, en ese período, mayor flujo de usuarios que se contactaron con la biblioteca: socios activos del año en curso (2021), socios antiguos que se renovaron y socios nuevos (ingresantes o potenciales). Dichos usuarios, hicieron mayores consultas por los servicios y mostraron más interés en capacitaciones y las herramientas virtuales de la biblioteca.

Quien suscribe, a cargo de la biblioteca, entrenó y acordó con el equipo de trabajo (compuesto por dos pasantes estudiantes de bibliotecología), la manera de administrar el cuestionario a los usuarios para evitar errores en dicho momento (explicado en la sección de la elección de la [muestra](#)).

Se mandó el cuestionario por medio de los canales de comunicación para ser autoadministrado por los usuarios que se conectaron con la biblioteca, en el período de tiempo ya establecido (1/12/21 al 22/12/21). Este mecanismo fue conformando la muestra para la investigación.

Se usó la planilla de cálculo para armar la matriz de datos y poder recolectar la información obtenida por observación directa e indirecta y analizar las variables y sus relaciones.

## Análisis y procesamiento de los datos

### Relación entre variables y objetivos de investigación

Luego de recabar la información, se realizaron los análisis oportunos para ir contestando las preguntas de investigación, de las que a su vez derivan los objetivos.

De la matriz de datos obtenida por el cuestionario realizado más los datos de observación directa (ver Anexo IV [Matriz de datos](#)), se fueron examinando: el objetivo general, los objetivos específicos y el análisis complementario necesario para arrojar luz a la investigación. Algunas variables se combinaron, buscando el coeficiente de correlación.

Se partió desde el **objetivo general** planteado previamente, para evaluar la correlación entre el uso de los servicios de la biblioteca “Dra. Cecilia Grierson” y sus distintos canales de difusión y comunicación. Muchos de ellos fueron implementados de manera abrupta por el confinamiento originado por la pandemia del Covid-19.

Para ello se midió el uso de los canales de difusión y comunicación y su relación con el incremento del uso de los servicios que se publicitan desde los mismos. La comparación de las variables permitió observar el nivel de correspondencia, la misma se realizó a través de una prueba estadística para establecer el coeficiente de correlación entre las dos variables. La correspondencia es positiva cuando el coeficiente de correlación tiende a +1 ambas variables aumentan o disminuyen en el mismo sentido. La correspondencia es negativa cuando el coeficiente de correlación tiende a -1, una variable aumenta y la otra disminuye en sentidos contrarios.

Ejemplo:

Si crece la frecuencia de uso de cada canal de comunicación de la biblioteca (V3), y también crece la frecuencia de uso de los servicios bibliotecarios ofrecidos por los mismos (V4), se tendría un coeficiente de correlación tendiendo a +1. Por lo tanto, el trabajo de promocionar los servicios de la biblioteca a través de los canales de comunicación cumpliría su rol, lograr que los usuarios conozcan los diversos servicios que ofrece la biblioteca y que sean utilizados. Además, se puede abducir que si se hacen más promociones desde los canales de comunicación se tendrá más usuarios usando servicios bibliotecarios.

Esta correspondencia es importante para saber si los esfuerzos realizados en la difusión a través de los canales de comunicación son efectivos, y si esto asegura que los servicios sean utilizados.

A continuación se van a desglosar las variables que son necesarias para analizar cada uno de los objetivos de la investigación. Comenzando por el objetivo general y luego los objetivos específicos:

- ***Evaluar la correlación entre el uso de los servicios de la biblioteca “Dra. Cecilia Grierson” y sus distintas vías de comunicación, muchas de las cuales fueron implementadas de manera abrupta por el confinamiento originado por la pandemia del Covid-19.***

**Variable 3 (V3):** Frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca.

**Variable 4 (V4):** Frecuencia con que se utilizan los servicios bibliotecarios ofrecidos por los canales de comunicación.

**Variable 5 (V5):** Efectividad de los medios de comunicación.

Desde la matriz de datos se puede obtener con las columnas **v3 y v4** el coeficiente de correlación que se busca en este estudio.

Con la Variable 5 se podrá observar cuál es la vía de comunicación más efectiva, complementando la mirada global en el Objetivo General.

- ***Detectar si los usuarios usan las vías de comunicación y con qué frecuencia.***

**Variable 3 (V3):** Frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca.

- ***Analizar a qué público se accede desde las distintas vías de comunicación que posee la biblioteca.***

**Variable 1 (V1):** De la muestra que se toma, tipos de usuarios clasificados según su estamento: Docente – Investigador – Estudiante – Egresado – No Docente – Otros

**Variable 3 (V3):** Frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca.

Se agruparán según tipo de usuarios que contesten el cuestionario para determinar cuál es el canal de comunicación que más utilizan dentro de su grupo.

Para enriquecer el análisis, se observará por estamento cuáles son las preferencias de uso de los canales de comunicación, es decir tendencias de profesores, no docentes,

estudiantes, investigadores, egresados, etc. La importancia radica en conocer qué audiencia es la menos alcanzada para reforzar la comunicación con la misma. Y determinar la ubicación geográfica.

**Variable 9 (V9):** Ubicación geográfica donde vive el usuario de la biblioteca.

- ***Analizar el uso de los canales de comunicación por edades de los usuarios.***

**Variable 3 (V3):** Frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca.

**Variable 2 (V2):** Edad del usuario que responde el cuestionario.

**Variable 1 (V1):** De la muestra que se toma, se obtiene la cantidad de usuarios clasificados según su estamento: Docente – Investigador – Estudiante – Egresado – No Docente – Otros.

- ***Analizar si para el usuario es satisfactoria la experiencia de uso de los servicios que ofrece la biblioteca.***

**Variable 6 (V6):** Satisfacción en el uso de los servicios bibliotecarios ofrecidos por los canales de comunicación.

Para enriquecer este análisis se agregará la variable 1:

**Variable 1 (V1):** De la muestra que se toma, tipos de usuarios clasificados según su estamento: Docente – Investigador – Estudiante – Egresado – No Docente – Otros

Para realizar una mirada enfocada en cada tipo de usuario.

- ***Analizar si los servicios que ofrece la biblioteca desde los canales de difusión y comunicación son conocidos por sus usuarios y si son utilizados por los mismos.***

**Variable 4 (V4):** frecuencia con que se utilizan los servicios bibliotecarios ofrecidos por los canales de comunicación.

A partir de esta variable se pueden desprender los siguientes datos: si los usuarios usan los servicios, cuáles serían, y la frecuencia de uso de los mismos.

**Variable 8 (V8):** Frecuencia de publicación de los servicios que la biblioteca ofrece semanalmente.

**Variable 1 (V1):** De la muestra que se toma, se obtiene la cantidad de usuarios clasificados según su estamento: Docente – Investigador – Estudiante – Egresado – No Docente – Otros

Al analizar estas variables se podrá determinar si la frecuencia con que la biblioteca publica tiene una correlación con la frecuencia de uso de los servicios ofrecidos desde los canales de comunicación.

- ***Evaluar si la promoción por las vías de comunicación de los servicios ofrecidos desde la biblioteca a su comunidad fue efectiva.***

**Variable 8 (V8):** Frecuencia de publicación de los servicios que la biblioteca ofrece semanalmente.

**Variable 5 (V5):** Efectividad de los medios de comunicación.

Con estas variables se puede analizar la efectividad de la promoción teniendo en cuenta individualmente a cada canal de comunicación y la frecuencia de publicación de la biblioteca en cada uno de ellos.

- ***Analizar la periodicidad del uso de los servicios, promocionados a través de los canales de comunicación.***

**Variable 4 (V4):** frecuencia con que se utilizan los servicios bibliotecarios ofrecidos por los canales de comunicación.

Para un análisis más profundo se puede combinar con la V1 y V2

**Variable 1 (V1):** De la muestra que se toma, tipos de usuarios clasificados según su estamento: Docente – Investigador – Estudiante – Egresado – No Docente – Otros

**Variable 2 (V2):** Edad del usuario que responde el cuestionario.

### **Análisis complementarios**

Se aprovecharon los datos obtenidos de la observación directa e indirecta para estudiar ciertos detalles. Estos análisis no responden a ningún objetivo de la investigación en particular, pero sí responden a la necesidad de explicar el contexto en el que se desarrolló el cuestionario.

Utilizando la información de la matriz que se generó basada en el cuestionario, los datos de los servicios y los arrojados por los canales de comunicación, se examinaron por cada canal de difusión y comunicación, el nivel de uso, de frecuencia, de satisfacción y la efectividad de los servicios. La conclusión sirvió para obtener una mirada global, desde el usuario, desde el servicio y desde los canales de comunicación.

- **Análisis complementario número 1:** Tipo de usuarios que contestaron el cuestionario, de qué edades y desde dónde lo hicieron.

**Variable 1 (V1):** De la muestra que se toma, tipos de usuarios clasificados según su estamento:

Docente – Investigador – Estudiante – Egresado – No Docente – Otros

**Variable 2 (V2):** Edad del usuario que responde el cuestionario.

**Variable 9 (V9):** Ubicación geográfica donde vive el usuario de la biblioteca.

Ejemplo:

Respondieron el cuestionario 13 estudiantes de los cuales 60 % pertenecen al rango entre 25 y 35 años, de ese porcentaje 50% son de Capital 30% de Rivadavia y 20% de Rawson.

- **Análisis complementario número 2:** Qué frecuencia de publicación tienen los canales de comunicación de la biblioteca y cómo responden los usuarios en consecuencia.

**Variable 7 (V7):** frecuencia de publicación de la biblioteca en cada canal de comunicación.

**Variable 3 (V3):** Frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca.

## Procesamiento de datos

En este apartado se verá reflejado el estudio de la información que se trabajó en un documento aparte utilizando una planilla de cálculo. La recolección y organización de la información obtenida del formulario Google será compartida a través de tablas y gráficos.

El análisis se irá desarrollando desde el objetivo general hasta los específicos con una sección complementaria para dar una mirada más completa a la investigación.

Al finalizar se muestran las respuestas a las preguntas abiertas que se hicieron en el cuestionario con sus respuestas.

## Resultado de la investigación según el objetivo general

***Evaluar la correlación entre el uso de los servicios de la biblioteca “Dra. Cecilia Grierson” y sus distintas vías de comunicación, muchas de las cuales fueron implementadas de manera abrupta por el confinamiento originado por la pandemia del Covid-19.***

A partir de la observación de la matriz de datos conformada por las variables V3 y V4 se obtuvo el coeficiente de correlación que se busca en este estudio.

A partir de la V5 se observó cuáles son las vías de comunicación más efectivas, complementando la mirada global en el Objetivo General.

	Frecuencia uso de las vías de comunicación							
Usuarios	Facebook	Instagram	WhatsApp	Telegram	YouTube	TikTok	Gmail	Twitter
Docente	21	16	30	11	18	10	26	10
Egresado	12	9	14	2	4	2	9	0
Estudiante	66	72	78	27	39	27	55	25
Investigador	3	2	6	1	4	0	6	0
NoDocente	6	5	5	2	2	2	4	2
Otros	3	4	2	0	1	0	4	0
	111	108	135	43	68	41	104	37

**Tabla N°8.** Frecuencia uso de las vías de comunicación (V3).

Usuarios	Frecuencia uso de servicios							
	eLibro	Bidi	Aula Virtual	Consultas Virtuales	Capacitaciones	Consultas in situ o presenciales	Catálogo on line	Préstamo
Docente	28	15	28	23	23	21	22	14
Egresado	7	7	5	6	4	2	5	2
Estudiante	56	28	76	53	19	36	44	41
Investigador	3	3	5	4	3	3	2	1
NoDocente	5	5	5	2	4	2	5	2
Otros	5	0	4	2	1	1	5	0
	104	58	123	90	54	65	83	60

Tabla N°9. Frecuencia uso de servicios (V4).

Fórmula para obtener el Coeficiente de correlación Pearson:

Pearson = PEARSON (Matriz V3; Matriz V4)

Coeficiente de correlación entre v3 y v4	
Pearson	0,87109385

El coeficiente de correlación Pearson entre las v3 y v4 dio 0,87109385 lo que indica una correlación positiva, es decir que al crecer la frecuencia de uso de cada canal de comunicación de la biblioteca (V3), también crece la frecuencia de uso de los servicios bibliotecarios ofrecidos por los mismos (V4). Por lo tanto, el trabajo de promocionar los servicios de la biblioteca a través de los canales de comunicación cumplió su rol, lograr que los usuarios conozcan los diversos servicios que ofrece la biblioteca y que sean utilizados.

La difusión realizada a través de los canales de comunicación fue efectiva y aseguró que los servicios sean conocidos. Los siguientes gráficos expresan las respuestas a las preguntas correspondientes a las variables 3 y 4, de 66 usuarios.

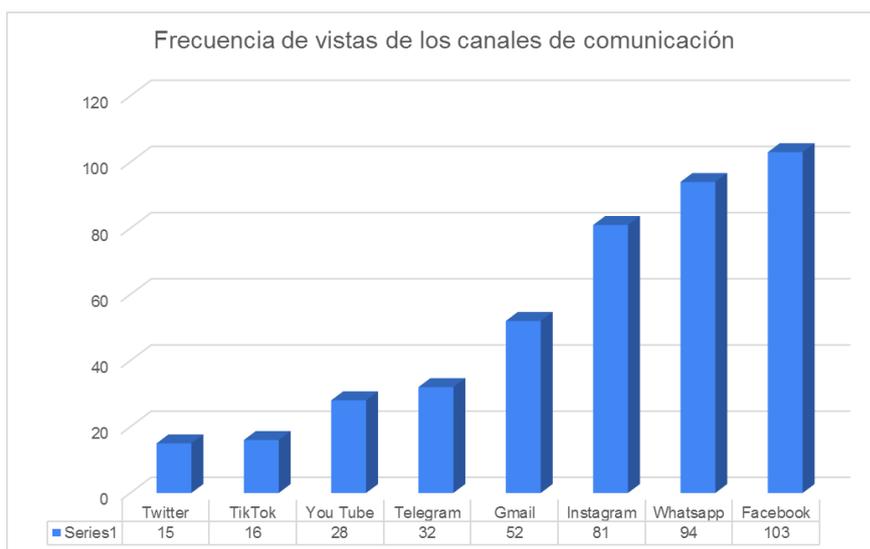
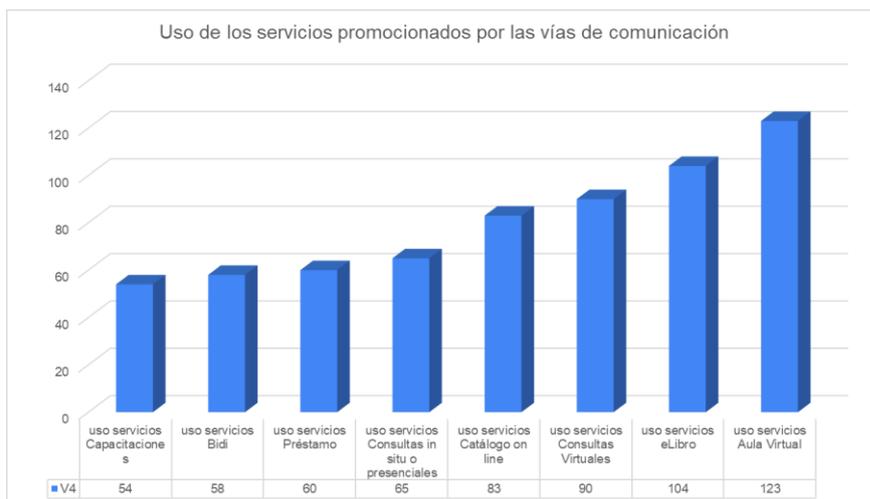


Gráfico N°1. V3 ¿Con qué frecuencia usa cada canal de comunicación para recibir información de los servicios que posee la Biblioteca Grierson o para comunicarse con la misma?



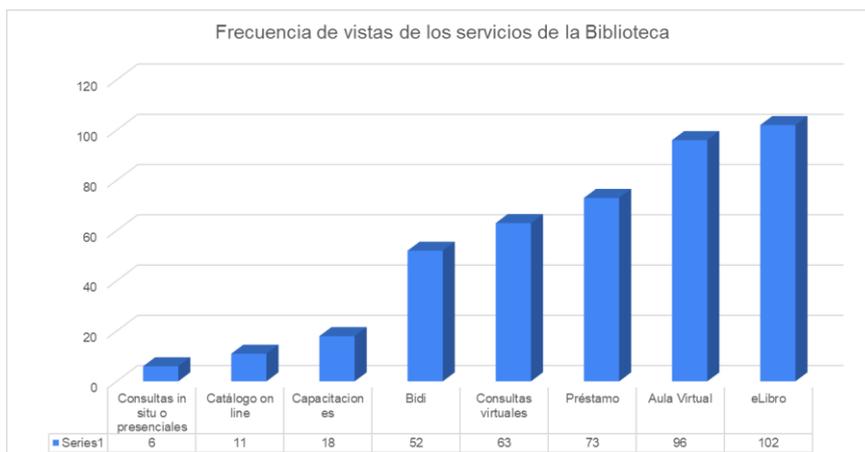
**Gráfico N°2.** V4 ¿Ha utilizado servicios de la Biblioteca de los que se haya enterado a través de nuestras vías de comunicación?

Las tablas de frecuencia de la variable 5, indican cuales canales de comunicación y cuales servicios son los más vistos.

(V5) Frecuencias de servicios:	Facebook		Instagram	Whatsapp	Telegram	You Tube	TikTok	Gmail	Twitter	frecuencia de vistas totales de cada servicio
eLibro	32		21	20	6	5	2	14	2	102
Capacitaciones	3		3	3	2	3	1	3	0	18
Consultas in situ o presenciales	2		2	2	0	0	0	0	0	6
Catálogo on line	3		3	1	2	0	0	2	0	11
Préstamo	17		15	13	6	6	6	4	6	73
Bidi	13		12	14	4	3	0	5	1	52
Aula Virtual	23		16	21	8	7	3	15	3	96
Consultas virtuales	10		9	20	4	4	4	9	3	63
Frecuencia de canales de comunicación	103	0	81	94	32	28	16	52	15	

**Tabla N°10.** Frecuencia de la variable 5.

La tabla N°10 indica la frecuencia con la que recuerdan haber visto servicios en las vías de comunicación que la biblioteca posee. Se puede observar la frecuencia de las vías utilizadas, de menor a mayor frecuencia: Twitter, TikTok, YouTube, Telegram, Gmail, Instagram, WhatsApp, Facebook; así como también podemos observar la frecuencia con la que recuerdan los encuestados haber visto los servicios promocionados, no asegura que los servicios fueron usados, pero sí que se difundieron. Ordenados de menor a mayor por su frecuencia: consultas in situ o presenciales, catálogo en línea, capacitaciones, Bidi, Consultas virtuales, préstamo, aula virtual, eLibro.



**Gráfico N°3.** Frecuencia de vistas de los servicios de la Biblioteca.

Los datos analizados sobre el uso de los servicios y sus distintas vías de comunicación determinaron que, utilizando el índice de correlación de Pearson, existe una correspondencia elevada y es positiva. Luego de cotejar que, a nivel general la biblioteca fue exitosa a la hora de promocionar sus servicios a través de los canales de comunicación, posteriormente se analizarán de manera puntual los diferentes canales de comunicación de modo de ver cuáles fueron más eficientes.

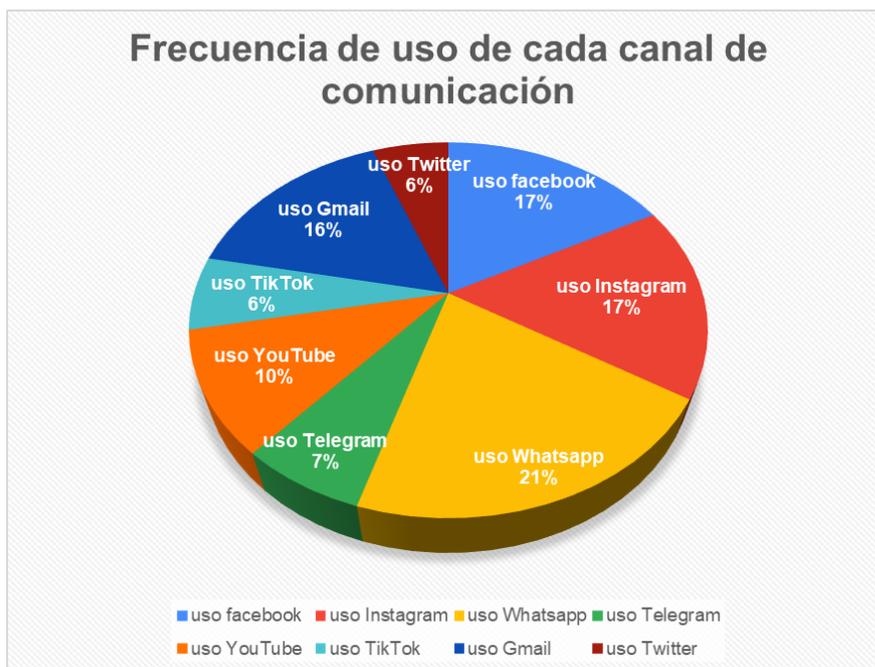
El Facebook, WhatsApp, Instagram y Gmail fueron canales donde los usuarios recordaron haber visto promociones de los servicios más frecuentemente, esto fue tendencia en todos los grupos de usuarios encuestados. Así como las promociones más reconocidas por ellos fueron sobre: eLibro, aula virtual, préstamo, consultas virtuales.

### Resultados de la investigación según sus objetivos específicos

**Objetivo específico número 1: Detectar si los usuarios usan las vías de comunicación y con qué frecuencia.**

A través del análisis de la variable 3: *Frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca*, se observó que, para una encuesta respondida por 66 usuarios, las vías de comunicación más utilizadas en orden decreciente fueron: WhatsApp con una frecuencia de más de 2 veces al mes; Facebook, Gmail y YouTube con una frecuencia de más de 1 vez al mes; Telegram, TikTok y Twitter tuvieron una frecuencia baja rondando la frecuencia más de 1 vez al mes.

En el siguiente gráfico se observan los porcentajes de uso de cada vía de comunicación. WhatsApp con un 21%, Facebook e Instagram con un 17%, Gmail con un 16%, YouTube con un 10%, Telegram con un 7% y TikTok y Twitter con un 6%.



**Gráfico N°4.** Frecuencia de uso de cada canal de comunicación.

El análisis realizado de los datos indica que las vías de comunicación fueron usadas en su mayoría, pero algunas fueron utilizadas en una medida mayor que otras. Si bien en el subsiguiente análisis se verá la correlación entre los diferentes grupos de usuarios y las vías de comunicación, según el análisis obtenido utilizando estas variables parecería que la baja frecuencia de Telegram, TikTok o Twitter determinaría que son redes que podrían dejarse de implementar en la biblioteca, debido a que la gestión de las mismas demanda tiempo que se podría destinar en las más utilizadas. La biblioteca debería redirigir sus esfuerzos a WhatsApp, Facebook e Instagram quienes demostraron tener una alta frecuencia de uso. Sin embargo, no se debería dejar de lado el Gmail y YouTube porque tienen una frecuencia media, que a lo largo del tiempo puede aumentar.

**Objetivo específico número 2: Analizar a qué público se accede desde las distintas vías de comunicación que posee la biblioteca.**

Para estudiar este objetivo se observaron los valores arrojados por las variables V1, V3 y V9. Al análisis se lo complementó con la V9 que indica la ubicación geográfica de los usuarios.

Se agruparon según tipo de usuarios que contestaron el cuestionario para determinar cuál fue el canal de comunicación que más utilizaron dentro de su grupo. En el gráfico N°5 se observan las frecuencias de cada estamento en cada canal de comunicación.

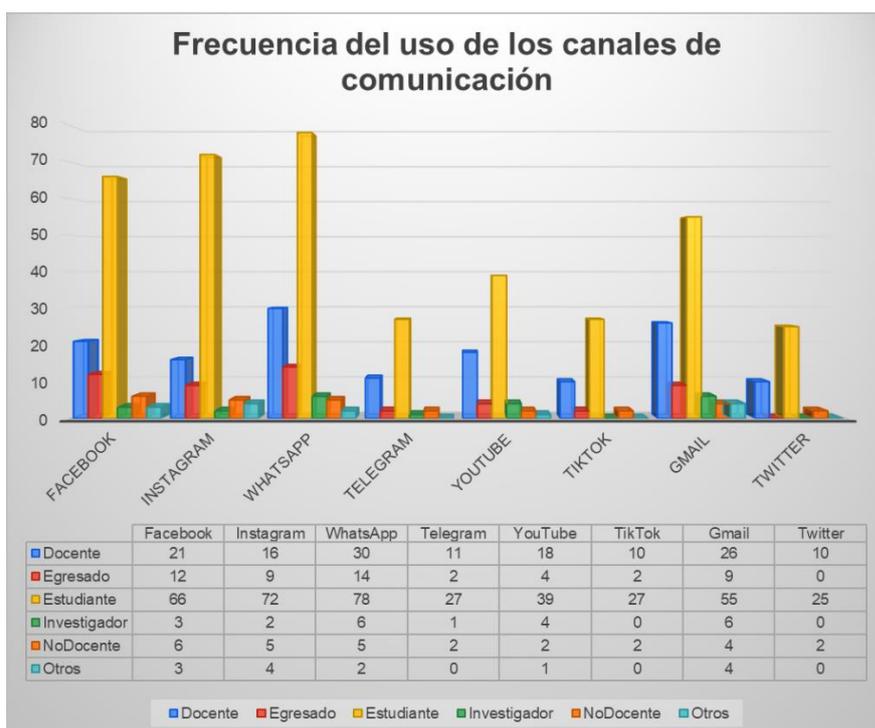


Gráfico N°5. Frecuencia de uso de los canales de comunicación por cada tipo de usuario.

La tabla N°11 muestra de forma decreciente para cada tipo de usuario, los canales que fueron más utilizados.

Las vías más usadas por cada tipo de usuario					
Docentes	Estudiantes	Egresados	NoDocentes	Investigadores	Otros
WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp	Facebook	WhatsApp	Instagram
Gmail	Instagram	Facebook	WhatsApp	Gmail	Gmail
Facebook	Facebook	Instagram	Instagram	You Tube	Facebook
YouTube	Gmail	Gmail	Gmail	Facebook	WhatsApp
Instagram	You Tube	You Tube	You Tube	Instagram	You Tube
Telegram	Telegram	Telegram	TikTok	Telegram	Telegram
TikTok	TikTok	TikTok	Telegram	TikTok	TikTok
Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter

Tabla N°11. Las vías más usadas por cada tipo de usuario.

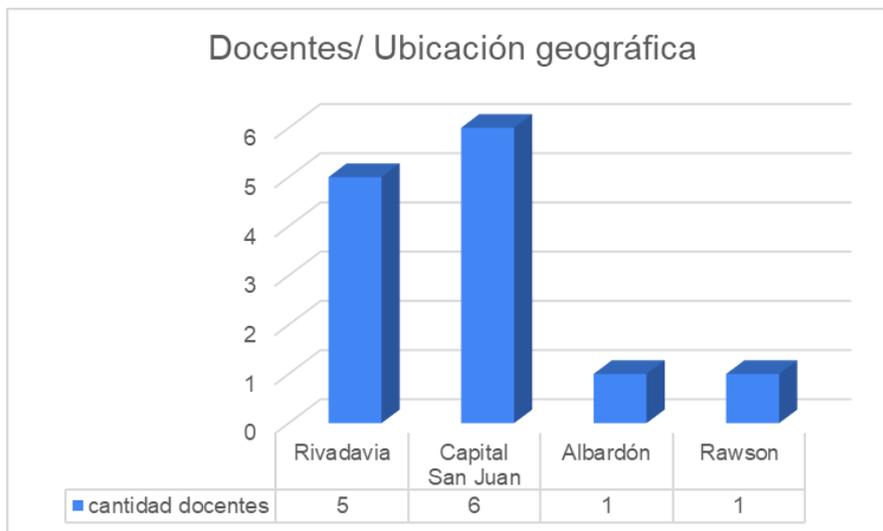
Las vías que fueron más usadas por todos los tipos de usuarios coinciden en su mayoría, WhatsApp, Instagram, Facebook, Gmail y YouTube. Luego en orden decreciente y en general Telegram, TikTok y Twitter. Al analizar cada grupo de usuarios, esta última apreciación se mantiene, los canales que varían su lugar según la frecuencia de uso son los primeros nombrados lo que indica que son las vías de comunicación que más

se manejaron normalmente, y en este tiempo de pandemia fueron las vías por las que entre ellos se han conectado, no solo con la biblioteca.

Para enriquecer el análisis, se observó por estamento cuáles fueron las preferencias de uso de los canales de comunicación, es decir tendencias de profesores, no docentes, estudiantes, investigadores, egresados, etc. La importancia radica en conocer qué audiencia fue la menos alcanzada para reforzar la comunicación con la misma. Y determinar la ubicación geográfica desde donde usaron los canales de comunicación.



**Gráfico N°6.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Docentes.

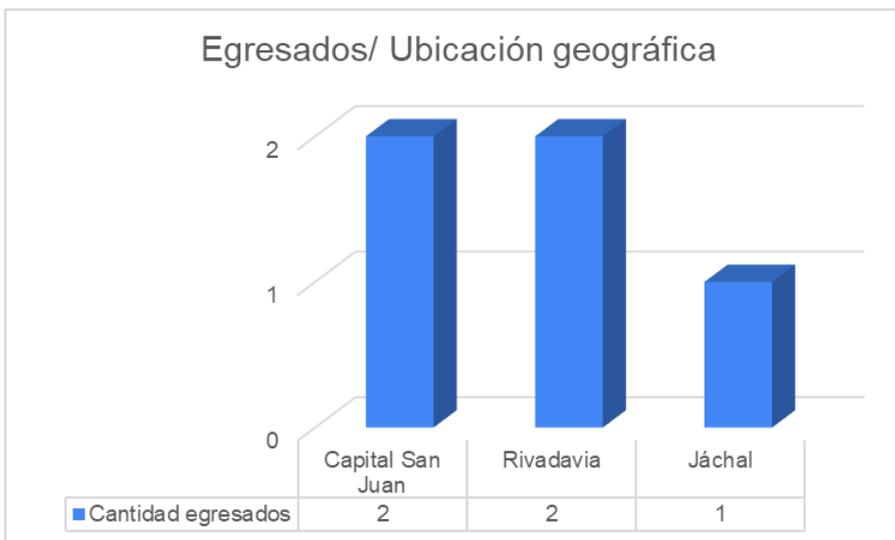


**Gráfico N°7.** Ubicación geográfica de Docentes.



**Gráfico N°8.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Egresados.

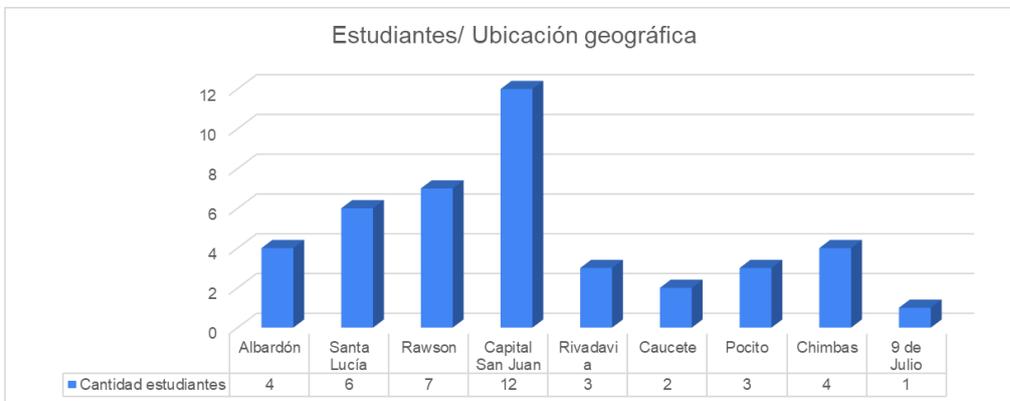
Se debe notar que un canal de comunicación, no fue utilizado por los egresados encuestados y eso corresponde al cero que se ven en el gráfico.



**Gráfico N°9.** Ubicación geográfica de Egresados.



**Gráfico N°10.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Estudiantes.

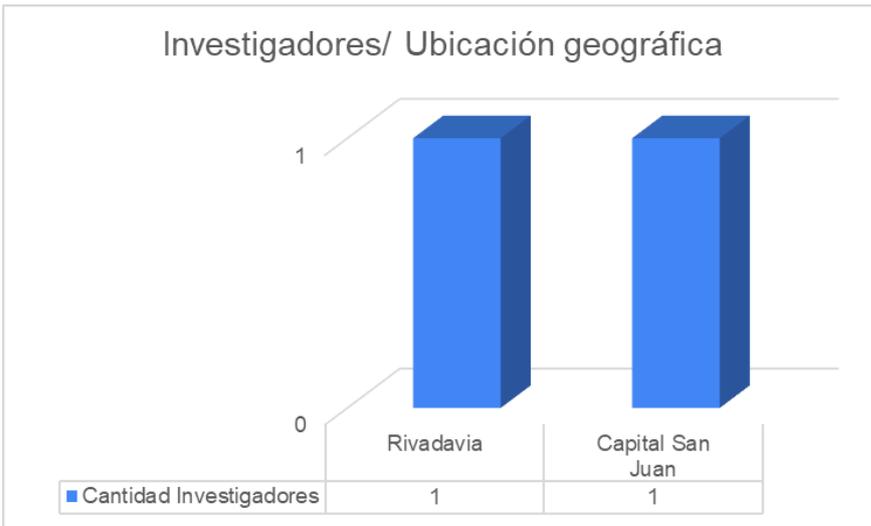


**Gráfico N°11.** Ubicación geográfica de Estudiantes.



**Gráfico N°12.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Investigadores.

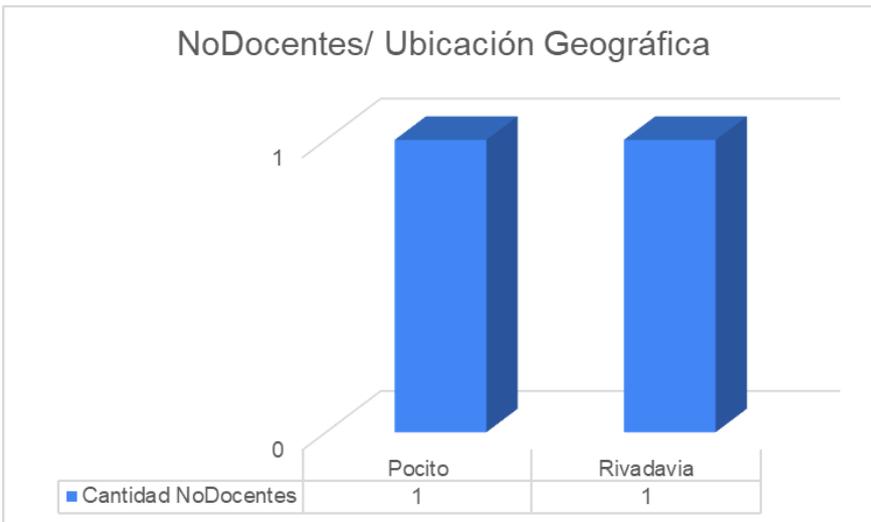
Se debe notar que dos de los canales de comunicación, no fueron utilizados por los investigadores encuestados y eso corresponde a los dos ceros que se ven en el gráfico.



**Gráfico N°13.** Ubicación geográfica de Investigadores.



**Gráfico N°14.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Nodocentes.

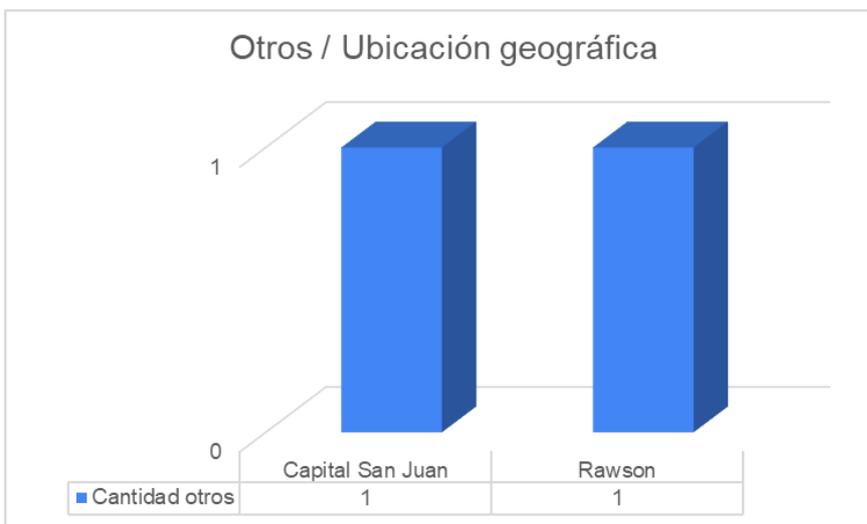


**Gráfico N°15.** Ubicación geográfica de Nodocentes.



**Gráfico N°16.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación por Otros.

Se debe advertir que tres de los canales de comunicación, no fueron utilizados por el grupo encuestado “otros” y eso corresponde a los tres ceros que se ven en el gráfico.



**Gráfico N°17.** Ubicación geográfica de Otros.

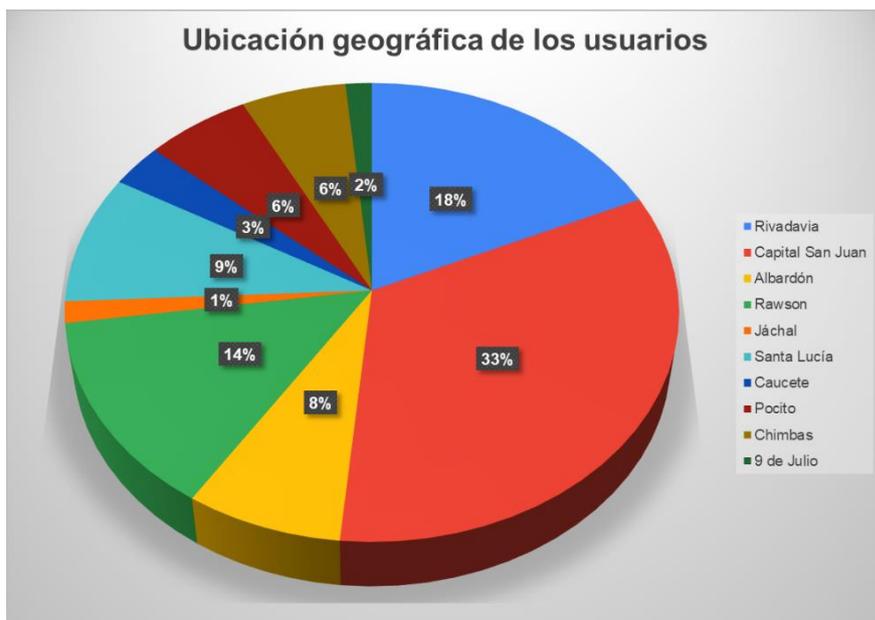


Gráfico N°18. Ubicación geográfica de los usuarios encuestados.

Rivadavia	Capital San Juan	Albardón	Rawson	Jáchal	Santa Lucía	Caucete	Pocito	Chimbas	9 de Julio
12	22	5	9	1	6	2	4	4	1

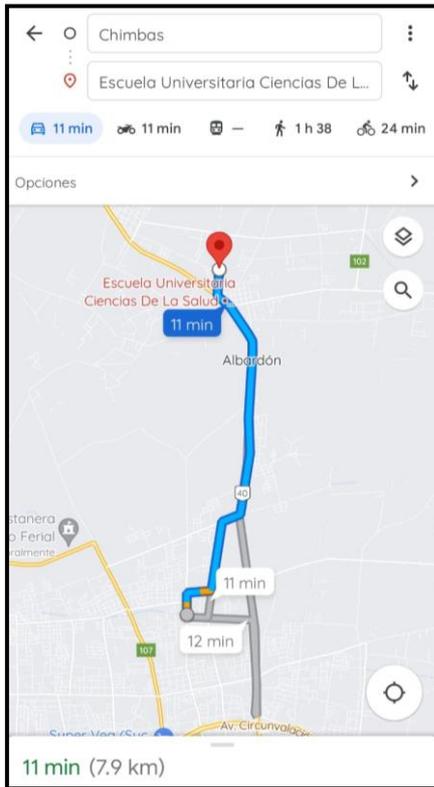
Tabla N°12. Cantidad de usuarios por departamento.

Nota: La Provincia de San Juan está dividida en 19 departamentos. Aquellos que no están mencionados son debido a que no fueron seleccionados en la encuesta de los 66 usuarios.

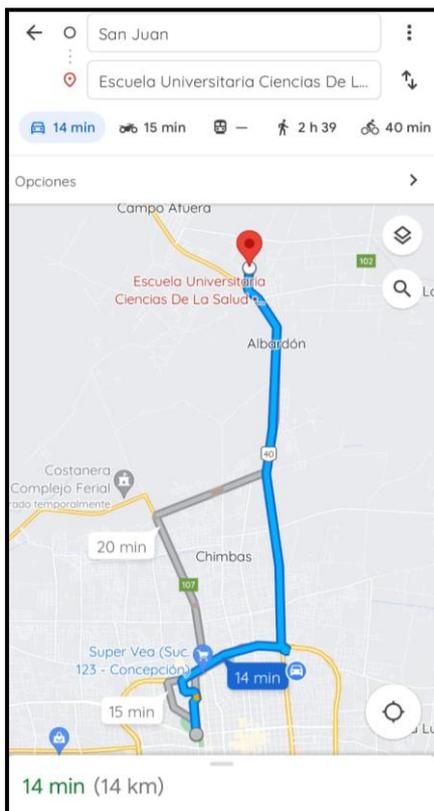
Para lo cual, 22 de los encuestados representan el 33% que contestaron que viven en Capital de San Juan; 12 encuestados representan el 18% que viven en Rivadavia; 9 encuestados representan el 14% que viven en Rawson; 6 encuestados representan el 9% que viven en Santa Lucía; 5 encuestados representan el 8% que viven en Albardón; 4 encuestados en cada caso representan el 6% que viven en Chimbas y en Pocito; 2 encuestados representan el 3% que viven en Caucete; 1 encuestado representa el 2% que vive en 9 de Julio; un encuestado representa el 1% que vive en Jáchal.

Nota: Cabe aclarar que la planilla de cálculo en los dos últimos porcentajes redondeó, siendo el valor acertado 1,5% en cada caso para el valor de 1 encuestado.

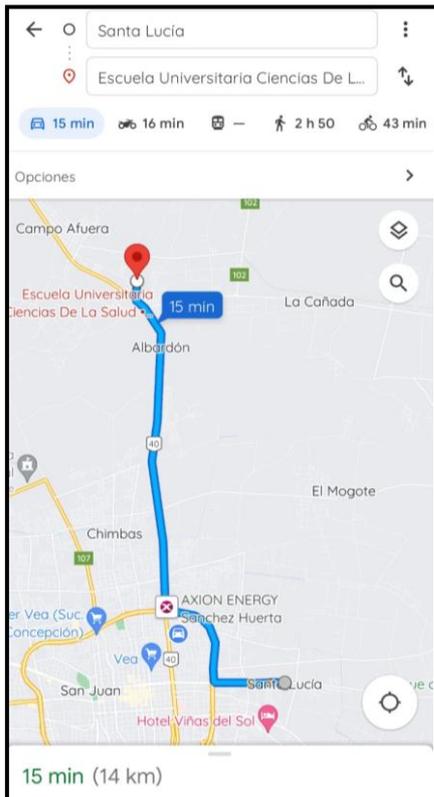
Para ver claramente la distancia entre la EUCS que se encuentra en el departamento de Albardón y el resto de los departamentos de San Juan es que se recurre a las imágenes que proporciona el *Google Maps*.



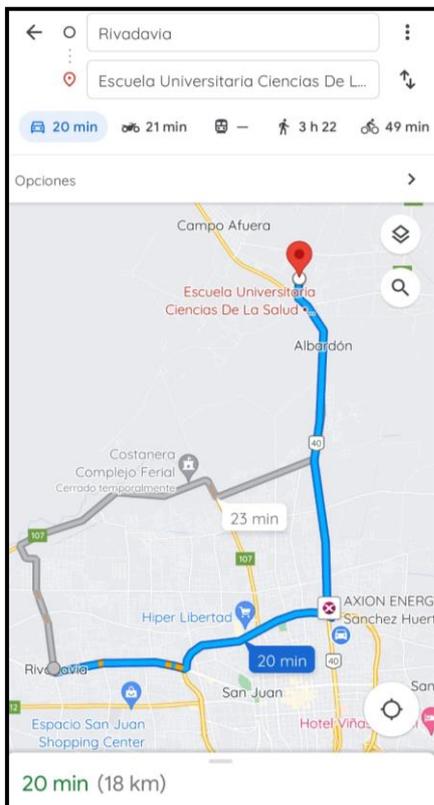
**Imagen N°1.** Distancia desde Chimbas a Albardón.



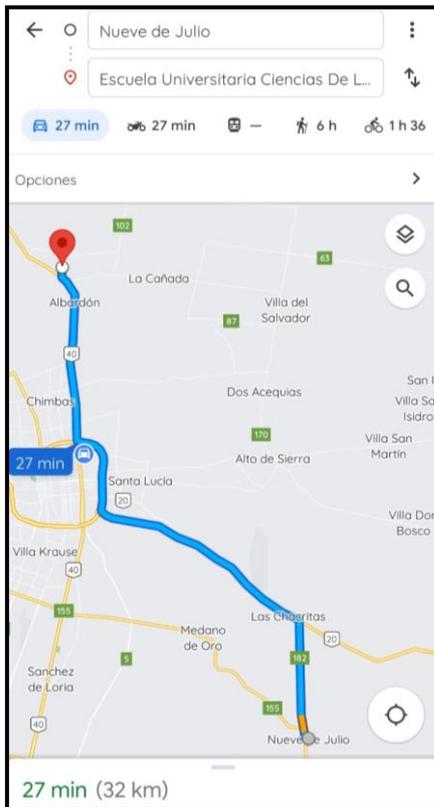
**Imagen N°2.** Distancia de Capital de San Juan a Albardón.



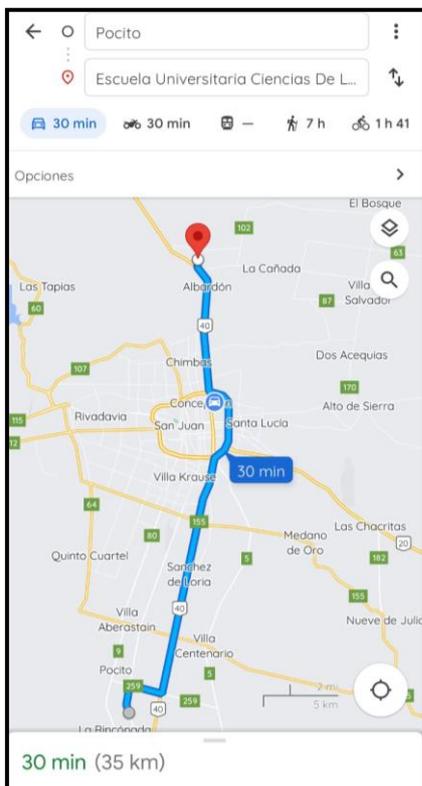
**Imagen N°3.** Distancia de Santa Lucía a Albardón.



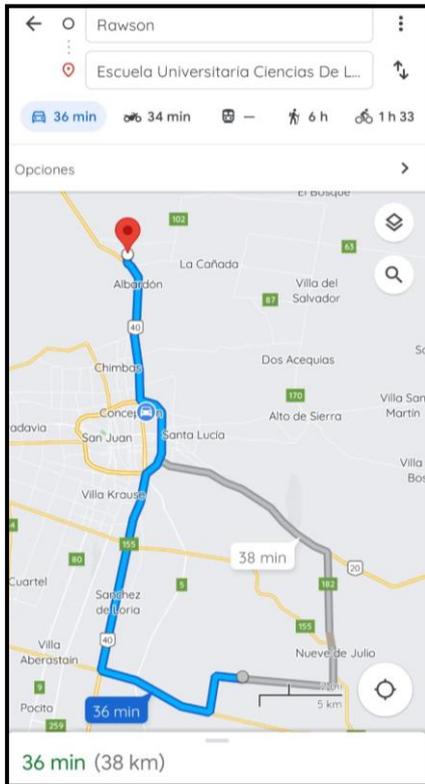
**Imagen N°4.** Distancia de Rivadavia a Albardón.



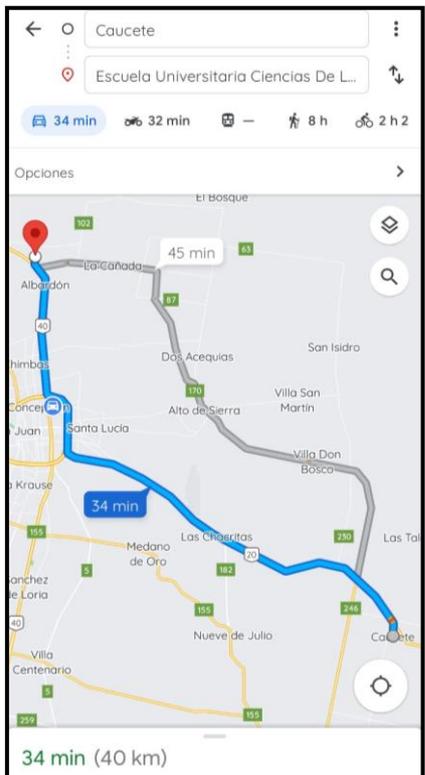
*Imagen N°5. Distancia de 9 de julio a Albardón.*



*Imagen N°6. Distancia de Pocito a Albardón.*



*Imagen N°7. Distancia de Rawson a Albardón.*



*Imagen N°8. Distancia de Caucete a Albardón.*



*Imagen N°9. Distancia de Jáchal a Albardón. Esta imagen tiene una escala distinta de las anteriores.*

Las concentraciones de usuarios más elevadas de los encuestados arrojaron los siguientes datos: el 33% de los usuarios se concentran en capital a una distancia de 14 km de Albardón; el 18% de los usuarios de la encuesta son de Rivadavia a una distancia 18 km de Albardón y el 14% de usuarios residen en Rawson a una distancia de 38 km de Albardón.

De los Docentes encuestados respondieron:

- 5 de Rivadavia
- 6 de Capital de San Juan
- 1 de Albardón
- 1 de Rawson

De los Egresados encuestados respondieron:

- 2 de Capital de San Juan
- 2 de Rivadavia
- 1 de Jáchal

De los Estudiantes encuestados respondieron:

- 4 de Albardón
- 6 de Santa Lucía
- 7 de Rawson
- 12 de Capital de San Juan
- 3 de Rivadavia
- 2 de Caucete
- 3 de Pocito
- 4 de Chimbas
- 1 de 9 de Julio

- 1 de Jáchal

De los Investigadores encuestados respondieron:

- 1 de Capital de San Juan
- 1 de Rivadavia

De los No docentes encuestados respondieron:

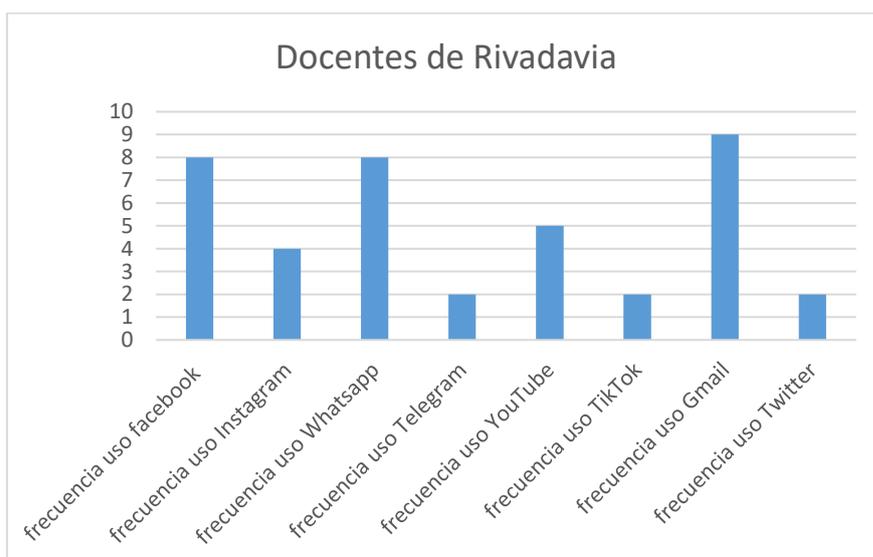
- 1 de Pocito
- 1 de Rivadavia

De los “Otros” encuestados respondieron:

- 1 de Capital de San Juan
- 1 de Rawson

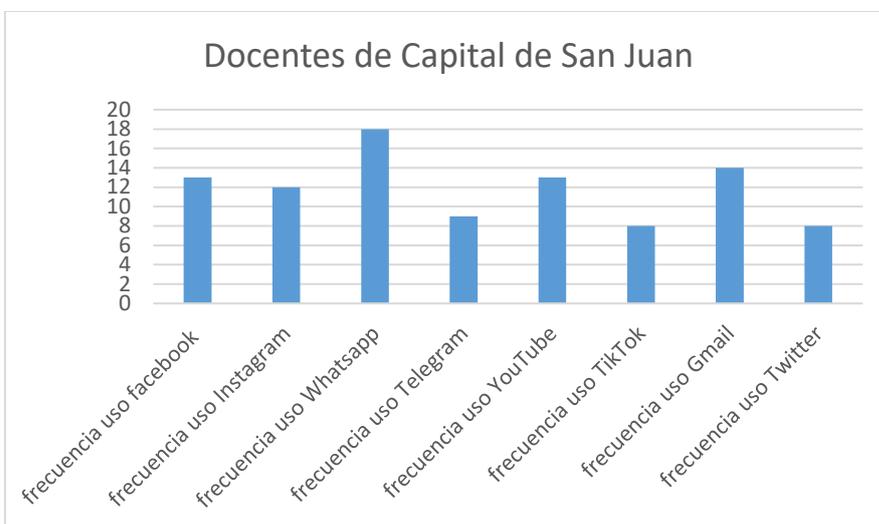
Al analizar las tres variables juntas se observó cuál fue la frecuencia de uso de los canales de comunicación de la biblioteca según el estamento al que pertenecen y por su ubicación geográfica respecto de la EUCS:

- Los Docentes que contestaron que viven en:
  - Rivadavia utilizaron con mayor frecuencia el Gmail, Facebook y WhatsApp, en forma decreciente YouTube, Instagram y finalmente Telegram, TikTok y Twitter.



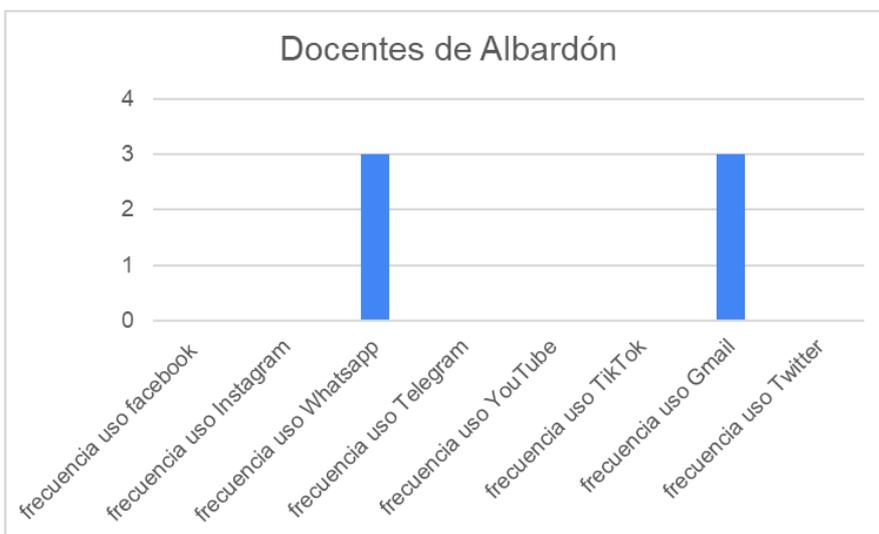
**Gráfico N°19.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Rivadavia.

- Capital de San Juan utilizaron con mayor frecuencia el WhatsApp, Gmail, Facebook, YouTube e Instagram, en forma decreciente Telegram, TikTok y Twitter.



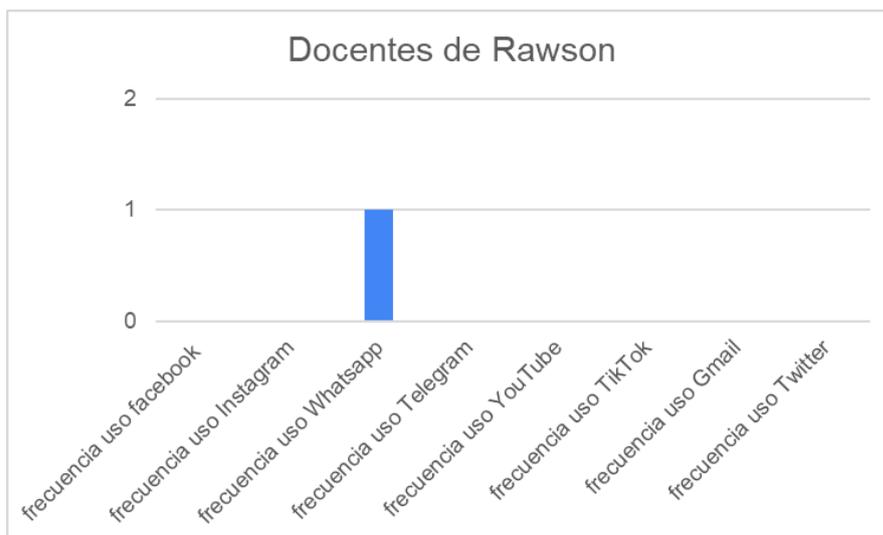
**Gráfico N°20.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Capital de San Juan.

- Albardón utilizaron WhatsApp y Gmail.



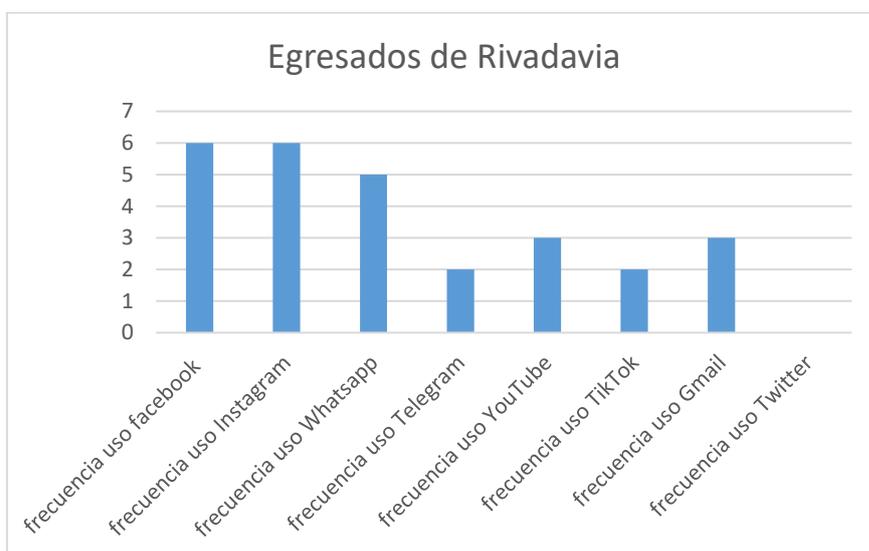
**Gráfico N°21.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Albardón.

- Finalmente, docentes de Rawson contestaron que solo usaron WhatsApp.



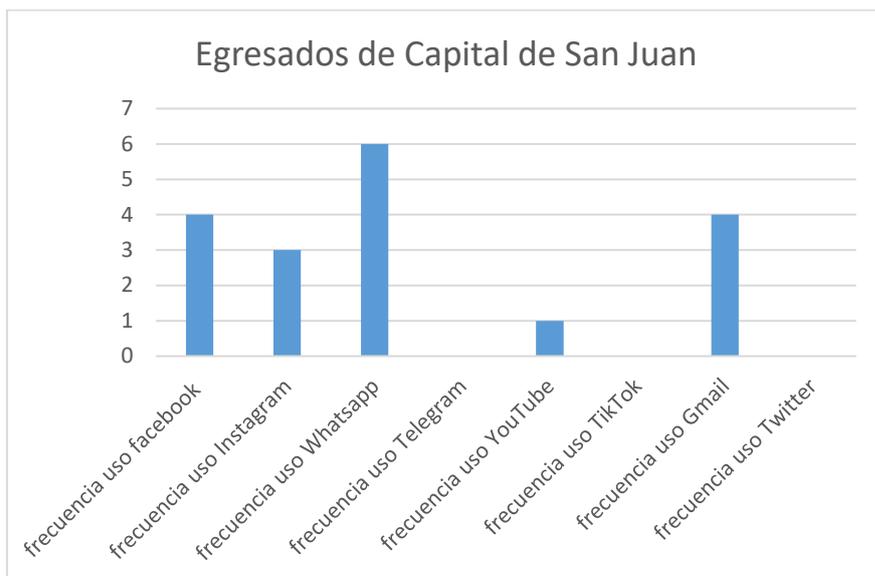
**Gráfico N°22.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para docentes que residen en Rawson.

- Los Egresados que viven en:
  - Rivadavia utilizaron con mayor frecuencia Facebook, Instagram y WhatsApp, en forma decreciente YouTube, y Gmail, finalmente Telegram TikTok y Twitter.



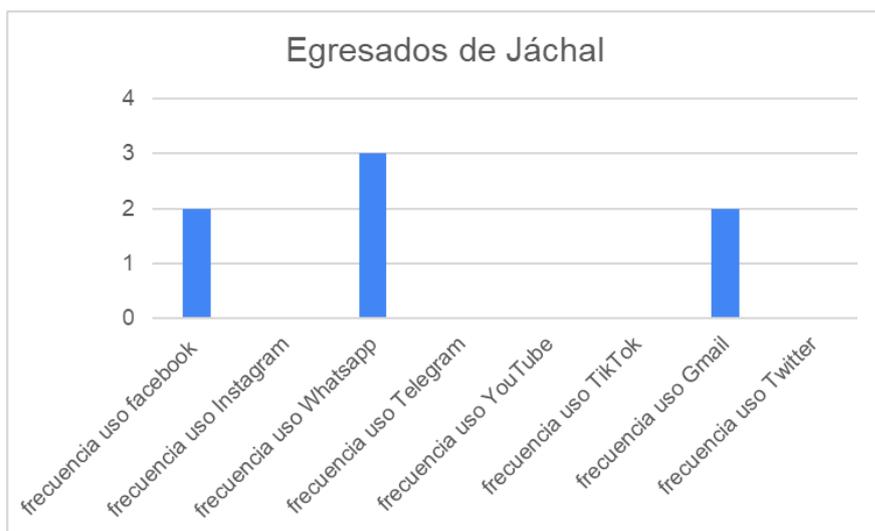
**Gráfico N°23.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para egresados que residen en Rivadavia.

- Capital de San Juan utilizaron con mayor frecuencia el WhatsApp, Facebook, y Gmail, en menor medida Instagram y YouTube.



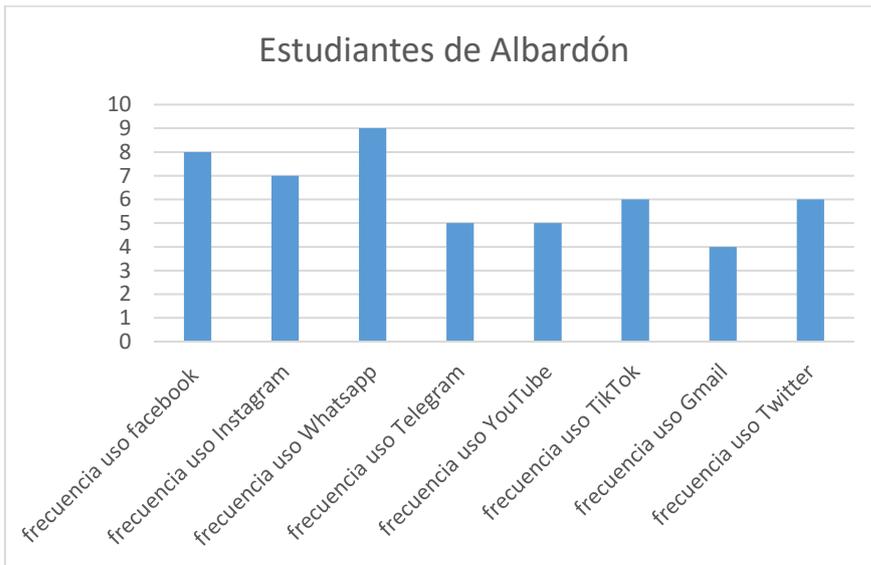
**Gráfico N°24.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para egresados que residen en Capital de San Juan.

- Jáchal utilizaron WhatsApp, Facebook y Gmail.



**Gráfico N°25.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para egresados que residen en Jáchal.

- Los Estudiantes que viven en:
  - Albardón utilizaron con mayor frecuencia el WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok Twitter, Telegram YouTube y Gmail.



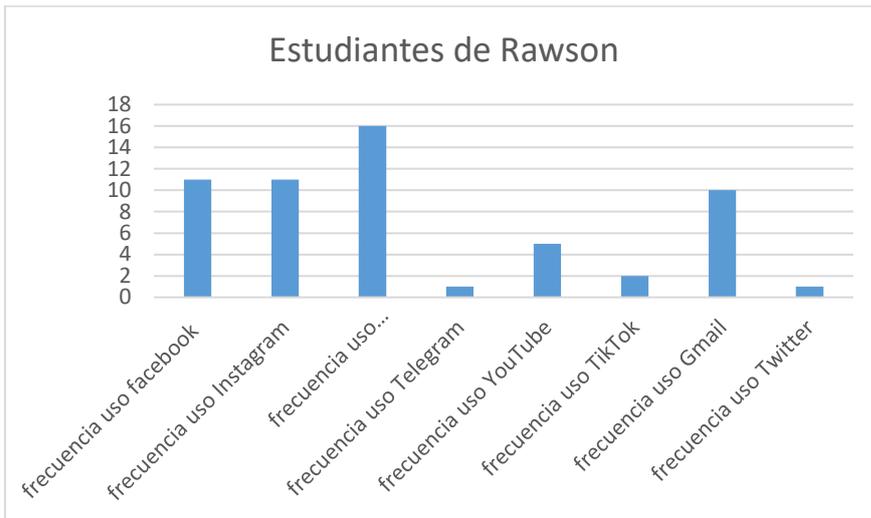
**Gráfico N°26.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Albardón.

- Santa Lucía utilizaron con mayor frecuencia Instagram, WhatsApp, Gmail, Facebook, Telegram, YouTube, TikTok.



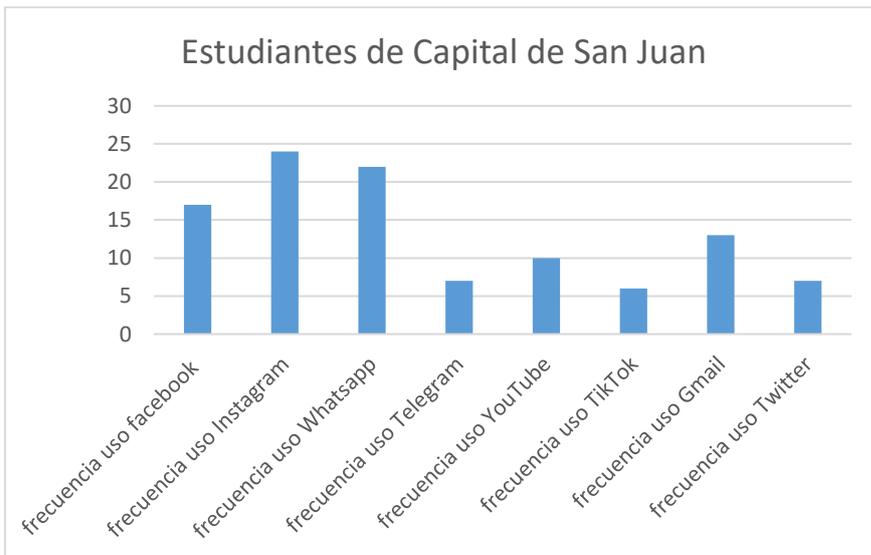
**Gráfico N°27.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Santa Lucía.

- Rawson utilizaron con mayor frecuencia WhatsApp, Facebook, Instagram, Gmail, YouTube, TikTok, Telegram y Twitter.



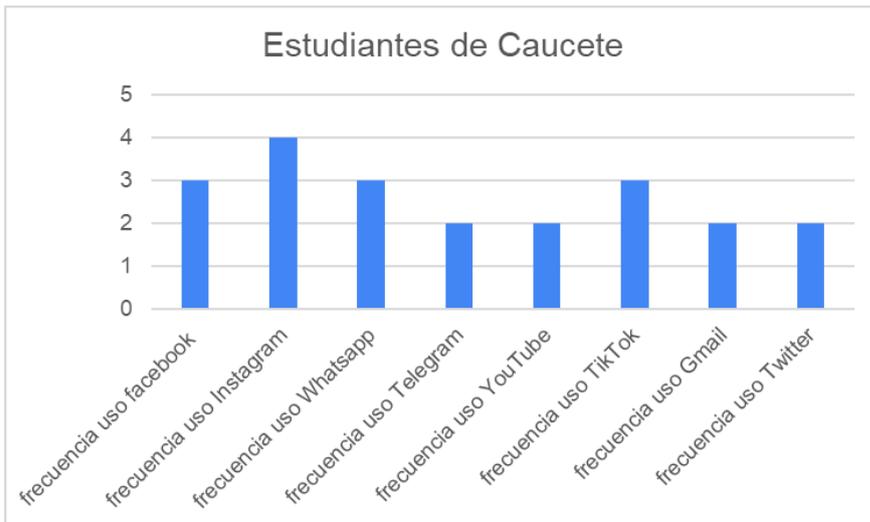
**Gráfico N°28.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Rawson.

- Capital de San Juan utilizaron con mayor frecuencia Instagram WhatsApp Facebook Gmail, YouTube Telegram, Twitter y TikTok.



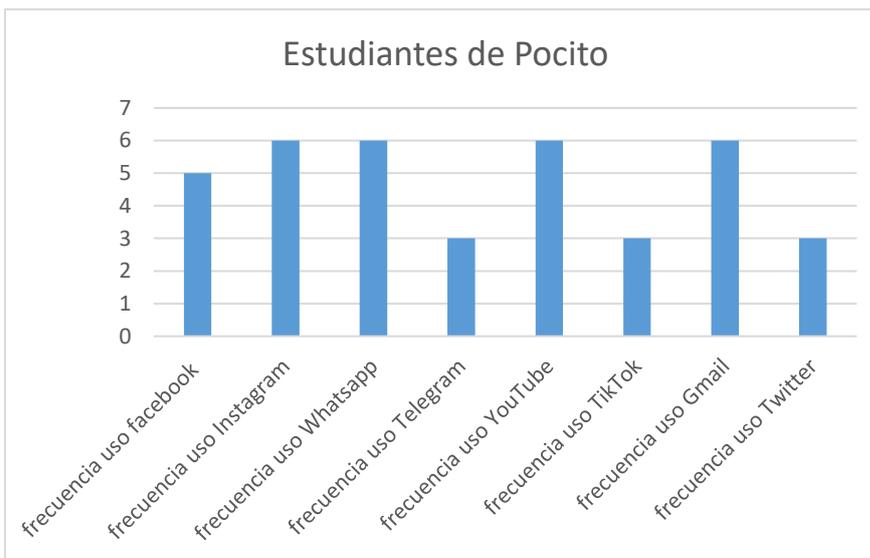
**Gráfico N°29.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Capital de San Juan.

- Caucete utilizaron más frecuentemente Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, Telegram YouTube, Gmail y Twitter.



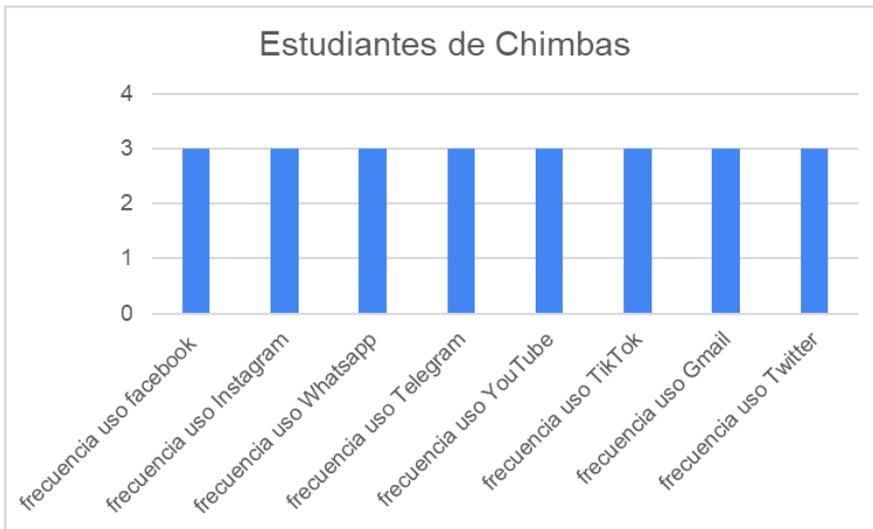
**Gráfico N°30.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Cauçete.

- Pocito utilizaron más frecuentemente Instagram, WhatsApp, YouTube, Gmail, Facebook, Telegram, TikTok, y Twitter.



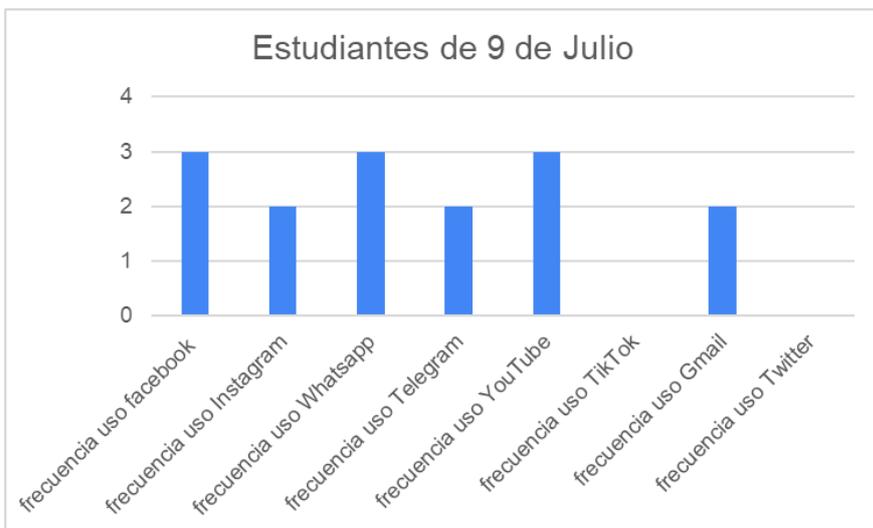
**Gráfico N°31.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Pocito.

- Chimbos presenta un caso particular donde un encuestado afirmó haber utilizado frecuentemente todas las vías de comunicación de la biblioteca mientras que el resto no usó ninguna.



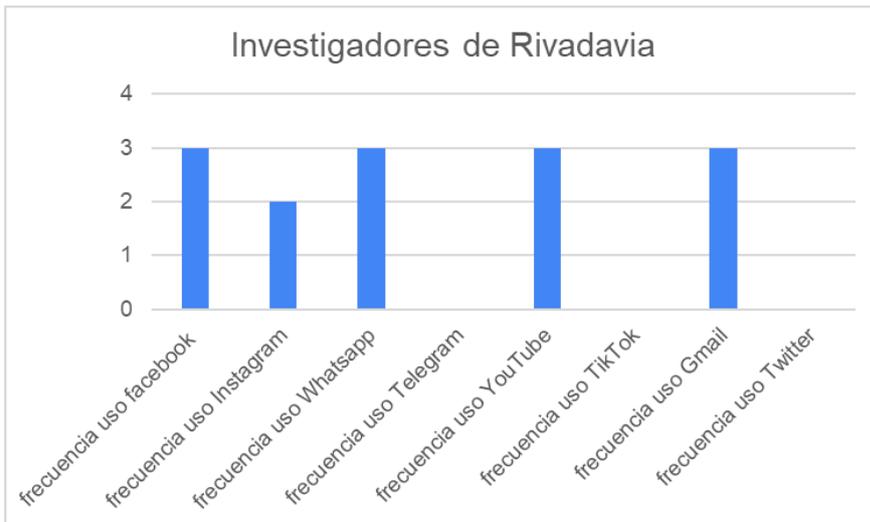
**Gráfico N°32.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en Chimbas.

- 9 de Julio utilizaron frecuentemente Facebook WhatsApp, YouTube, Instagram, Telegram, Gmail.



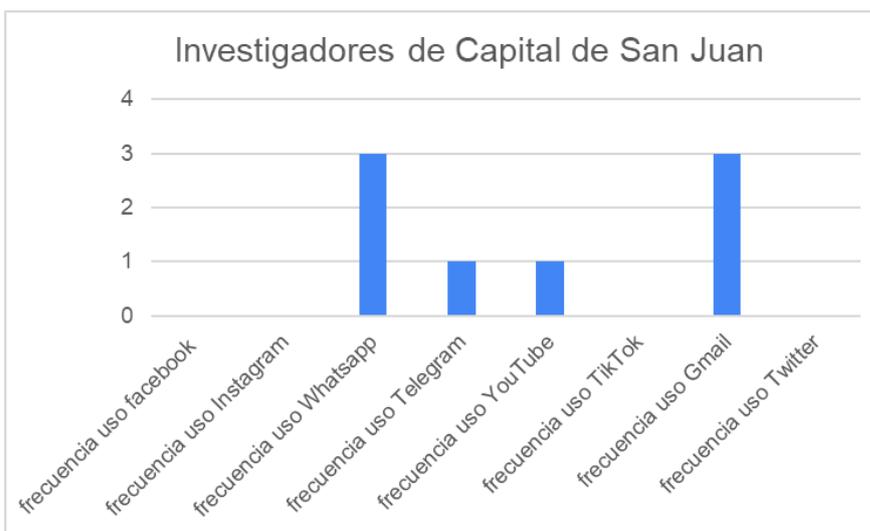
**Gráfico N°33.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para estudiantes que residen en 9 de Julio.

- Investigadores que viven en:
  - Rivadavia utilizaron más frecuentemente Facebook, WhatsApp, YouTube, Gmail e Instagram.



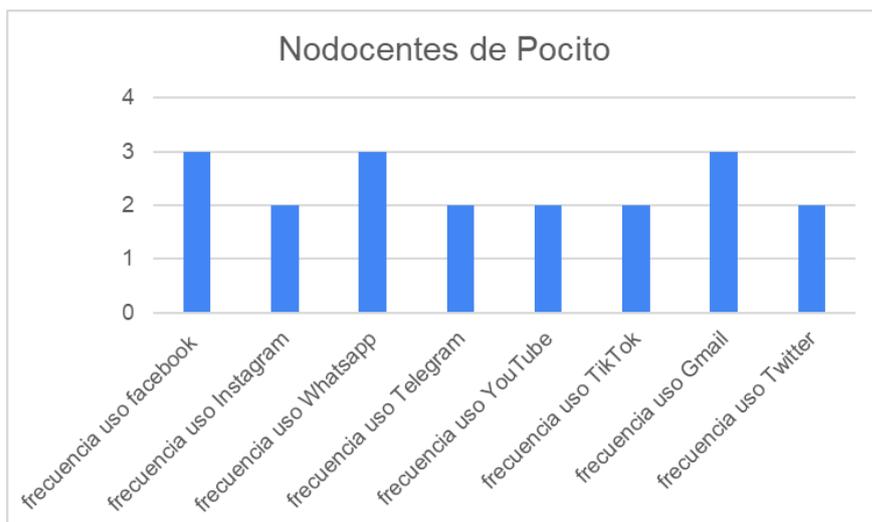
**Gráfico N°34.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para investigadores que residen en Rivadavia.

- Capital de San Juan utilizaron más frecuentemente WhatsApp, Gmail, Telegram, YouTube.



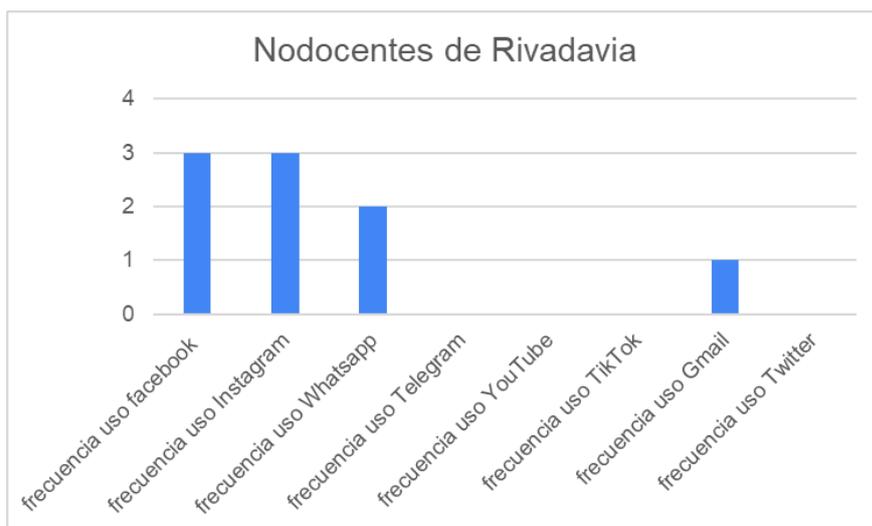
**Gráfico N°35.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para investigadores que residen en Capital de San Juan.

- No docentes que viven en:
  - Pocito utilizaron todos los canales con una alta frecuencia.



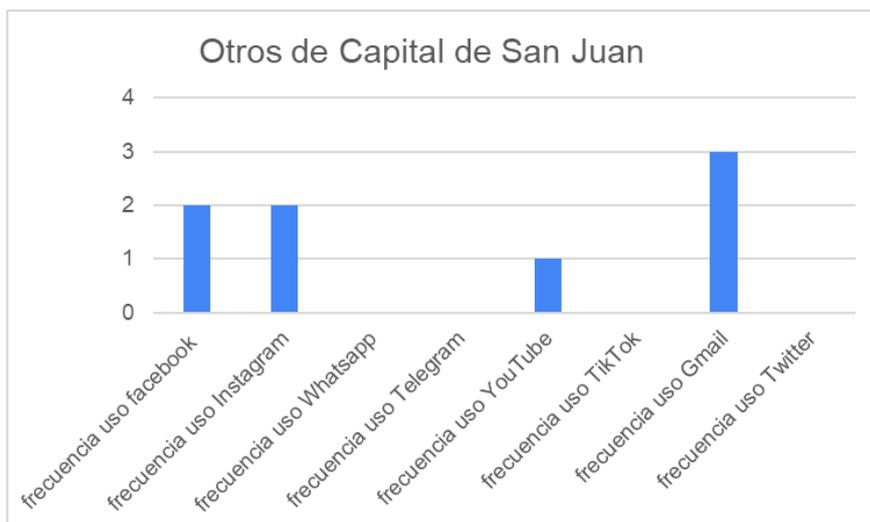
**Gráfico N°36.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para no docentes que residen en Pocito.

- Rivadavia se destaca que usaron frecuentemente Facebook, Instagram, WhatsApp y Gmail.



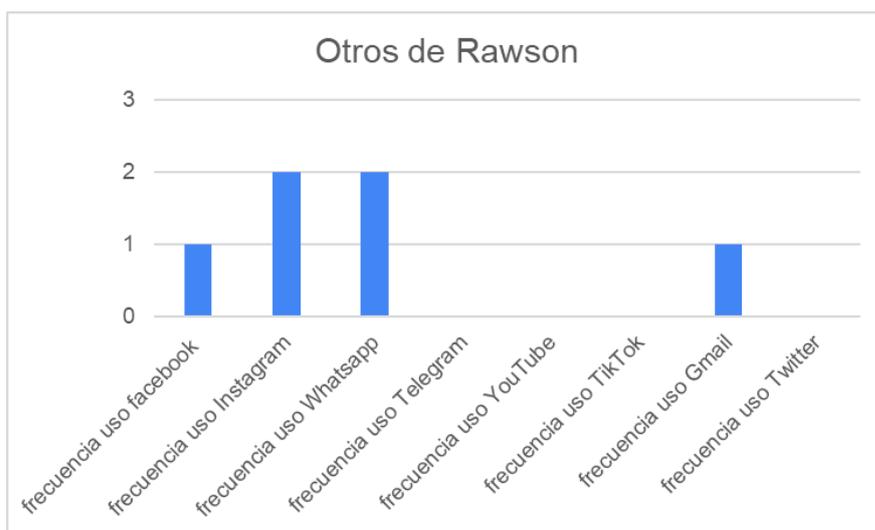
**Gráfico N°37.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para no docentes que residen en Rivadavia.

- Para el tipo "Otros" que viven en:
  - Capital de San Juan utilizaron más frecuentemente Gmail, Facebook, Instagram y YouTube.



**Gráfico N°38.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para “otros” que residen en Capital de San Juan.

- Rawson utilizaron frecuentemente Instagram, WhatsApp, Facebook y Gmail.



**Gráfico N°39.** Frecuencia de uso de los canales de comunicación para “otros” que residen en Rawson.

Del análisis del segundo objetivo específico, se pudo percibir a qué público se accede desde las vías de comunicación, según los encuestados. La frecuencia de uso fue mayor en grupos de edades desde los 18 años hasta los 25 años. Luego, entre los 25 años y los 40 años el uso de los canales de comunicación bajó su periodicidad. Finalmente, entre los 40 años y 65 años los encuestados, manifestaron usar más frecuentemente los canales de comunicación, elevando la curva en los gráficos.

Los canales de comunicación más utilizados para todos los encuestados, fueron: WhatsApp, Facebook e Instagram. Estos canales son una constante en todos los tipos de público, lo que varía es su puesto según la frecuencia de uso, pero siempre son los mismos.

Se podría sugerir reforzar la comunicación con la audiencia menos alcanzada, entre los 25 años y 40 años. Estos resultados responden a que los estudiantes, egresados, docentes, no docentes, investigadores, y "otros", acudieron al uso de los recursos en años de virtualidad, lo que se vio reflejado en la encuesta. Se podría recomendar segmentar al grupo de usuarios para capacitarlos en etapas, dirigir las promociones según edades y necesidades.

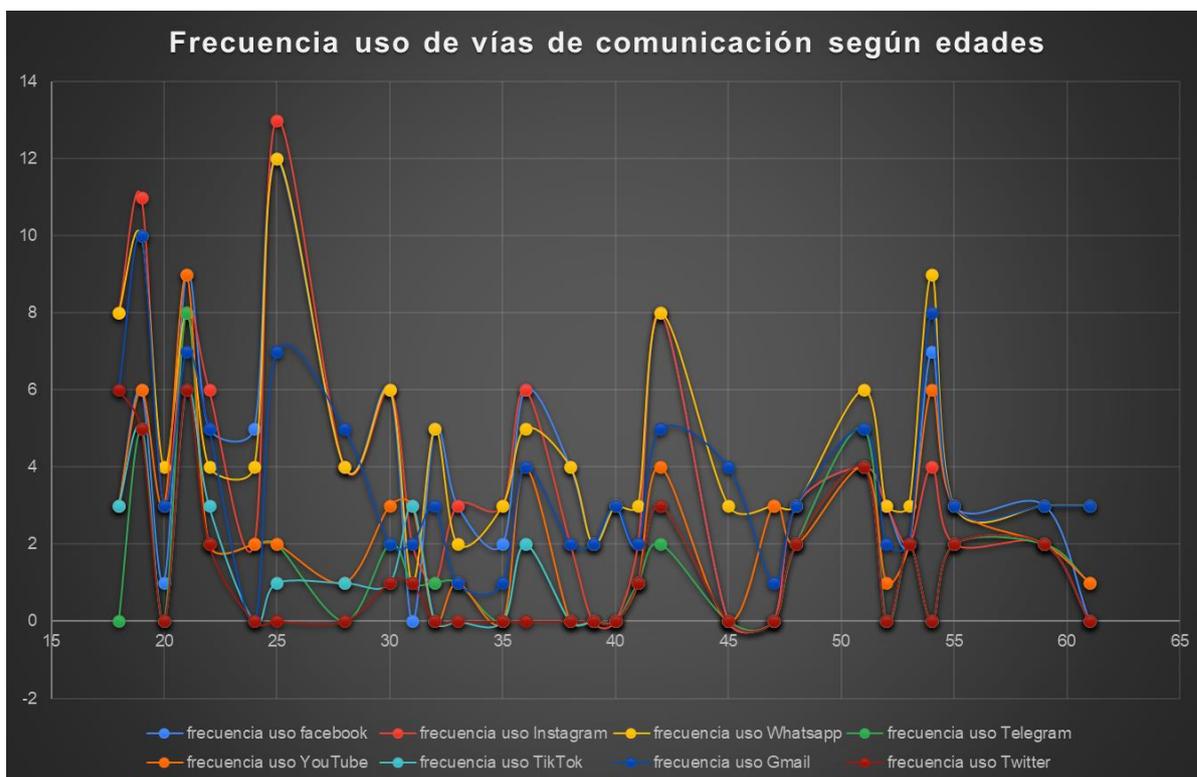
Otra observación interesante, es el análisis de la frecuencia de uso de los canales de comunicación según los distintos tipos de usuarios encuestados y su ubicación, más allá que se debe tener en cuenta que la cantidad de datos obtenidos no necesariamente va a ser estadísticamente relevante para algunas de las ubicaciones más pequeñas. Los docentes de Rivadavia, Capital de San Juan, Albardón utilizaron con mayor frecuencia el Gmail, Facebook y WhatsApp. Docentes de Rawson usaron WhatsApp. Los egresados de Rivadavia, Capital de San Juan y Jáchal utilizaron con mayor frecuencia Facebook, Instagram, WhatsApp y Gmail. Los estudiantes, sin importar su lugar de residencia, utilizaron todas las vías de comunicación que la biblioteca les ofrece, igualmente teniendo en cuenta que Telegram, TikTok y Twitter son las que obtuvieron baja frecuencia. Los investigadores de Rivadavia y de Capital de San Juan utilizaron más frecuentemente Facebook, WhatsApp, YouTube, Gmail e Instagram. No docentes de Pocito utilizaron todos los canales con una alta frecuencia, mientras que los de Rivadavia destacaron por el uso frecuente de Facebook, Instagram, WhatsApp y Gmail. Para el tipo de usuarios "Otros" de Rawson y Capital de San Juan utilizaron más frecuentemente Gmail, Facebook, Instagram, WhatsApp y YouTube.

**Objetivo específico número 3: *Analizar el uso de los canales de comunicación por edades de los usuarios.***

Para el estudio de este objetivo se consideraron las variables V1, V2 y V3.

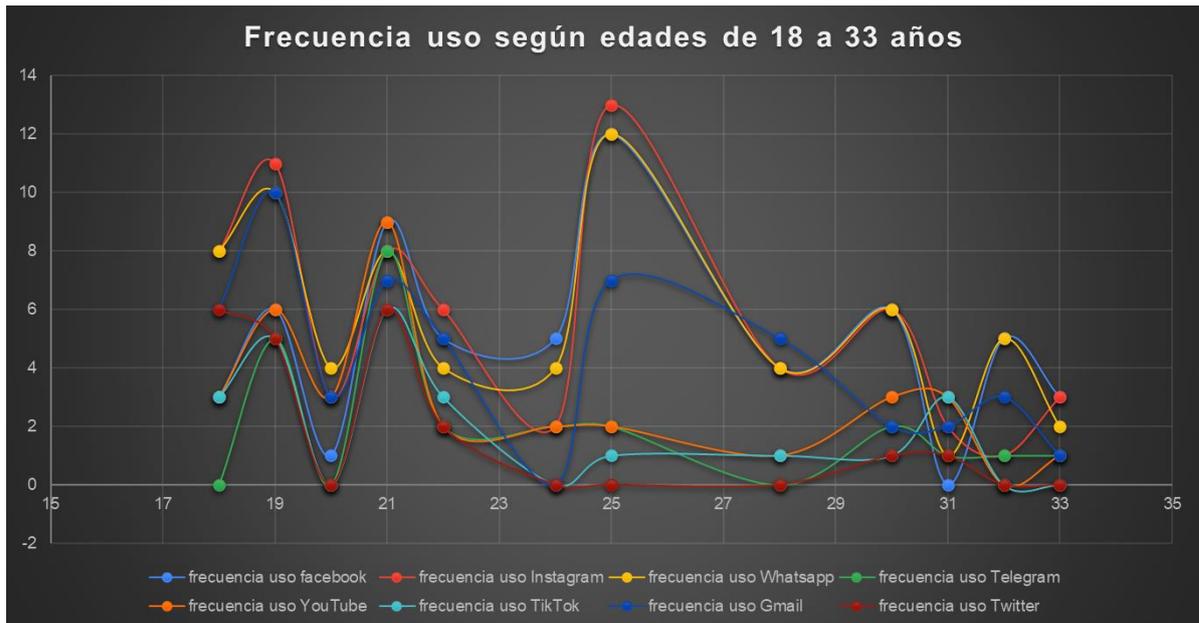
El rango de edades de los encuestados según su estamento oscila entre: docentes 40 a 55, egresados 25 a 54, estudiantes 18 a 42, investigadores 54 a 61, no docentes 42 a 59 y otros de 28 a 35. En el siguiente gráfico se pudo ver que las vías más utilizadas para quienes rondan entre los 18 a 25 años fueron: Instagram, Gmail, WhatsApp, Telegram, Facebook, YouTube, dejando atrás el resto de las vías de comunicación que

ofrece la Biblioteca. Entre los 30 a 40 años la frecuencia baja un poco de las redes más usadas pero la constante que se advierte fue la baja frecuencia de Twitter y TikTok en ambos grupos. En el rango de los 40 a 50 años, se observó una frecuencia mayor en el uso de WhatsApp e Instagram, en el rango siguiente entre 50 y 60 años, se percibió un pico de frecuencia importante en redes como WhatsApp, Gmail, Facebook, YouTube e Instagram.

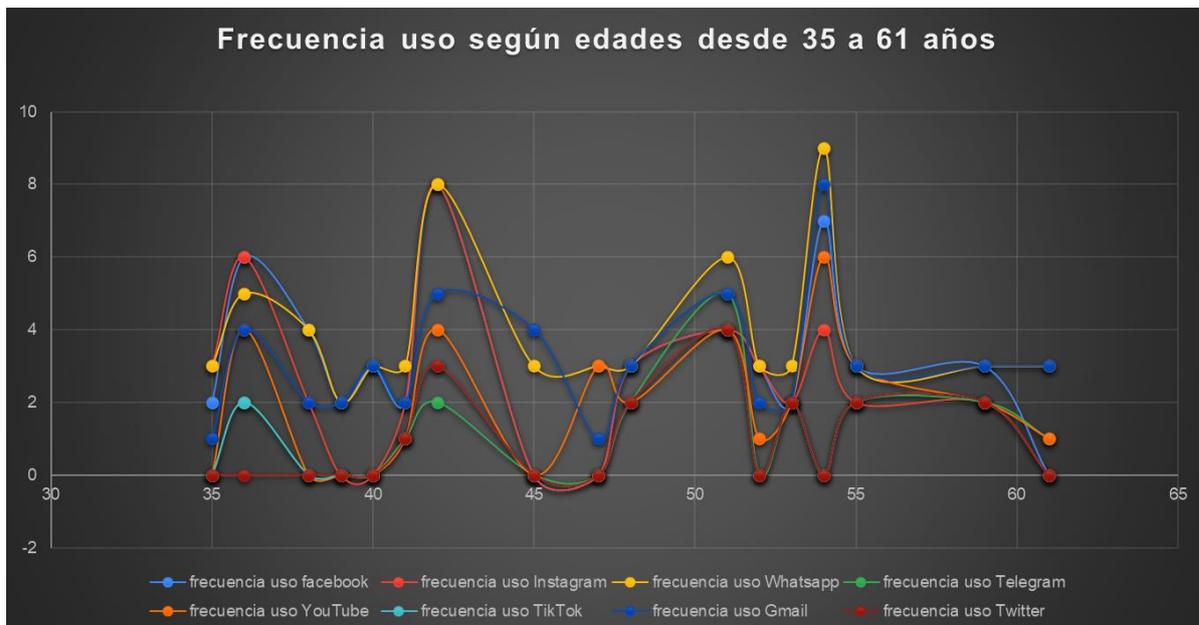


**Gráfico N°40.** Frecuencia uso de vías de comunicación según edades.

El primer grupo, entre 18 a 33 años, utilizó más Instagram que otra red. Luego sigue WhatsApp y el resto Gmail, YouTube, Facebook, quedando separado por mucho Twitter que fue la menos utilizada. El segundo grupo, entre 37 a 54 años, utilizó más Facebook, WhatsApp y Gmail. Las siguientes redes Instagram y YouTube fueron utilizadas en menor medida, quedando separado por mucho Twitter, Telegram, y TikTok que fueron las menos utilizadas.



**Gráfico N°41.** Frecuencia uso de vías de comunicación según edades entre 18 a 33 años.



**Gráfico N°42.** Frecuencia uso de vías de comunicación según edades entre 35 a 61 años.

Si a esta mirada se le suma la variable 1 que distingue los tipos de usuarios que contestaron la encuesta, se tienen las siguientes tablas:

Edad	frecuencia uso facebook	frecuencia uso Instagram	frecuencia uso Whatsapp	frecuencia uso Telegram	frecuencia uso YouTube	frecuencia uso TikTok	frecuencia uso Gmail	frecuencia uso Twitter
40	3	0	3	0	0	0	3	0
45	0	0	3	0	0	0	4	0
47	0	0	3	0	3	0	1	0
48	3	3	3	2	2	2	3	2
51	4	4	6	5	4	4	5	4
52	3	3	3	0	1	0	2	0
53	2	2	3	2	2	2	2	2
54	3	2	3	0	3	0	3	0
55	3	2	3	2	3	2	3	2
	21	16	30	11	18	10	26	10

**Tabla N°13.** Frecuencia uso de vías de comunicación de Docentes según edades.

Los docentes encuestados cubrieron un rango entre 40 a 55 años, las vías de comunicación pertenecientes a la biblioteca más frecuentadas por ellos (en orden decreciente) fueron WhatsApp, Gmail, Facebook, YouTube, Instagram, Telegram, TikTok y Twitter.

Edad	frecuencia uso facebook	frecuencia uso Instagram	frecuencia uso Whatsapp	frecuencia uso Telegram	frecuencia uso YouTube	frecuencia uso TikTok	frecuencia uso Gmail	frecuencia uso Twitter
25	3	3	3	0	1	0	2	0
32	2	0	3	0	0	0	2	0
36	3	3	2	2	1	2	1	0
42	3	3	3	0	2	0	2	0
54	1	0	3	0	0	0	2	0
	12	9	14	2	4	2	9	0

**Tabla N°14.** Frecuencia uso de vías de comunicación de Egresados según edades.

Los Egresados encuestados cubrieron un rango entre 25 a 54 años, las vías de comunicación pertenecientes a la biblioteca más frecuentadas por ellos (en orden decreciente) fueron WhatsApp, Facebook, Gmail, Instagram, YouTube, Telegram, TikTok. La vía de comunicación que no registró frecuencia de uso fue Twitter.

Edad	frecuencia uso facebook	frecuencia uso Instagram	frecuencia uso Whatsapp	frecuencia uso Telegram	frecuencia uso YouTube	frecuencia uso TikTok	frecuencia uso Gmail	frecuencia uso Twitter
18	3	8	8	0	3	3	6	6
19	6	11	10	5	6	5	10	5
20	1	3	4	0	3	0	3	0
21	9	8	8	8	9	6	7	6
22	5	6	4	2	2	3	5	2
24	5	2	4	2	2	0	0	0
25	9	10	9	2	1	1	5	0
28	2	2	4	0	0	1	2	0
30	6	6	6	2	3	1	2	1
31	0	2	1	1	3	3	2	1
32	3	1	2	1	0	0	1	0
33	3	3	2	1	1	0	1	0
35	1	1	1	0	0	0	0	0
36	3	3	3	0	3	0	3	0
38	4	2	4	0	0	0	2	0
39	2	0	2	0	0	0	2	0
41	2	2	3	1	1	1	2	1
42	2	2	3	2	2	3	2	3
	66	72	78	27	39	27	55	25

**Tabla N°15.** Frecuencia uso de vías de comunicación de Estudiantes según edades.

Los estudiantes encuestados cubrieron un rango entre 18 a 42 años, las vías de comunicación pertenecientes a la biblioteca más frecuentadas por ellos (en orden decreciente) fueron WhatsApp, Instagram, Facebook, Gmail, YouTube, Telegram, TikTok y Twitter.

Edad	frecuencia uso facebook	frecuencia uso Instagram	frecuencia uso Whatsapp	frecuencia uso Telegram	frecuencia uso YouTube	frecuencia uso TikTok	frecuencia uso Gmail	frecuencia uso Twitter
54	3	2	3	0	3	0	3	0
61	0	0	3	1	1	0	3	0
	3	2	6	1	4	0	6	0

**Tabla N°16.** Frecuencia uso de vías de comunicación de Investigadores según edades.

Los investigadores encuestados cubrieron un rango entre 54 a 61 años, las vías de comunicación pertenecientes a la biblioteca más frecuentadas por ellos (en orden decreciente) fueron WhatsApp, Gmail, YouTube, Facebook, Instagram, Telegram. Las vías de comunicación que no registraron frecuencia de uso fueron TikTok y Twitter.

Edad	frecuencia uso facebook	frecuencia uso Instagram	frecuencia uso Whatsapp	frecuencia uso Telegram	frecuencia uso YouTube	frecuencia uso TikTok	frecuencia uso Gmail	frecuencia uso Twitter
42	3	3	2	0	0	0	1	0
59	3	2	3	2	2	2	3	2
	6	5	5	2	2	2	4	2

**Tabla N°17.** Frecuencia uso de vías de comunicación de Nodocentes según edades.

Los no docentes encuestados cubrieron un rango entre 42 a 59 años, las vías de comunicación pertenecientes a la biblioteca más frecuentadas por ellos (en orden decreciente) fueron Facebook, WhatsApp, Instagram, Gmail, YouTube, Telegram, TikTok y Twitter.

Edad	frecuencia uso facebook	frecuencia uso Instagram	frecuencia uso Whatsapp	frecuencia uso Telegram	frecuencia uso YouTube	frecuencia uso TikTok	frecuencia uso Gmail	frecuencia uso Twitter
28	2	2	0	0	1	0	3	0
35	1	2	2	0	0	0	1	0
	3	4	2	0	1	0	4	0

**Tabla N°18.** Frecuencia uso de vías de comunicación de Otros según edades.

El grupo “otros” de los encuestados cubrieron un rango entre 28 a 35 años, las vías de comunicación pertenecientes a la biblioteca más frecuentadas por ellos (en orden decreciente) fueron Instagram, Gmail, Facebook, WhatsApp, YouTube. Las vías de comunicación que no registran frecuencia de uso fueron Telegram, TikTok y Twitter.

Se puede destacar que las vías de comunicación más rápidas, es decir aquellas donde el envío y recepción del mensaje es casi inmediato, tienen una frecuencia de uso mayor en los encuestados más jóvenes. Estas vías son: Instagram, WhatsApp y a esta lista se suma el correo electrónico. La frecuencia del uso de las vías tiene una depresión entre las edades de 30 a 40 años, pero mantienen un uso constante en la mayoría de las vías, esto quiere decir que se conservan parejas en su actividad. Finalmente, aumentan nuevamente, con picos de frecuencia WhatsApp, Gmail, Facebook y YouTube.

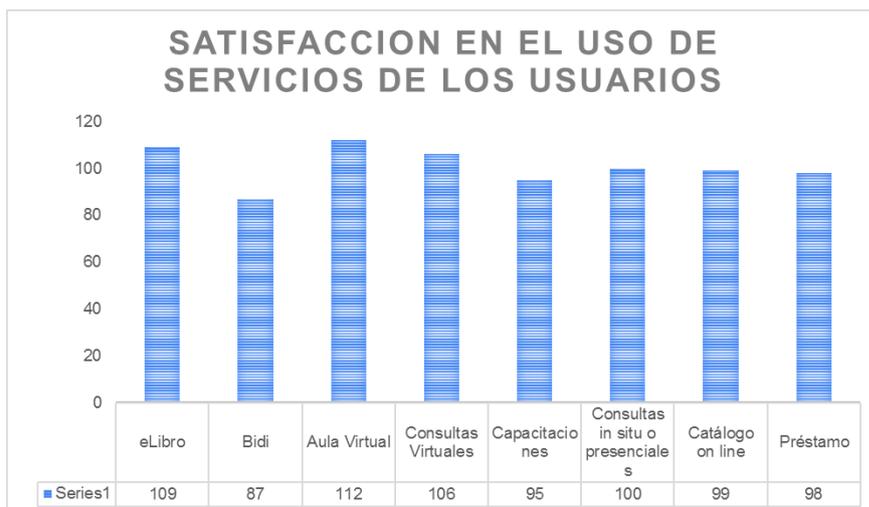
En general todos los tipos de usuarios analizados utilizaron las mismas redes de comunicación: WhatsApp, Instagram, Facebook, Gmail, YouTube.

**Objetivo específico número 4: Analizar si para el usuario es satisfactoria la experiencia de uso de los servicios que ofrece la biblioteca.**

Se realizó una mirada enfocada en cada tipo de usuario y se determinó si las consultas de los servicios en línea fueron satisfactorias, para esto se analizaron las V6 y V1.

Una mirada general al gráfico N°43, que se obtuvo del estudio de la variable 6, mostró la satisfacción en el uso de los servicios bibliotecarios ofrecidos por los canales de comunicación. Para el análisis se tuvo en cuenta que, el valor máximo de satisfacción para 66 encuestados es de 132 puntos. Para indiferente, el máximo total es de 66 y para insatisfecho el valor cercano a 0. Estos valores se tienen en cuenta para los totales que

suman a todos los encuestados. En el gráfico se observaron los valores rondando los 100 puntos lo que indica un nivel de satisfacción bueno. Los servicios como el aula virtual, eLibro y las consultas virtuales fueron las que se evaluaron más satisfactoriamente por los encuestados. Luego en orden decreciente y no muy alejados los valores mostraron los siguientes servicios: consultas in situ o presenciales, catálogo en línea, préstamo, capacitaciones, y la biblioteca virtual Bidi.



**Gráfico N°43.** Satisfacción en el uso de servicios de los usuarios.

En el gráfico N°44 la satisfacción en el uso de los servicios se dividió por tipo de usuarios. Los docentes encuestados, fueron 13 se multiplicó por 2 (el valor máximo de satisfacción dio un resultado de 26, por lo tanto, entre 26 y 0 se midió su nivel de satisfacción, los valores obtenidos son altos rondan los 20 puntos. El tipo de usuario egresado, de un valor máximo de 10, obtuvo 6 puntos apenas pasando el estado indiferente. El usuario estudiante, de un valor máximo de 84 rondó los 65 puntos, estuvo más satisfecho que indiferente a los servicios. El No Docente más satisfecho que indiferente, tuvo un alto valor de satisfacción. Mientras que "Otros" tuvo el nivel de satisfacción alto rondando los 3 puntos para un valor máximo de 4. También se pudo observar qué servicios fueron los más satisfactorios para cada tipo de usuario. Según el tipo de usuario los servicios más satisfactorios resultaron ser:

- Docentes: eLibro, aula virtual y las capacitaciones.
- Egresados: eLibro, consultas virtuales y aula virtual.
- Estudiante: aula virtual, consultas virtuales, eLibro, consultas presenciales y préstamo.

- Investigador: aula virtual y consultas virtuales.
- No Docente: Todos los servicios y la que diferencia del resto son las consultas virtuales.
- Otros: eLibro y aula virtual se destacan.

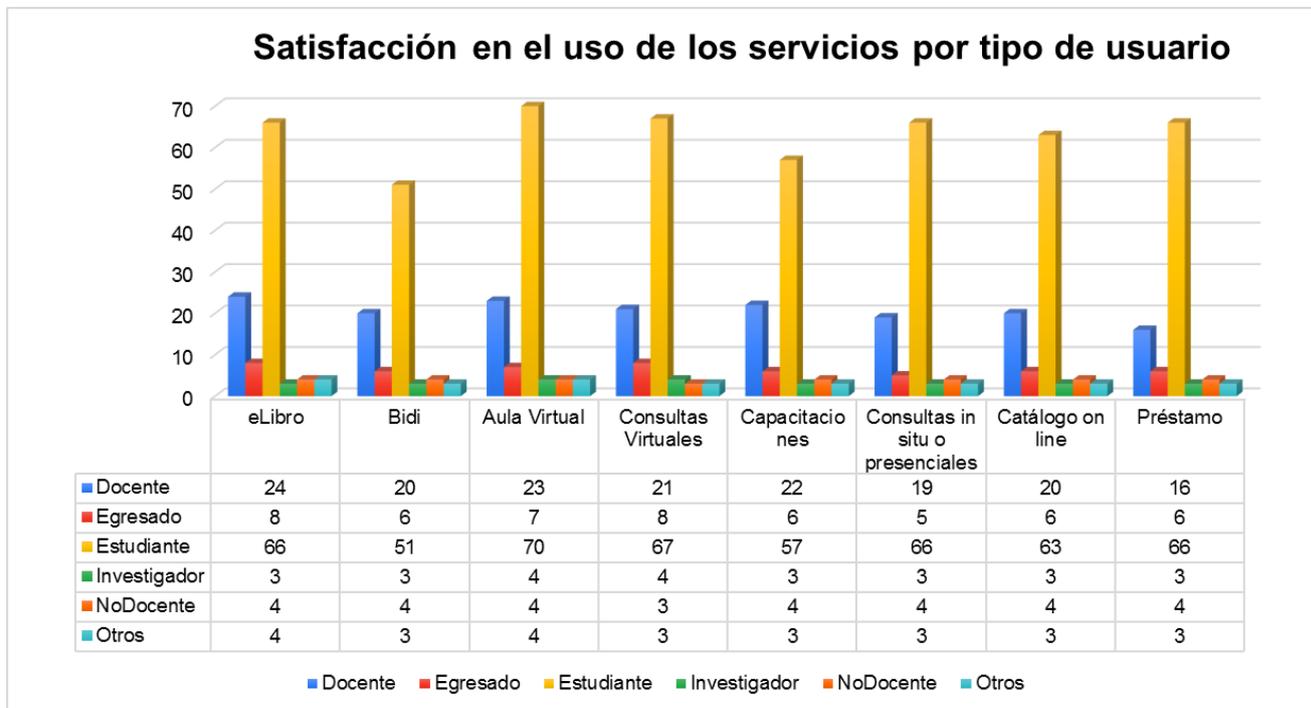


Gráfico N°44. Satisfacción en el uso de servicios por tipo de usuarios.

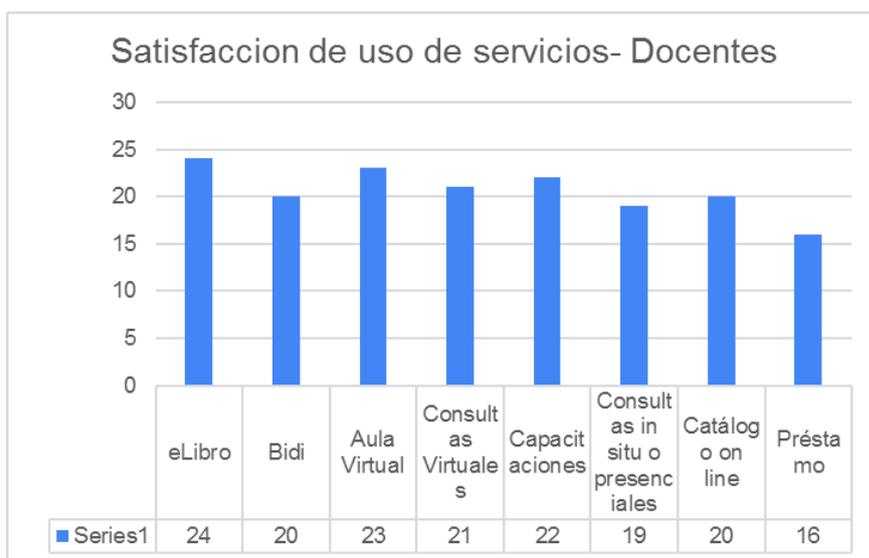
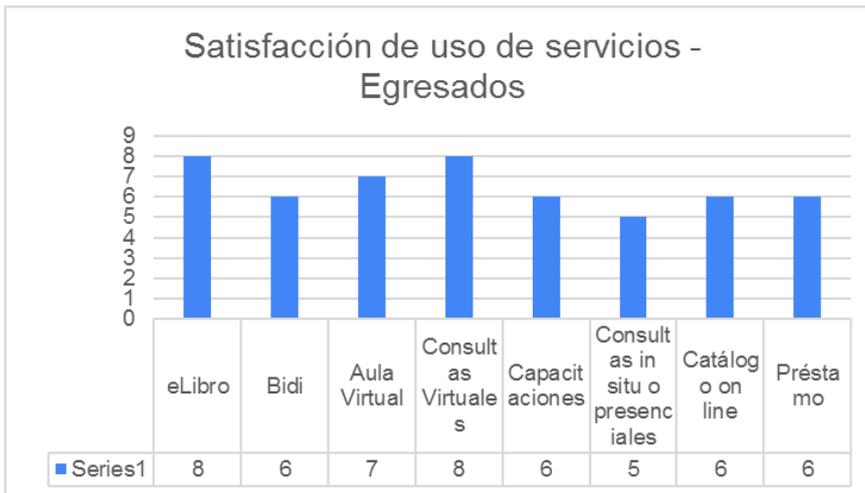
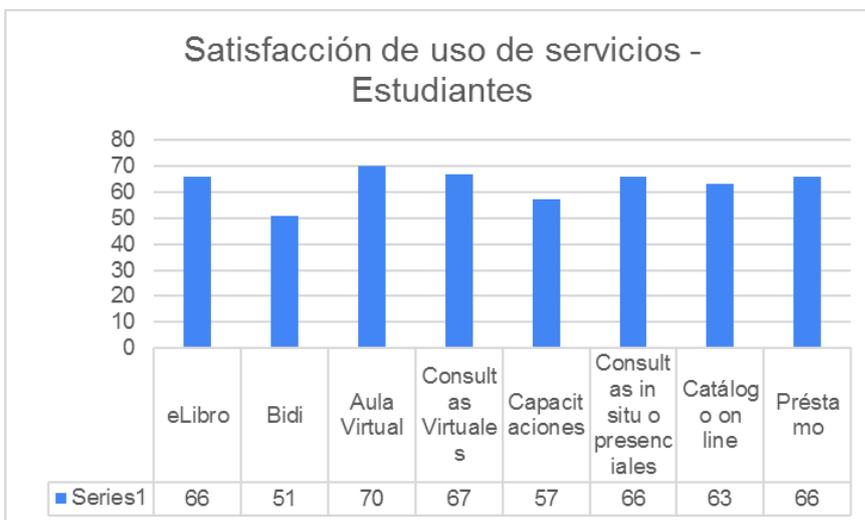


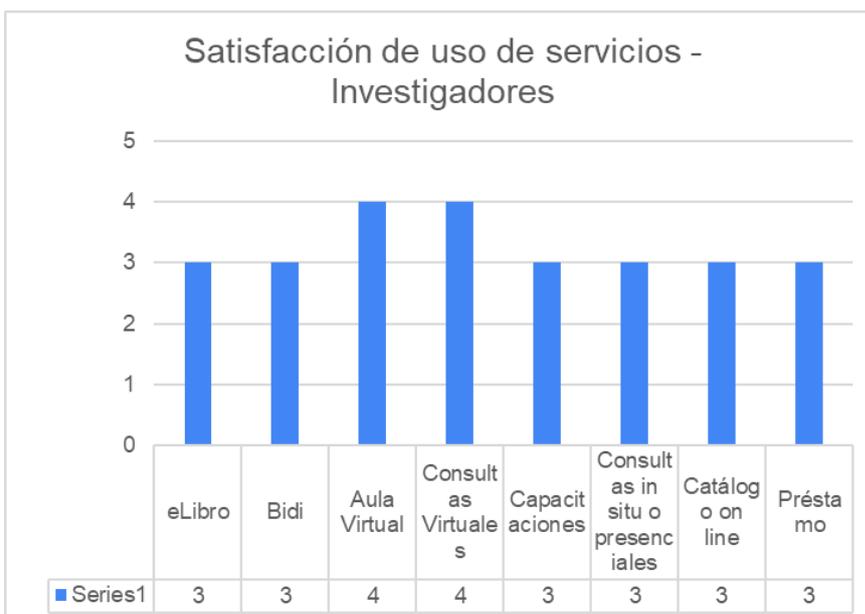
Gráfico N°45. Satisfacción en el uso de servicios - Docentes.



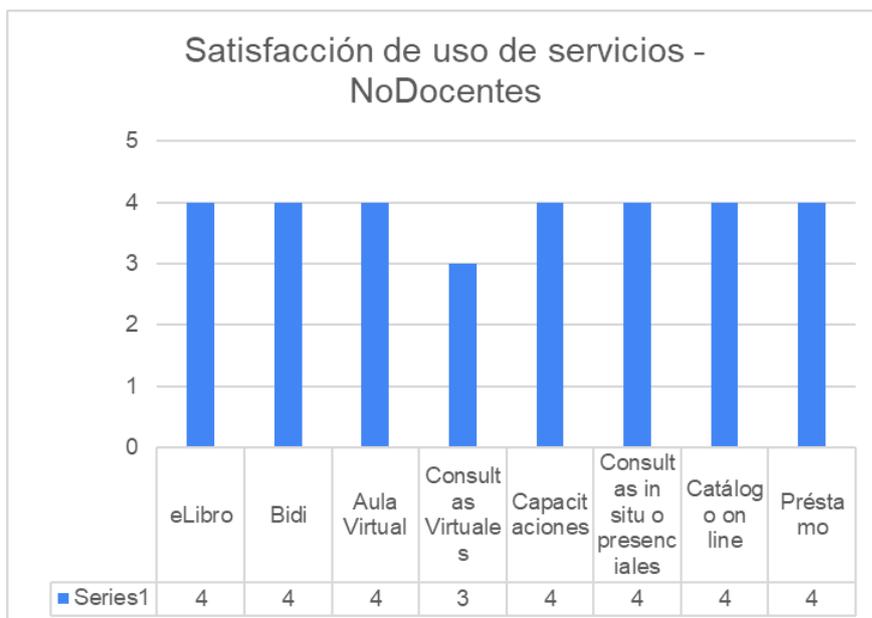
**Gráfico N°46.** Satisfacción en el uso de servicios - Egresados.



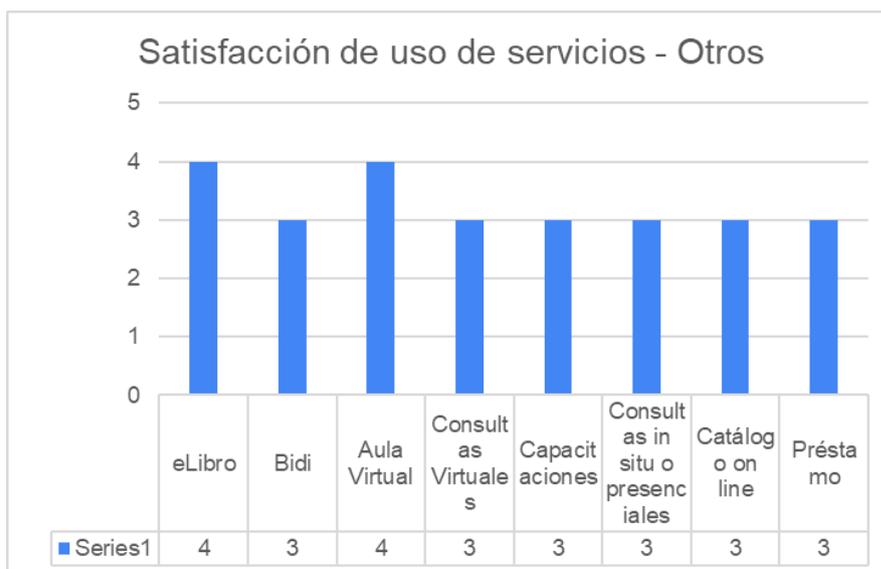
**Gráfico N°47.** Satisfacción en el uso de servicios - Estudiantes.



**Gráfico N°48.** Satisfacción en el uso de servicios - Investigadores.



**Gráfico N°49.** Satisfacción en el uso de servicios – No docentes.



**Gráfico N°50.** Satisfacción en el uso de servicios - Otros.

Para los docentes fueron más satisfactorios el uso de los servicios: eLibro, aula virtual y las capacitaciones. Para los egresados los servicios más satisfactorios fueron eLibro, consultas virtuales y el aula virtual. Para los estudiantes los servicios que quedaron como los más satisfactorios fueron: aula virtual, consultas virtuales, eLibro y consultas presenciales y préstamo. Para los investigadores Aula virtual y consultas virtuales. Los no docentes estuvieron satisfechos con todos los servicios. En “otros” se destacaron eLibro y aula virtual. Aunque se mostraron los más sobresalientes, se pudo concluir que los servicios cumplieron con las necesidades de los usuarios, todos en cada estamento tienen valores de satisfacción altos.

En correspondencia con el cuarto objetivo específico analizado, los encuestados dijeron conocer los servicios que brinda la biblioteca. Generalizando, los servicios que más satisfacen a los usuarios fueron el aula virtual, eLibro y las consultas virtuales.

Además de los servicios recién nombrados, se pudo observar la suma de otras preferencias en los siguientes tipos de usuarios:

- Docentes: capacitaciones.
- Estudiantes: consultas presenciales y préstamo.

Se pudo percibir en general, que la experiencia de los encuestados sobre el uso de los servicios que ofrece la biblioteca fue satisfactoria. Inclusive se manifestaron positivamente en las preguntas abiertas del cuestionario (ver [Anexo V](#)). Se notó que servicios como las capacitaciones o Bidi no fueron utilizados, incluso hubo casos de usuarios que usaron solo servicios básicos como el préstamo, y otros que no conocían la biblioteca ni lo que ella ofrece.

**Objetivo específico número 5: *Analizar si los servicios que ofrece la biblioteca desde los canales de difusión y comunicación son conocidos por sus usuarios y si son utilizados por los mismos.***

A partir de la V4 se pudieron desprender los siguientes datos: si los usuarios usaron los servicios, cuáles fueron, y la frecuencia de uso de los mismos.

El fin de analizar las variables 1, 4 y 8, fue para determinar si la frecuencia con que la biblioteca publicó, tuvo una correlación con la frecuencia de uso de los servicios ofrecidos desde los canales de comunicación.

Las respuestas fueron previamente cuantificadas para lo cual se recuerda las opciones y sus valores en la tabla n°19.

Valores para respuestas de pregunta N° 4	Puntaje	Frecuencia máxima
Muy frecuentemente (semanalmente)	3	198
Frecuentemente (+ de 2 veces al mes)	2	132
Ocasionalmente (+ de 1 vez mes)	1	66
Nunca	0	0

*Tabla N°19. Valores para respuestas de la pregunta N°4 (V4).*

La frecuencia máxima para 66 encuestados se calculó de 198 puntos y una mínima de 0. Se observó que en la encuesta los servicios son conocidos en su gran mayoría, con

una frecuencia que tiende a “+ de 2 veces al mes” en el caso de eLibro, aula virtual, consultas virtuales y catálogo en línea. Y tuvieron una frecuencia cercana a ocasionalmente “+ de 1 vez al mes”: consultas presenciales, préstamo, Bidi y las capacitaciones. Se advierte que no hubo, en el común, un uso semanal de los servicios lo cual se puede deber a que la biblioteca y sus servicios eran muy nuevos y todavía no era conocida por la mayoría de la comunidad donde se encuentra, sumada la pandemia que se estaba atravesando. Los servicios utilizados frecuentemente (más de 2 veces al mes) por los usuarios en general fueron el aula virtual, eLibro, las consultas virtuales y el catálogo en línea, el resto de los servicios se han utilizado de forma ocasional, más de una vez al mes.

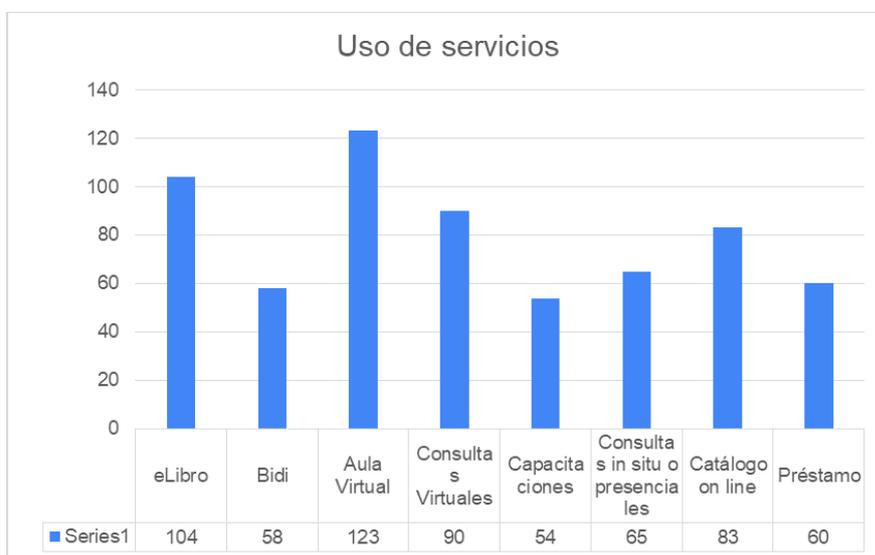


Gráfico N°51. Uso de los servicios.

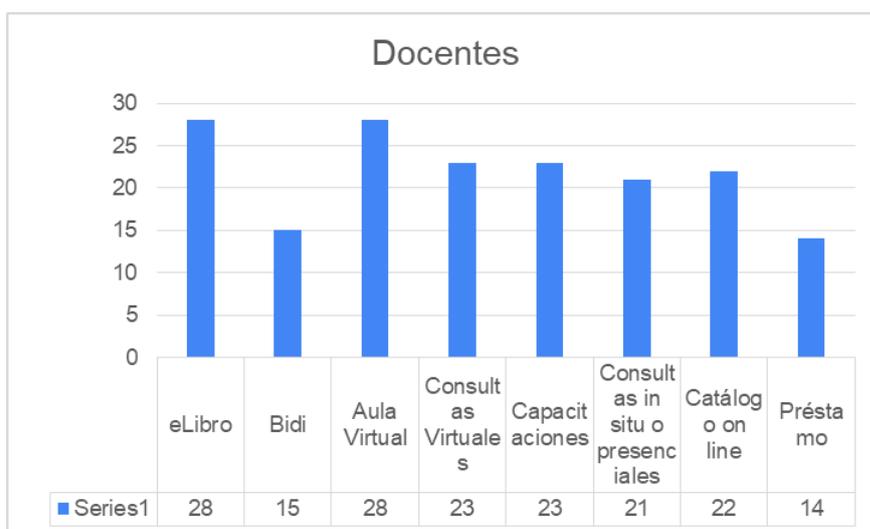
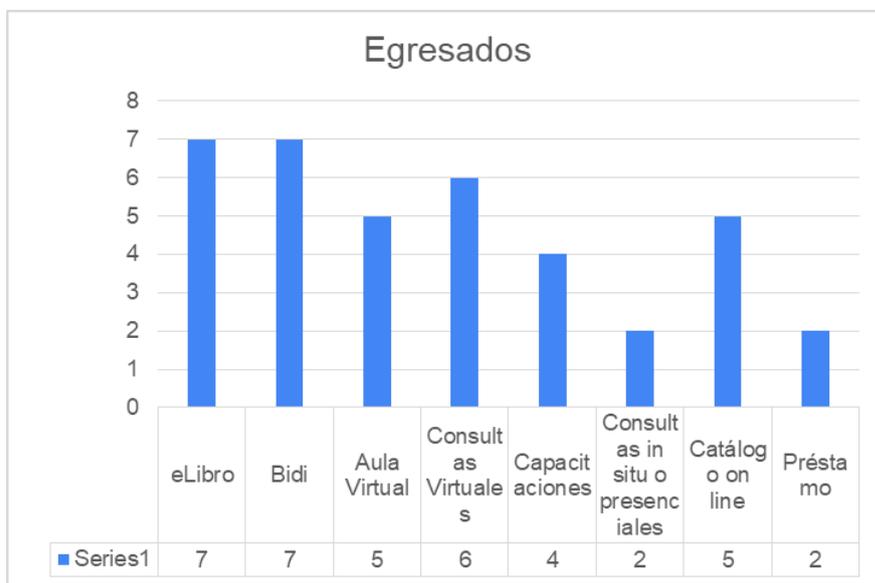


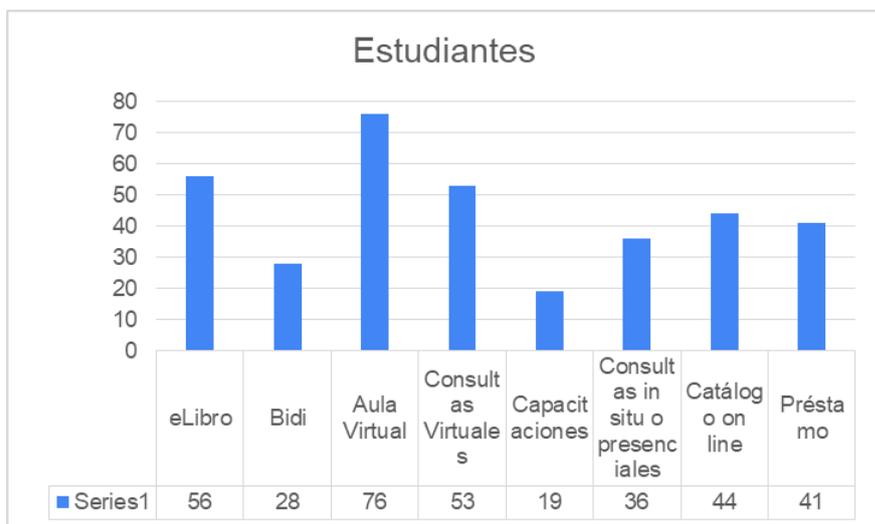
Gráfico N°52. Uso de los servicios-Docentes.

Los docentes encuestados utilizaron ocasionalmente los servicios de préstamo y Bidi, el resto de los servicios promocionados, se utilizaron frecuentemente es decir más de dos veces al mes.



**Gráfico N°53.** *Uso de los servicios-Egresados.*

Los Egresados utilizaron ocasionalmente, en orden decreciente, eLibro, Bidi, las consultas virtuales, aula virtual, catálogo en línea, capacitaciones y con una frecuencia casi nula los préstamos y las consultas presenciales.



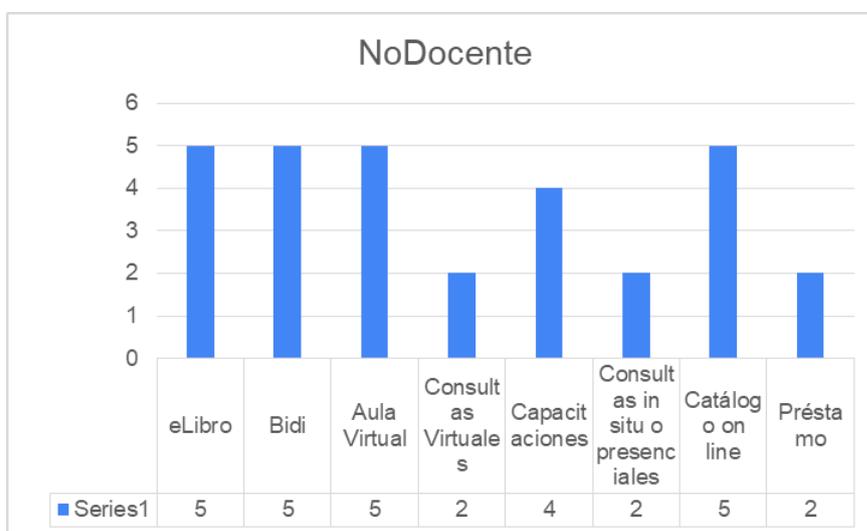
**Gráfico N°54.** *Uso de los servicios-Estudiantes.*

Los estudiantes utilizaron casi frecuentemente el aula virtual, eLibro y consultas virtuales, ocasionalmente los servicios del catálogo en línea, el préstamo y las consultas presenciales. Con menor uso se detectaron los servicios de Bidi y las capacitaciones.



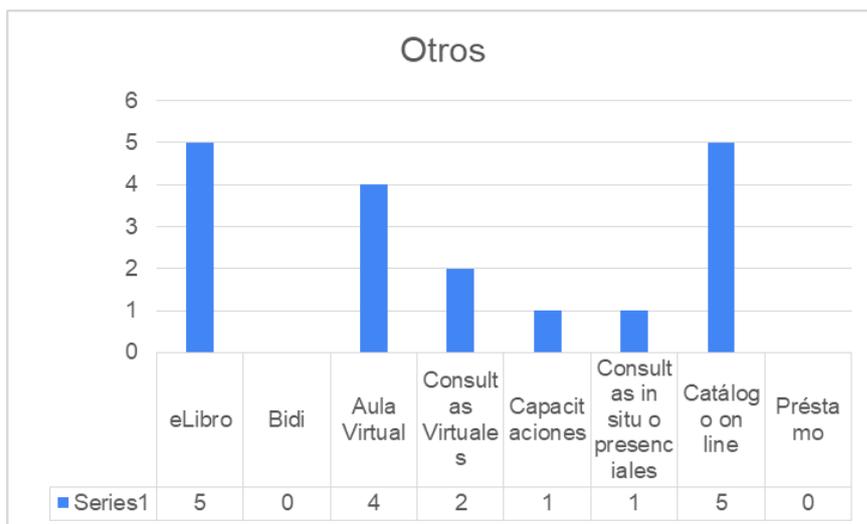
**Gráfico N°55.** *Uso de los servicios-Investigador.*

Los investigadores usaron los servicios del aula virtual y las consultas virtuales en forma frecuente (más de dos veces al mes), los servicios de eLibro, Bidi, las capacitaciones y las consultas presenciales tuvieron un uso ocasional (más de una vez al mes). El servicio menos utilizado, para este grupo, fue el del préstamo.



**Gráfico N°56.** *Uso de los servicios-Nodocentes.*

Los No Docentes usaron ocasionalmente las consultas virtuales, las consultas presenciales y el préstamo. Los servicios promocionados por las vías de comunicación como capacitaciones, catálogo en línea, aula virtual, Bidi y eLibro tuvieron un uso frecuente es decir más de dos veces al mes, casi llegando a ser semanal.



**Gráfico N°57.** *Uso de los servicios-Otros.*

En la categoría “otros” usaron frecuentemente el servicio de eLibro, catálogo en línea y el aula virtual. Ocasionalmente utilizaron las capacitaciones y las consultas presenciales y virtuales. No usaron servicios de Bidi ni el préstamo.

El trabajo de difusión de los servicios que realizó la biblioteca a través de sus vías de comunicación, fue una agenda semanal constante. A continuación, se puede ver en la tabla.

(V8) Publicaciones de los servicios en la biblioteca,semanal.								
Publicaciones de la biblioteca semanal.	eLibro	Bidi	Aula Virtual	Consultas Virtuales	Capacitaciones	Consultas in situ o presenciales	Catálogo on line	Préstamo
Lunes	1	0	1	1	0	1	0	1
Martes	0	1	1	1	0	1	1	1
Miércoles	1	0	1	1	1	0	0	1
Jueves	0	1	1	1	0	1	1	1
Viernes	1	0	1	1	1	1	0	1
Sábado	0	0	0	0	0	0	0	0
Domingo	0	0	0	0	0	0	0	0

**Tabla N°20.** *Publicaciones de los servicios en la biblioteca (V8).*

El índice de correlación de Pearson entre la v8 y la v4 es de 0.397, lo cual indicó que hubo correlación débil y positiva entre las variables, estableciendo que si la difusión a través de las vías de comunicación de la biblioteca (v8) aumenta, el uso de los servicios (V4) también lo hará.

En concordancia con el quinto objetivo específico se recalca que, como ya se mencionó, todos los servicios bibliotecarios parecerían ser conocidos por los usuarios. Según los resultados de la encuesta, los servicios más utilizados con una frecuencia de más de dos veces por semana fueron: eLibro, aula virtual, consultas virtuales y catálogo en línea. Los utilizados de manera ocasional, más de una vez al mes: consultas presenciales, préstamo, Bidi y las capacitaciones. Se advierte que no hubo, en general,

un uso semanal de los servicios lo cual se puede deber a que la biblioteca y sus servicios eran muy nuevos y todavía no eran conocidos por la mayoría de la comunidad donde se encuentra, sumada la pandemia.

Relacionando la frecuencia con la que se publicó en las diferentes redes sociales los días de semana y el uso de los servicios por parte de los encuestados, se puede decir que hubo una correlación positiva baja (muy débil). Esto indicaría que, si la difusión aumenta, el uso de los servicios también lo hará. Mientras el valor se aproxime más a 1, mayor será la correlación positiva, por lo tanto, se podrá fortalecer esta tarea y obtener un crecimiento en ambos sentidos, mayor difusión y más usuarios activos.

**Objetivo específico número 6: *Evaluar si la promoción por las vías de comunicación de los servicios ofrecidos desde la biblioteca a su comunidad fue efectiva.***

A partir de las V5 y V8 se analizó la efectividad de la promoción teniendo en cuenta individualmente a cada canal de comunicación y la frecuencia de publicación de la biblioteca en cada uno de ellos.

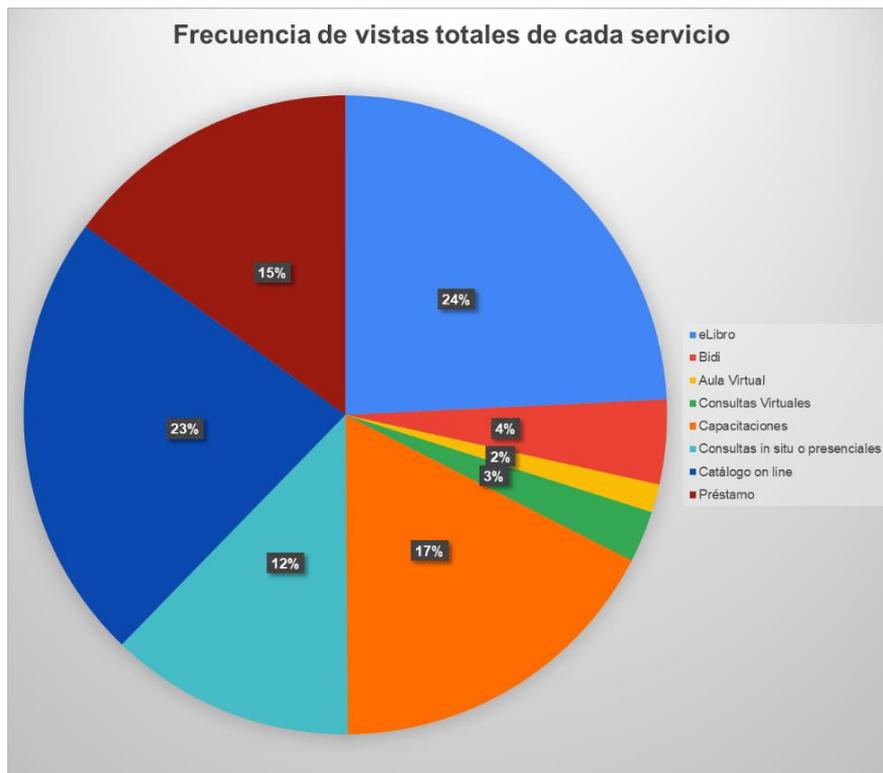
La promoción por las vías de comunicación de los servicios ofrecidos desde la biblioteca a su comunidad fue efectiva. A partir del índice de correlación de Pearson que se aplicó en las dos variables, V8 y V5, se pudo percibir un valor positivo 0.09058125 que indicó que ambas variables fueron en el mismo sentido, muy débil lo cual sugiere mayor trabajo en las mismas. Se observó una relación baja, pero existente, entre la promoción que se hizo por las vías de comunicación de la biblioteca sobre sus servicios y la efectividad que tuvieron las vías de comunicación.

Con estas variables se pudo analizar, a partir de tablas de datos y gráficos, la efectividad de la promoción teniendo en cuenta individualmente a cada canal de comunicación y la frecuencia de publicación de la biblioteca en cada uno de ellos.

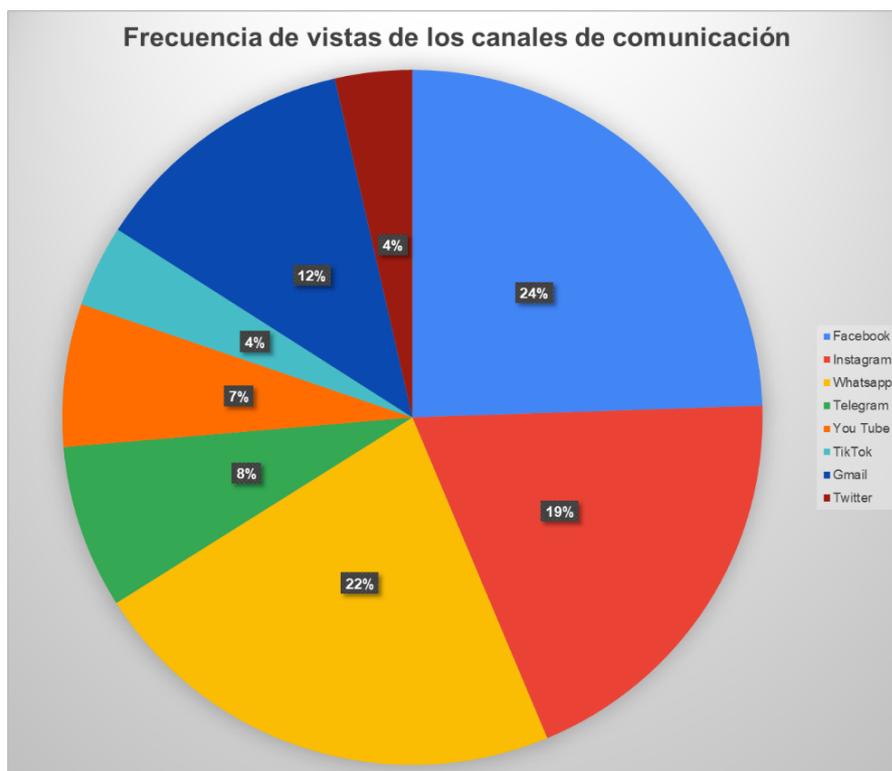


**Gráfico N°58.** Publicaciones de los servicios en 3 semanas de la Biblioteca.

Este gráfico surgió de la frecuencia de publicación de los servicios que la biblioteca ofrece en la semana.



**Gráfico N°59.** Frecuencia de vistas totales de cada servicio.



**Gráfico N°60.** Frecuencia de vistas de los canales de comunicación.

Se debe aclarar que los porcentajes de los gráficos N°59 y N°60, se refieren a vistas de servicios o de canales de comunicación. Esto solo indicó visibilidad de los mismos, pero no aseguró su uso.

En relación con el sexto objetivo específico, se puede concluir que la promoción de los servicios, realizada por la Biblioteca Grierson a través de las vías de comunicación a su comunidad a nivel general fue efectiva. El valor que arroja el índice de Pearson denota una correlación positiva, pero el valor es muy bajo y esto debe aumentar para llegar a más usuarios. Fuera de esto, se debe notar que se encontraron grandes diferencias entre la efectividad de los diferentes medios de comunicación. Se debe contemplar que la biblioteca era muy nueva al momento de la investigación, que a pesar de sus esfuerzos por llegar a la comunidad parecería haber faltado mayor trabajo de difusión para lo cual se hubiesen necesitado recursos humanos que se aboquen a esta tarea.

**Objetivo específico número 7: Analizar la periodicidad del uso de los servicios, promocionados a través de los canales de comunicación.**

Para analizar la periodicidad del uso de los servicios promocionados a través de los canales de comunicación, se recurrió al estudio de la V4 y para una investigación más profunda se sumaron las miradas a través de las V1y V2.

La edad promedio de los 66 encuestados fue de 33 años y la frecuencia total del uso de los servicios fue de 637, cifra que indicó que el conjunto en su mayoría utilizó los servicios de la biblioteca ocasionalmente, es decir más de una vez al mes. La lista de los servicios utilizados en orden decreciente fueron el aula virtual, eLibro, las consultas virtuales, el catálogo en línea, las consultas presenciales, el préstamo, Bidi y finalmente las capacitaciones.

		Docente	Egresado	Estudiante	Investigador	Nodocente	Otro	Total encuestados	x cantidad de servicios
Valores para respuestas de pregunta N° 4	Puntaje/Cantidad	13	5	42	2	2	2	66	*8
Muy frecuentemente (semanalmente)	3	39	15	116	6	6	6	198	1584
Frecuentemente (+ de 2 veces al mes)	2	26	10	84	4	4	4	132	1056
Ocasionalmente (+ de 1 vez mes)	1	13	5	42	2	2	2	66	528
Nunca	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Tabla N°21.** Valores para respuestas de pregunta N°4.

Valores para respuestas de pregunta N° 4	X cantidad de servicios	Docente	Egresado	Estudiante	Investigador	Nodocente	Otro
Muy frecuentemente (semanalmente)	*8	312	120	928	48	48	48
Frecuentemente (+ de 2 veces al mes)		208	80	672	32	32	32
Ocasionalmente (+ de 1 vez mes)		104	40	336	16	16	16
Nunca		0	0	0	0	0	0

**Tabla N°22.** Valores esperados para el total de cada estamento según su frecuencia.

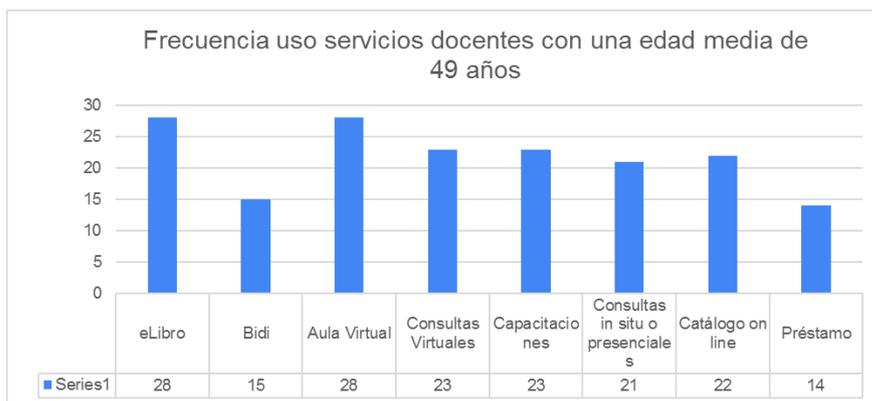
En base a las tablas N°21 y N°22, se pudo analizar el significado del valor encontrado en la frecuencia de cada tipo de usuario y hasta del conjunto de cada estamento y el total de los encuestados.

Cantidades de cada usuario	Usuarios	Uso de servicios promocionados por los canales de comunicación								Frecuencia de uso de los servicios	
		Media/Edad	eLibro	Bidi	Aula Virtual	Consultas Virtuales	Capacitaciones	Consultas in situ o presenciales	Catálogo on line		Préstamo
13	Docentes	49.3077	28	15	28	23	23	21	22	14	174
5	Egresados	37.8	7	7	5	6	4	2	5	2	38
42	Estudiantes	25.619	56	28	76	53	19	36	44	41	353
2	Investigadores	57.5	3	3	5	4	3	3	2	1	24
2	NoDocentes	50.5	5	5	5	2	4	2	5	2	30
2	Otros	31.5	5	0	4	2	1	1	5	0	18
66	Total encuestados	33.1061	104	58	123	90	54	65	83	60	637

**Tabla N°23.** Usuarios, media/edad, uso de servicios promocionados por los canales de comunicación.

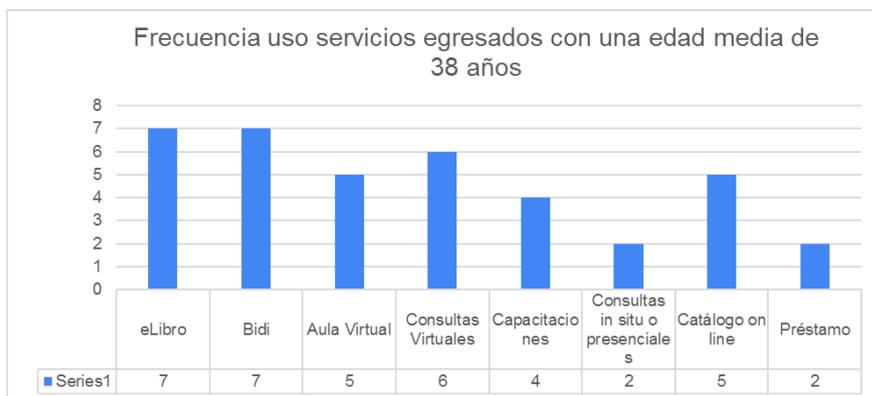
El estudio continuó con la toma de cada conjunto de tipo de usuario y la edad promedio del grupo. A partir de las tablas N°22 y N°23, se concluye que los docentes con una edad media de 49 años usaron los servicios en general, ocasionalmente (más de una vez al mes) y se arrimaron a la franja de frecuentemente (más de dos veces al mes); los egresados con una edad media de 38 años utilizaron casi ocasionalmente los servicios; los estudiantes con una edad media de 26 años utilizaron los servicios ocasionalmente; los investigadores con una edad media de 57 años los utilizaron ocasionalmente; los no docentes con una edad promedio de 50 años usaron frecuentemente los servicios; y "otros" con edad promedio de 31 usaron ocasionalmente los servicios. Los grupos de usuarios que más utilizaron los servicios fueron los docentes y no docentes.

Se prosiguió con la toma de cada tipo de usuario, la edad promedio de cada grupo y la discriminación del uso de cada servicio.



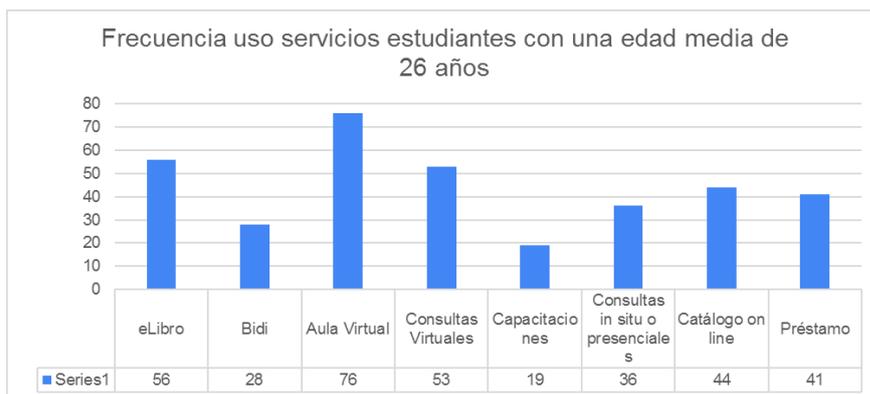
**Gráfico N°61.** Frecuencia uso servicios docentes con una edad media de 49 años.

Los docentes de la EUCS, alcanzaron una frecuencia de más de dos veces al mes en el uso de eLibro, el aula virtual, consultas virtuales, capacitaciones, catálogo en línea, consultas presenciales y ocasionalmente, más de una vez al mes, utilizaron Bidi o el préstamo.



**Gráfico N°62.** Frecuencia uso servicio de egresados con una edad media de 38 años.

Los egresados de la EUCS, alcanzaron una frecuencia ocasional tendiendo a frecuente en el uso de eLibro y Bidi; simplemente aprovecharon ocasionalmente las consultas virtuales, el aula virtual, catálogo en línea y las capacitaciones. Las consultas presenciales y el préstamo obtuvieron una frecuencia casi nula.



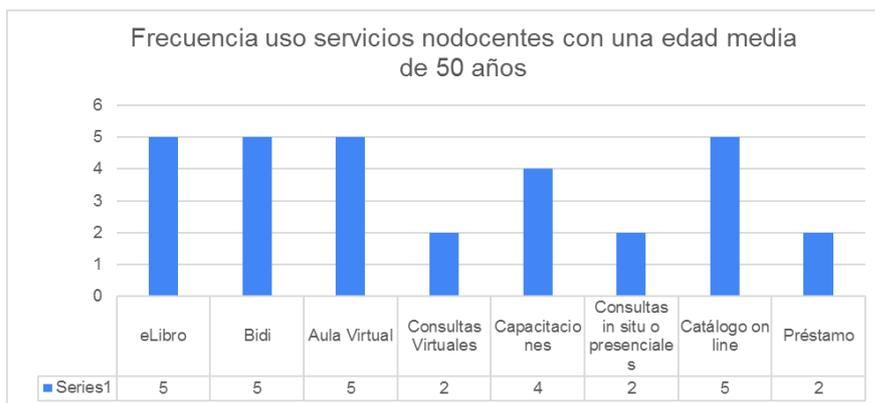
**Gráfico N°63.** Frecuencia uso servicio estudiantes con una edad media de 26 años.

Los estudiantes de la EUCS, alcanzaron una frecuencia ocasional tendiendo a frecuente en el uso del aula virtual y de eLibro; hubo un uso ocasional de las consultas virtuales, catálogo en línea, préstamo, consultas presenciales; con menos de una vez al mes usaron Bidi y las capacitaciones.



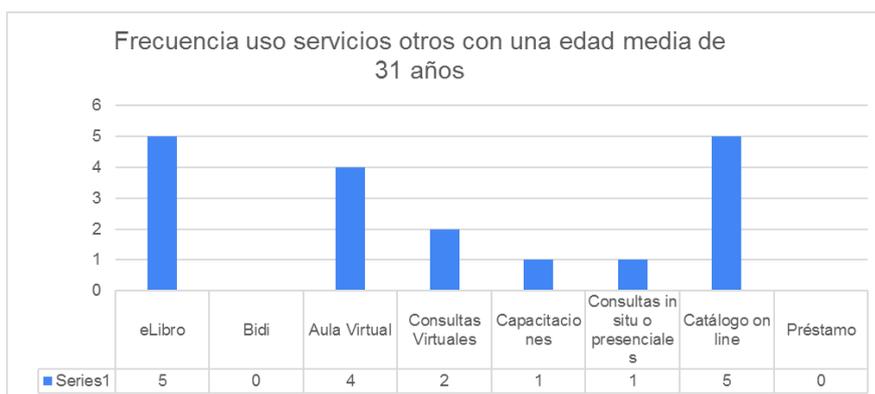
**Gráfico N°64.** Frecuencia uso servicios investigadores con una edad media de 57 años.

Los investigadores de la EUCS, consiguieron un uso frecuente tendiendo a muy frecuente en el uso del aula virtual; uso frecuente de las consultas virtuales; uso ocasional tendiendo a frecuente de eLibro, Bidi, consultas presenciales, las capacitaciones, catálogo en línea; con menos de una vez al mes usaron el préstamo.



**Gráfico N°65.** Frecuencia uso servicio Nodocentes con una edad media de 50 años.

Los no docentes de la EUCS, consiguieron un uso frecuente tendiendo a muy frecuente del aula virtual, de eLibro, Bidi y catálogo en línea; uso frecuente de las capacitaciones; uso ocasional de consultas presenciales, las consultas virtuales y el préstamo.



**Gráfico N°66.** Frecuencia uso servicio otros con una edad media de 49 años.

El grupo “otros”, reveló un uso frecuente tendiendo a muy frecuente en el uso de eLibro y el catálogo en línea; uso frecuente del aula virtual; uso ocasional de las consultas virtuales; uso ocasional tendiendo a nunca de capacitaciones y consultas presenciales; nunca usó Bidi ni el préstamo.

Según los resultados observados, la lista de los servicios utilizados en orden decreciente quedó: el aula virtual, eLibro, las consultas virtuales, el catálogo en línea, las consultas presenciales, el préstamo, Bidi y finalmente las capacitaciones. Los docentes usaron en general los servicios una a dos veces por mes (entre las respuestas *ocasionalmente* y *frecuentemente*). Los no docentes emplearon frecuentemente los servicios, es decir,

más de dos veces al mes. El resto de los usuarios manejaron los servicios ocasionalmente, más de una vez al mes.

Basado en el análisis, se puede concluir con respecto al séptimo objetivo específico analizado, que para el total de los encuestados la mayoría utilizó los servicios de la biblioteca ocasionalmente, lo que aquí representa más de una vez al mes.

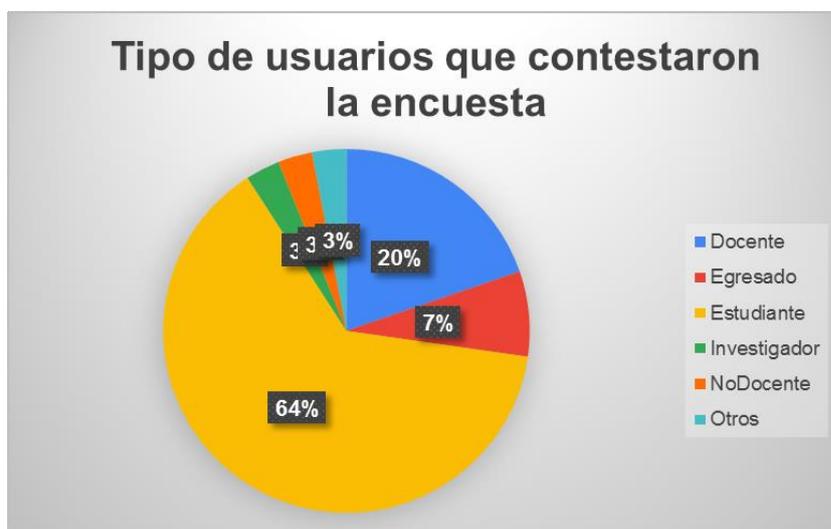
### Resultados complementarios

A partir de los datos que se recolectaron para analizar los diferentes objetivos de esta investigación, se han podido esbozar análisis preliminares sobre otras cuestiones, que podrían ameritar futuras investigaciones con mayores detalles. Como complemento al análisis de los objetivos propios de la investigación se incluyen a continuación análisis complementarios sobre estas cuestiones.

#### **Análisis complementario número 1: Tipo de usuarios que contestaron el cuestionario, de qué edades y desde dónde lo hicieron.**

Utilizando los datos obtenidos de las V1, V2 y V9 se observó:

Los tipos de usuarios que contestaron la encuesta fueron los considerados para cada estamento. 42 estudiantes con una edad promedio de 24 años, 13 docentes con edad promedio de 48 años, 2 no docentes con una edad promedio de 41 años, 5 egresados con edad promedio de 31 años, 2 "otros" con una edad promedio de 32 años y finalmente, 2 investigadores con una edad promedio de 57 años. La edad promedio de todos los encuestados: 66 personas fue de 33 años y una mediana de 30 años.



**Gráfico N°67.** Tipo de usuarios que contestaron la encuesta.

Usuarios	Contestaron	Edad Promedio
Docente	13	49.3076923
Egresado	5	37.8
Estudiante	42	25.6190476
Investigador	2	57.5
NoDocente	2	50.5
Otros	2	31.5

**Tabla N°24.** Tipo de usuarios que contestaron y edad promedio de cada uno.

De los usuarios que contestaron:

- 33% vive en Capital de San Juan: 6 docentes, 2 egresados, 12 estudiantes, 1 investigador y 1 del estamento "otros".
- 18% vive en Rivadavia: 5 docentes, 2 egresados, 3 estudiantes, 1 investigador y 1 no docente.
- 14% vive en Rawson: 1 docente, 7 estudiantes, 1 del estamento "otros".
- 9% vive en Santa Lucía: 6 estudiantes.
- 8% vive en Albardón: 1 docente, 4 estudiantes.
- 6% viven en Pocito: 3 estudiantes, 1 no docente.
- 6% viven en Chimbass: 4 estudiantes.
- 3% vive en Caucete: 2 estudiantes.
- 2% vive en 9 de Julio: 1 estudiante.
- 1% en Jáchal: 1 egresado.

Del primer análisis complementario se desprendieron datos sobre los usuarios importantes para el estudio. Tipo de usuario, edad y la ubicación geográfica donde reside.

Los tipos de usuarios que contestaron la encuesta fueron: 42 estudiantes con una edad promedio de 24 años, 13 docentes con edad promedio de 48 años, 2 no docentes con una edad promedio de 41 años, 5 egresados con edad promedio de 31 años, 2 encuestados del tipo "otros" (tipo de usuario) con una edad promedio de 32 años y finalmente 2 investigadores con una edad promedio de 57 años. La edad promedio de la encuesta en la que participaron 66 personas, fue de 33 años y una mediana de 30 años.

El rango de edades de los encuestados según su estamento osciló entre:

- docentes 40 a 55
- egresados 25 a 54
- estudiantes 18 a 42

- investigadores 54 a 61
- no docentes 42 a 59
- otros de 28 a 35

5 usuarios representaron el 8% de los encuestados que viven en Albardón, departamento donde se ubica la EUCS.

4 usuarios representaron el 6% viven en Chimbass que queda a 5.8 km de Albardón y un viaje estimado de 11 minutos en vehículo propio hasta donde está la EUCS.

22 de los encuestados representaron el 33% que viven en Capital de San Juan, que se encuentra a 12 Km de Albardón y tienen un viaje estimado en vehículo propio de 14 minutos.

6 encuestados representaron el 9%, viven en Santa Lucia, encontrándose a 12,1 km de la EUCS y tienen un viaje de 15 minutos aproximadamente en vehículo propio.

12 encuestados representaron el 18%, viven en Rivadavia a 15.8 km de Albardón y demoran en llegar 20 minutos en vehículo propio.

1 encuestado representó el 1,5% que vive en 9 de julio, está a 30 km de Albardón y su demora en llegar es cerca de 27 minutos en vehículo propio.

4 encuestados representaron el 6% que viven en Pocito a 32 Km de Albardón y con un tiempo de viaje alrededor de 30 minutos en vehículo propio.

9 encuestados representaron el 14% que viven en Rawson a 36,4 Km de Albardón con un recorrido de 36 minutos en vehículo propio.

2 encuestados representaron el 3% que viven en Caucete que queda a 37,5 km de Albardón con una demora de 34 minutos en vehículo propio.

Un encuestado representó el 1,5% que vive en Jáchal, a 128 Km de Albardón y se tarda 2 horas de viaje en vehículo propio.

En la encuesta se dejó la oportunidad a los participantes, que comentaran el tiempo que demoran en el viaje hasta la EUCS. Las respuestas triplicaron y más, los tiempos estimados por la aplicación de Google Maps.

Algunas de las respuestas:

- Me demoro en llegar entre 1hs y 1;30hs, todo depende qué lleno vaya el colectivo (Santa Lucía)
- 1 :30hs (Capital)

- 1:30hs aproximadamente (Santa Lucía)
- 2hs (Pocito)
- 2 horas (de Rivadavia)
- 45minutos (de Rawson)

En la siguiente tabla comparativa se puede observar la diferencia entre viajar en vehículo particular o en colectivo. El tiempo estimado de viaje en la aplicación varía según semáforos y si la ruta está en condiciones o no, por lo tanto, se puede esperar que hasta se dupliquen los valores. El colectivo, sin embargo, va haciendo paradas en el transcurso del viaje y al no ser tan frecuentes van muy llenos, sumado a que su carga depende de si el horario es cuando hay mucho movimiento escolar o no.

Departamento de origen	Hora de viaje estimado en vehículo particular hasta Albardón	Hora de viaje estimado en colectivo hasta Albardón
Capital	14 minutos	90 minutos
Santa Lucía	15 minutos	90 minutos
Rivadavia	20 minutos	120 minutos
Rawson	36 minutos	45 minutos
Pocito	30 minutos	120 minutos

**Tabla N°25.** Tabla comparativa del recorrido de los distintos departamentos a Albardón, en vehículo propio o en colectivo.

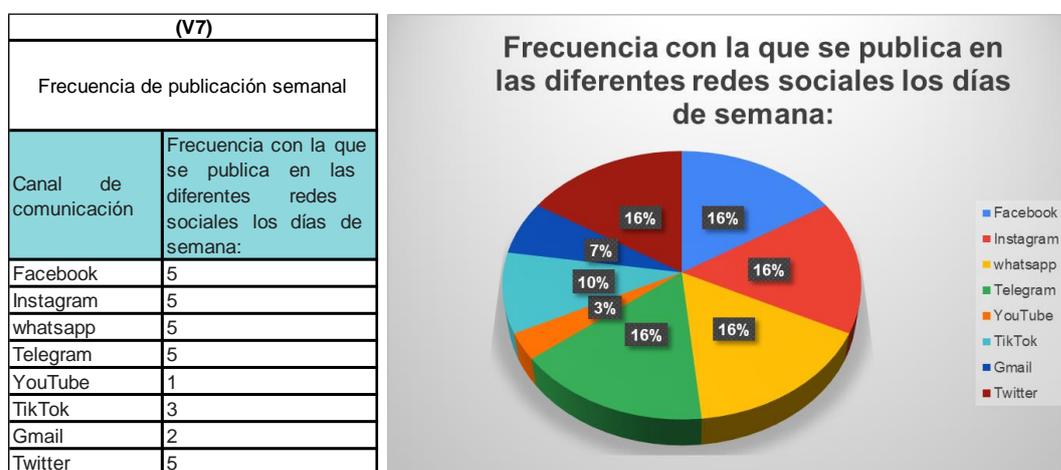
Las concentraciones de usuarios según su ubicación de residencia más elevadas de los encuestados arrojaron los siguientes datos:

- el 33% de los usuarios se concentran en Capital de San Juan a una distancia de 14 km de Albardón, los 22 usuarios están conformados por 6 docentes, 2 egresados, 12 estudiantes, 1 investigador más 1 "otros".
- el 18% de los usuarios de la encuesta son de Rivadavia a una distancia 18 km de Albardón que están conformados por 5 docentes, 2 egresados, 3 estudiantes, 1 investigador más 1 Nodocente.
- y el 14% de usuarios residen en Rawson a una distancia de 38 km de Albardón conformados por: 1 docente, 7 estudiantes más 1 "otros".

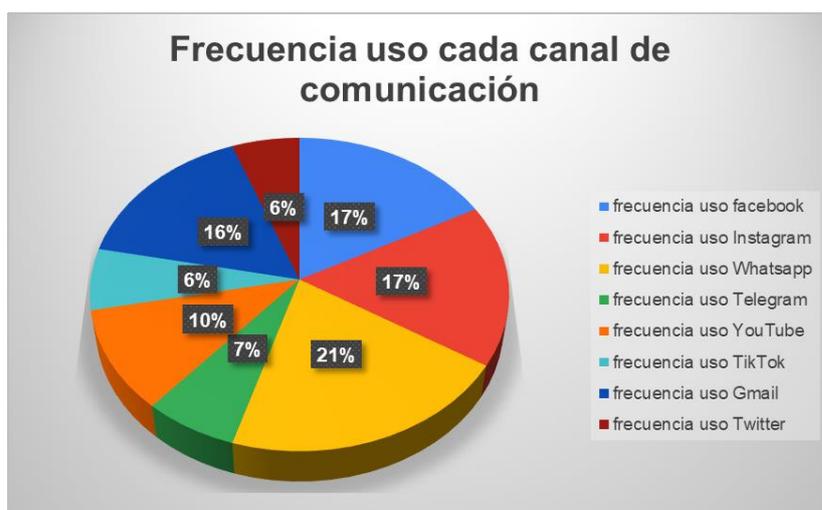
Según las estadísticas de las redes (herramienta de Facebook e Instagram), los usuarios se concentran en Capital de San Juan, Rivadavia y Chimbab. Esto respalda los datos arrojados por la encuesta.

**Análisis complementario número 2: Qué frecuencia de publicación tienen los canales de comunicación de la biblioteca y cómo responden los usuarios en consecuencia.**

A partir de la observación de las V7 y V3 parecería ser que hubo relación entre la frecuencia de publicación en los canales de comunicación de la biblioteca, dato tomado de la observación directa, y el uso de los mismos por parte de los usuarios, datos tomados del cuestionario.



**Tabla N°26 y Gráfico N°68.** Frecuencia con la que se publica en las diferentes redes sociales los días de semana.



**Gráfico N°69.** Frecuencia uso cada canal de comunicación.

Se podría considerar una mínima relación entre la *frecuencia de publicación que tiene la biblioteca en cada canal de comunicación* y la *frecuencia de uso de cada canal de comunicación que ofrece la biblioteca*. El coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.1488886. Este valor positivo indicaría que las dos variables se movieron en la misma dirección. Se podría pensar por un lado como dato alentador, debido a que indicaría una dirección positiva de trabajo. Y por otro lado no debería desestimarse que el valor fue bajo, para lo cual debe estudiarse la estrategia a seguir para aumentarlo.

El trabajo interno de la biblioteca con respecto a la comunicación, debería reforzarse para llegar a más usuarios.

## Conclusiones

Inicialmente se observó en el presente trabajo la correlación entre el uso de los servicios ofrecidos por la Biblioteca Grierson y su difusión a través de los diferentes canales de comunicación utilizados por la misma. Según el resultado obtenido de la correlación de Pearson se puede decir que el valor 0.87 se acerca a 1 lo que indica una correlación positiva, por lo tanto, los valores de ambas variables tienden a incrementarse juntos, con lo que la difusión de los servicios de manera general habría resultado eficiente. La frecuencia de uso de las vías de comunicación fue en la misma dirección que la frecuencia de uso de los servicios y al aumentar una la otra también lo hizo. Se considera exitosa porque gran parte de los usuarios encuestados de la biblioteca pudieron llegar a través de las vías de comunicación a usar los servicios que la misma ofrecía.

Gracias a la gran difusión que se dio, los usuarios encuestados utilizaron alguno de los recursos por lo menos una vez al mes. Entre los recursos más destacados se pudieron encontrar el aula virtual, eLibro, consultas virtuales y catálogo en línea, encontrándose igualmente algunas diferencias en el uso de cada uno, según las diferentes tipologías de usuarios. Por ejemplo, el tipo de usuario estudiante mostró un mayor uso del servicio de préstamo a domicilio. Se puede observar que la utilización de los recursos más usados estuvo vinculada con su difusión a través de las redes: Facebook, Instagram y la comunicación a través de WhatsApp.

El abanico de canales de comunicación implementados en la Biblioteca Grierson, mostró que no todos tuvieron los mismos resultados. Los más frecuentados fueron WhatsApp, Facebook e Instagram. Como dato curioso, el correo electrónico no quedó rankeado entre los primeros: cuando se considera una vía tradicional se prefirieron canales de comunicación de respuesta instantánea. Cabe destacar que en el análisis se vio reflejada una baja frecuencia de uso de las vías Twitter, TikTok y Telegram, lo cual puede ser un fundamento para que la Biblioteca Grierson, particularmente, deje de implementarlas.

Tras realizar la investigación se podrían hacer recomendaciones para unidades de información que estén en el proceso de implementar nuevas vías de comunicación con sus usuarios. En primer lugar, la efectividad dispar de las diferentes vías de comunicación que se analizaron en el estudio demuestra que no sería necesario para una biblioteca abrir tantas vías como se estudiaron en este caso. Si es posible, debería hacerse un plan estratégico para el desarrollo de las mismas. Una adecuada

comunicación es un aspecto clave para que los servicios sean utilizados asiduamente, pero además con más eficiencia.

El Covid-19 presentó un marco ideal para la implementación de nuevos servicios y canales de comunicación menos regidos por la presencialidad, pero cabe destacar que la pandemia parece haber tan solo reforzado y puesto en evidencia tendencias que ya existían en la profesión. Por esta razón, resultó especialmente valioso realizar un estudio sobre la gran diversidad de canales de comunicación que fueron implementados por la Biblioteca Grierson durante la emergencia sanitaria. Conocer la eficacia de la difusión de los servicios bibliotecarios a través de estos canales permite aprovechar los nuevos escenarios marcados por el conflicto para dar potencia a aquellas técnicas empleadas en las bibliotecas universitarias híbridas.

## Bibliografía:

- Alonso Arévalo, J., Cordón García, J. A., Gómez Díaz, R. y García-Delgado Giménez, B. (2015). Uso y aplicación de herramientas 2.0 en los servicios, producción, organización y difusión de la información en la biblioteca universitaria. *Investigación Bibliotecológica*, 28(64), 51–74.  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v28n64/v28n64a4.pdf>
- Arroyo-Vázquez, N. y Gómez-Hernández, J.-A. (2020). La biblioteca integrada en la enseñanza universitaria online: situación en España. *Profesional De La Información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.04>
- Bell, S. y Shank, J. (2004). El bibliotecario mixto: un plan para redefinir la función de enseñanza y aprendizaje de los bibliotecarios académicos. *Noticias de bibliotecas universitarias y de investigación*, 65(7), pp. 372–375.  
<https://doi.org/10.5860/crln.65.7.7297>
- Bustamante Rodríguez, A. T. (2016). Decálogo para el buen uso de las RRSS en Bibliotecas. Subgrupo de Decálogo para el buen uso de las RRSS en Bibliotecas. *Boletín De La Asociación Andaluza De Bibliotecarios*, (112), pp. 109–123. <file:///D:/Tesis%202021%20LICAD/Bibliotecas-Bolet%C3%ADn-112%20-%20109-123%20bustamante%20decalogo.pdf>
- Caridad-Sebastián, M., y Martínez-Cardama, S. (2013). El bibliotecario integrado en el aprendizaje universitario. *Profesional De La Información*, 22(2), 149–154. <https://doi.org/10.3145/epi.2013.mar.09>
- Carvajal Cantero, M.; González Parra, I.; Lara Díaz, I.; Moyar Godino, L.; Ruiz Fernández, M.; Yuste Álvarez, J. (2016) Biblioteca Universitaria de Huelva. “Marketing bibliotecario: 10 campañas exitosas de la Biblioteca Universitaria de Huelva en los medios sociales”. *Boletín de la Asociación Andaluza de bibliotecarios*, (111), 147–159. <https://docplayer.es/39542543-Marketing-bibliotecario-10-campanas-exitosas-de-la-biblioteca-universitaria-de-huelva-en-los-medios-sociales.html>
- ComunidadBaratz (21 de mayo de 2020). *Las distintas clasificaciones y tipologías de bibliotecas según UNESCO, INE, IFLA y ALA*. Comunidad Baratz. Recuperado el 5 de marzo de 2022 de <https://www.comunidadbaratz.com/blog/las-distintas-clasificaciones-y-tipologias-de-bibliotecas-segun-unesco-ine-ifla-y-ala/>
- Consulting Informático (29 de junio 2015). Las 4 tecnologías que están impulsando la innovación de los negocios (SMAC). *CIC*. <https://www.cic.es/smac-tecnologias/>

- Corporate (6 de febrero 2017). ¿Qué son las tecnologías SMAC (Social, Mobile, Analytics–Big Data y Cloud Computing)? *amger.pro*. <https://amgerpro.com/tecnologias-smac-social-mobile-analytics-big-data-y-cloud-computing/>
- Dans, E. (12 de abril 2020). La enseñanza online ya no es una opción. *Enrique Dans*. <https://www.enriquedans.com/2020/04/la-ensenanza-online-ya-no-es-una-opcion.html>
- Duart, J., y Sangrá, A. (2000). Aprender en la virtualidad. Barcelona: Gedisa.
- Escudero Nahón, A. (2018). Redefinición del “aprendizaje en red” en la cuarta revolución industrial. *Apertura*, 10(1), 149–163. <http://dx.doi.org/10.32870/Ap.v10n1.1140>
- García Reche, G. (2016). ¿Por qué las redes sociales y los mecanismos de comunicación online en la biblioteca universitaria?. *Boletín de la Asociación Andaluza de bibliotecarios*, 31(111), 179–187. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5907069>
- Gualotuño Valencia, M. F. (2020). Educación virtual: una respuesta al Covid–19. En S. Respreto Respreto...[et al.](Comp.), *Educación, sociedad y empresa en tiempos del Covid–19* (pp. 87–98). RAIDHSE. [https://www.researchgate.net/profile/Stella-Vallejo-Trujillo/publication/351528112\\_Educacion\\_Sociedad\\_y\\_Empresa/links/609c328e299bf1259ecd8607/Educacion-Sociedad-y-Empresa.pdf#page=87](https://www.researchgate.net/profile/Stella-Vallejo-Trujillo/publication/351528112_Educacion_Sociedad_y_Empresa/links/609c328e299bf1259ecd8607/Educacion-Sociedad-y-Empresa.pdf#page=87)
- Gutiérrez, F. (20 de abril 2016). Habilidades que necesita un bibliotecario para gestionar redes sociales. *Infotecarios*. <https://www.infotecarios.com/habilidades-que-necesita-un-bibliotecario-para-gestionar-redes-sociales/#.YKwdnrdKi00>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). México D.F.: McGraw–Hill.
- Marquina, J. (3 de mayo 2016). Cómo sacarle partido a las redes sociales de la biblioteca sin ser un experto. *Julián Marquina*. <https://www.julianmarquina.es/como-sacarle-partido-a-las-redes-sociales-de-la-biblioteca-sin-ser-un-experto/>
- Martín–Gavilán, C. (2008). *Temas de Biblioteconomía: Bibliotecas universitarias: concepto y función. Los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)*. <http://eprints.rclis.org/14816/1/crai.pdf>
- Ordenanza N° 1 de 2011 [Asamblea Universitaria en el Estatuto Universitario de la UNSJ]. Estatuto Universitario Universidad Nacional de San Juan. Norma

Principal. 16 de diciembre de 2011. Asamblea Universitaria de esta Casa de Altos Estudios.

- Pineda, J. [juan pineda]. (14 de julio de 2021). *Conversatorio. Bibliotecas Híbridas: retos y perspectivas ante la nueva normalidad* [Video]. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=N2ZTIUWtu1Q&t=2s>
- Pineda, J. [juan pineda]. (4 de agosto de 2021). *¿Cuál es el impacto de las distintas RRSS en los centros de información?* [Video]. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=LJolrB1MFik>
- Pisté, S. & Marzal, M.A. (2018). Bibliotecas universitarias y educación digital abierta: un espacio para el desarrollo de instrumentos de implementación en web y de competencias en información e indicadores para su evaluación. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 41(3), pp. 277–288. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v41n3a06>
- Sánchez Suárez, J. A. (2008). *Las bibliotecas universitarias en un entorno de enseñanza virtual* [Ponencia]. 11es Jornades Catalanes d'Informació i Documentació. [http://eprints.rclis.org/14548/1/Las\\_bibliotecas\\_universitarias\\_en\\_un\\_entorno\\_de\\_ense%C3%B1anza\\_virtual.pdf](http://eprints.rclis.org/14548/1/Las_bibliotecas_universitarias_en_un_entorno_de_ense%C3%B1anza_virtual.pdf)
- Subieta, B. D. y Amador, M. B. (2019). La apropiación de la educación virtual por parte de los colectivos sociales: las nuevas relaciones entre la tecnología, el conocimiento, y lo social. *Revista Brasileira de Educação do Campo*, 4(e6908). <http://dx.doi.org/10.20873/uft.rbec.v4e6908>
- TUsecretariaUBA. (26 de junio de 2015). Término “Nodocente”, palabras de Jorge Anró en la Sesión de Consejo Superior del 24 de junio de 2015: “Quería agradecerle [Imágenes adjuntas] [Publicación]. Facebook. <https://m.facebook.com/613878655349129/posts/996215227115468/>
- Universo abierto (28 de enero 2020). Industria 4.0 y espacios creativos. *Universo abierto*. <https://universoabierto.org/2020/01/28/industria-4-0-y-espacios-creativos/>
- Volder, C. De (8 de marzo 2016). Cómo usan Facebook las bibliotecas universitarias argentinas. *Infotecarios*. <http://www.infotecarios.com/como-usan-facebook-las-bibliotecas-universitarias-argentinas/>

## Anexos

## Anexo I

### Glosario

En este anexo se agregan conceptos y citas referidos a términos relacionados con la investigación que son importantes para entender cómo fue el accionar de la biblioteca durante la pandemia. A su vez se plantean aclaraciones necesarias en el entendimiento de la investigación.

#### TIC

Desde España, Alonso Arévalo (2015) establece que en las bibliotecas españolas:

Las TIC han fortalecido y favorecido la capacidad de proporcionar servicios bibliotecarios en términos de calidad y capacidad para llegar a más personas. La Web es un medio cada vez más participativo, donde la gente ya no sólo quiere consultar, sino además quiere opinar, comunicarse y crear. (p. 54)

Insinúa que el usuario ha adquirido capacidades y destrezas tecnológicas, haciéndolo participativo. Sugiere trabajar en una “identidad digital” a través de las redes sociales y todas aquellas herramientas que nos ofrece la tecnología y virtualidad, para recopilar, organizar y generar nueva información.

En América Latina Subieta y Amador (2019), establecen que las Tic tienen un papel mediador “en el campo educativo, la enseñanza, el aprendizaje y la gestión del conocimiento.” (p. 4). “Las sociedades del conocimiento, determinadas por el acceso a la información, el avance y el uso cotidiano de las tecnologías, son cada vez más colaborativas y su organización cada vez más basada en las dinámicas de interacción en red.” (p. 5)

Afirman que no existen barreras para llegar a la información, por lo cual las personas necesitan mejorar habilidades capaces de gestionarla.

El uso de las TIC aplicadas a la educación virtual obliga a migrar de una educación transmisionista a una orientadora, mediadora, que requiere competencias virtuales. (*Ibid.*)

#### Educación virtual

Para los autores españoles, Duart y Sangrá (2000), “la educación virtual es el espacio asincrónico en el que se produce, de forma real, el proceso de aprendizaje gracias a las tecnologías de la comunicación y la información”. Empleando las palabras de estos autores, *e-learning* es una modalidad formativa enmarcada dentro de la educación a

distancia como recurso para superar las distancias, se basa en la conexión a internet y la interacción de estudiantes y profesores en un espacio virtual, en definitiva, opinan que es un proceso de enseñanza y aprendizaje mediado por la tecnología que puede darse de forma sincrónica o asincrónica.

Siguiendo una línea de investigaciones exploratorias cualitativas, la mexicana Pisté Beltrán y el español Marzal García–Quismondo (2018), se refieren a la relación entre las bibliotecas universitarias y la educación digital. Ellos definen su marco teórico a partir del desarrollo de servicios que utilizan nuevas tecnologías para conectarse a través de hiperdocumentos, *e-learning 2.0* y modelos *web 2.0*, como es el caso del uso de aulas virtuales, videoconferencias y grabaciones de audios y/o videos.

Los autores aludidos observan que:

La biblioteca universitaria se ha caracterizado por sus esfuerzos por incluir en sus acervos materiales diferentes tipos de soportes, por esta razón la gestión bibliotecaria en los entornos digitales está llamada a dar soporte al aprendizaje y a la investigación, evolucionando hacia un centro de recursos. (Pisté, S. y Marzal, M.A., 2018, p. 281)

Concluyen que la biblioteca es un espacio sociabilizador “*donde –los usuarios– se pueden formar en el uso de competencias informacionales alfabetizadas en información*”. (p. 281)

Frente a la pandemia Covid-19, la educación virtual brinda la opción para dar continuidad a los programas de estudio y adaptar rápidamente los contenidos para brindar una solución a las necesidades de información. Se produce una explosión en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

#### *Educación bimodal*

Los estadounidenses Bell y Shank (2004, 2007) proponen el diseño de tutoriales, cursos, charlas, para lograr que los servicios bibliotecarios sean más accesibles y con el fin principal que los usuarios adquieran habilidades y los conocimientos necesarios.

La biblioteca debe adaptarse al cambio permanente, de forma dinámica. Deberá innovar en los medios virtuales, promoviendo el aprendizaje digital a través de entornos colaborativos, donde se compartan experiencias, tutoriales informativos y se generen conversaciones en espacios controlados que brinden contenidos informativos de alta calidad.

Desde España, Sánchez Suárez (2008) alude a que una biblioteca universitaria que funcione como un CRAI debe adaptar sus colecciones y servicios a plataformas de enseñanza virtual, crear aulas para apoyar a profesores e investigadores en la creación de productos multimedia y diseñar políticas de alfabetización informacional aprovechando los mecanismos que ofrecen la enseñanza presencial y la virtual. El autor señala que las bibliotecas y bibliotecarios de este nuevo sistema de enseñanza deben tomar una postura proactiva para colaborar con el resto de la comunidad universitaria.

Arroyo y Gómez (2020) estudian cómo las bibliotecas españolas se adaptan al entorno digital en pandemia. Sugieren que la integración del personal bibliotecario en las asignaturas se puede concretar de múltiples formas: mediante asistencia a través de referencia virtual, participando en foros de discusión, facilitando ayuda al profesorado en lo relacionado con los recursos de la biblioteca e incluso participando directamente en la formación en alfabetización informacional o en la creación de recursos de aprendizaje. En este sentido, utilizan en castellano la expresión «*bibliotecario integrado*» y otros términos que parecen más forzados, como «*incrustado*» o «*embebido*», para referirse a lo que en el ámbito anglosajón se conoce como “*embedded librarian*”.

Los principales frentes de trabajo que se están acometiendo en este momento en el apoyo a la docencia y el aprendizaje online por parte de las bibliotecas consisten en:

Facilitar el acceso online a la bibliografía recomendada por parte de los alumnos, siempre que sea posible.

Trasladar la formación al entorno virtual, con sesiones a través de videoconferencia o del campus virtual y la elaboración de contenidos de apoyo.

Ampliar la oferta de canales de comunicación digital con el usuario, como chat, WhatsApp o la asistencia a través de videoconferencia.

Comunicar a alumnos y profesores los nuevos servicios de forma eficaz, para que tengan conocimiento de ellos y de cómo utilizarlos. (Arroyo y Gómez ,2020, p. 9).

#### *Redes Sociales – Social Media*

La bibliografía consultada sugiere características que ayudan en la implementación de los canales de comunicación. Para los siguientes autores de diferentes artículos estos son los lineamientos que se deben observar para garantizar un canal de comunicación que le aporte visibilidad a la Biblioteca.

En España, Caridad–Sebastián y Martínez–Cardama (2013) definen las tareas del bibliotecario universitario integrado –*embedded librarian*– similar a los servicios que

brinda un referencista. Plantean que posee un papel formador en alfabetización informacional, establece lazos con el profesorado y crea contenidos, difundiéndolos en entornos colaborativos y sin necesidad de estar en un espacio físico determinado. “El bibliotecario –afirman– adquiere el rol de supervisor o tutor en el proceso de aprendizaje –para– colaborar con los profesores en la creación de contenidos y en aspectos docentes acerca la biblioteca a los estudiantes” (p. 151). A su vez, creen que es una necesidad la integración de las bibliotecas en las redes sociales porque los bibliotecarios pueden monitorear los mensajes de consultas en sus foros, así como crear y distribuir documentos. Sugieren que la finalidad es que el usuario adquiera competencias informacionales a través de tutoriales, videos, guías paso a paso y debates en foros. Concluyen de este modo, que se puede guiar eficientemente a nuestra comunidad para resolver sus dudas a través de estos medios.

En España, Bustamante Rodríguez y otros (2016), observan que debemos adaptarnos al entorno en el que están principalmente nuestros usuarios, para poder tener una comunicación fluida. Sugieren que hay que adecuarse y afrontar “nuevos usuarios, a nuevos formatos y soportes, a nuevas formas comunicativas y a una serie de retos y oportunidades que no debemos dejar escapar” (p.110). Concluyen que el fin es obtener visibilidad en la virtualidad de forma responsable y profesional. Afirman que las redes sociales deben crear una comunidad alrededor de la marca de la biblioteca para lograr que el usuario sea protagonista.

En Argentina, Gutiérrez (2016), define al bibliotecario como un especialista en *Social Media* que debe manejar diversas situaciones con sus usuarios de forma delicada y además resolver consultas a tiempo, moderando conversaciones en tono gentil. Dice que las redes sociales son canales de atención al usuario, por lo tanto, el bibliotecario debe saber gestionarlas adecuadamente. Plantea la necesidad de desarrollar habilidades para manejar cada red social (Facebook, Instagram), conocer a usuarios reales y potenciales, y finalmente evaluar los éxitos y fracasos de las publicaciones realizadas para considerar nuevas características y replantear nuevas estrategias.

El español Marquina (2016) desde su blog, recomienda que la biblioteca esté presente en las redes sociales para acercarse a los usuarios, midiendo nuestras acciones para saber qué funciona mejor. Opina, “No hay que tener miedo a tomar decisiones y experimentar. No hay que marearse con la multitud de redes sociales, plataformas y herramientas existentes. Es muy importante la formación del personal bibliotecario para la gestión de los medios sociales de la biblioteca.”

De Argentina, De Volder, (2016) propone una presencia activa en las redes. Cree conveniente conocer a los usuarios, sus intereses, inquietudes para compartir desde las redes información valiosa para ellos. Enfatiza en que no basta con difundir y replicar contenido propio, sino también buscar contenido externo a la biblioteca.

Carvajal Cantero y otros (2016) opinan, desde España, que los medios sociales son un aliado que complementan, enriquecen e impulsan el trabajo bibliotecario. Sugieren humanizar las redes:

Una de las cosas más importantes de la participación en las redes sociales es que se debe hablar (y actuar) como una persona, no como una marca, la sensación de cercanía es fundamental. ¿Qué mejor prueba de humanidad que las fotografías de los bibliotecarios? Queríamos mostrar que no somos inaccesibles sino grupos humanos con ganas de trabajar y con sentido del humor. (p. 153)

El español García Reche (2016) cree oportuno, ir al encuentro del usuario que ya habita en las redes, hablar su mismo lenguaje, atraer su atención y dar a conocer los servicios que la biblioteca ofrece. Y agrega:

En este sentido, las propias redes nos muestran los temas de interés de ellos a través de las reacciones, respuestas, etc. que realizan y que nos sirven para orientar nuestras intervenciones. Estas percepciones se complementan con otros sistemas que disponemos para recabarlas, como son las encuestas de satisfacción, buzones físicos y virtuales de quejas, sugerencias y felicitaciones, etc. (p. 183)

#### *Cuarta Revolución Industrial*

En México, Escudero Nahón (2018), manifiesta que la cuarta revolución industrial se define por ser la confluencia de varias tecnologías conformando redes, centrada en ecosistemas digitales que requieren que las personas adquieran competencias profesionales para afrontar este nuevo modelo innovador basado en las interconexiones entre: usuarios, consumidores de diversos productos y servicios.

El concepto de industria 4.0 alude a la suma de distintas tecnologías que convergen y dan nombre a la cuarta revolución industrial. Se originó en Alemania y describe una industria que usa datos, inteligencia artificial, conectada en red, con principios tales como la omnipresencia en redes físicas y virtuales, análisis de datos para aumentar eficiencia y calidad en los servicios, mejorar la velocidad y planificar (Universo Abierto, 2020).

Según *Consulting Informático* (2015) y *Universo Abierto* (2020), la tendencia en las empresas es optimizar sus resultados y procesos mediante el uso de las TIC. Expresan que este proceso está en constante evolución, y cambia permanentemente la forma de trabajar porque se actualizan las tecnologías. Se refieren a las estrategias SMAC – acrónimo que significa Social, *Mobile*, *Analytics & Cloud*– las cuales eliminan barreras geográficas, reducen costos y procedimientos en el negocio, para finalmente llegar al usuario con menos esfuerzo y un máximo alcance. Las tecnologías sociales permiten una interacción de todos los usuarios internos y externos, ayudan en la difusión, el trabajo colaborativo, impulsa y mejora resultados en nuestras redes con mayor eficiencia. Las tecnologías móviles en pleno desarrollo y evolución nos mantienen conectados permitiéndonos acceder a la información en cualquier momento y lugar desde nuestro dispositivo. La analítica, se aplica a la información recopilada en las redes y al análisis de datos internos y externos a la empresa. Creen que esto puede llevar a diagramar estrategias y decisiones más positivas en el mercado. Concluyen, la tecnología de la nube se refiere al uso de servidores para almacenar datos y aplicaciones de la empresa, de forma segura para ser consultada y utilizada desde cualquier lugar.

#### *Bibliotecas híbridas – Bibliotecas 4.0*

Como manifiesta Lourdes Feria (México), en la entrevista que le hace Juan Pineda (Argentina) en el Conversatorio: “*Bibliotecas híbridas: retos y perspectivas ante la nueva normalidad, en respuesta al confinamiento debido al Covid-19*”, las bibliotecas académicas tuvieron que buscar soluciones para ofrecer servicios a sus usuarios. Agrega, los servicios más utilizados fueron los catálogos en línea, bases de datos, bibliotecarios referencistas en línea, envío de documentos digitales a través de *WhatsApp*, mensajes SMS o correo electrónico o de manera física.

Lourdes Feria definió el concepto de *biblioteca 4.0*, a partir de la revolución industrial 4.0 constituida por la suma de tecnologías SMAC: S de *social media* (redes sociales), M de tecnologías móviles (celulares, tablets conectados las 24hs.); A de analítica de datos (*big data*, *Smart data*, *right data*, todos los datos que se producen en gran volumen y permanentemente a través de fotos, datos geo-referenciales, ubicación, etc.), y C de *cloud* (los datos producidos subidos a la nube, un servidor). La suma de lo social, lo móvil, los datos y la nube constituyen la tecnología 4.0 y las bibliotecas ya son parte de esta revolución.

Para ella el componente más pequeño de toda información es el dato, y saber gestionarlo, que sea de buena calidad, hace a la biblioteca protagonista, ofreciendo

repositorios de documentos y otros datos a través de los referencistas virtuales que orienten a equipos de investigadores.

Para Lourdes Fera el término *Biblioteca Híbrida*, hace referencia a la suma de la biblioteca física y la tecnología 4.0, conviviendo ambos espacios, como complemento una de otra. El referencista virtual, atiende a sus usuarios mediante diversos canales de comunicación. El bibliotecario debe manejar aplicaciones como *canva*, *zoom*, redes sociales, *YouTube* (tutoriales) que son parte de la tecnología 4.0.

Fera menciona que la *UX* es la experiencia que vive un usuario al navegar por una página valiéndose de recursos virtuales, generando percepciones negativas o positivas. Comenta que el diseño de nuestras páginas *webs*, *blogs*, deben “*tener vida para vincularse emocionalmente con el usuario*”. Concluye que la arquitectura virtual de una página debe provocar intereses y motivar acciones.

## Anexo II

## Cuestionario



Biblioteca "Dra. Cecilia Grierson"  
Escuela Universitaria de Ciencias de la Salud  
Universidad Nacional de San Juan



## Estudio sobre el uso de los servicios que brinda la Biblioteca "Dra. Cecilia Grierson" y la promoción brindada por sus distintas vías de comunicación.

Quisiera pedir su ayuda para realizar este estudio que servirá para elaborar una tesis de la carrera Licenciatura en Bibliotecología y Documentación. Se pretende analizar si los canales de comunicación y los servicios bibliotecarios, muchos de los cuales fueron implementados de manera abrupta por el confinamiento asediado por la pandemia covid 19, son efectivos a la hora de comunicar y difundir las diversas acciones que realiza la biblioteca.

Es una encuesta corta que no llevará mucho tiempo contestarla. Las respuestas serán confidenciales y anónimas. Las opiniones de todos los encuestados serán analizadas e incluidas en la tesis.

A continuación se le presentan distintas categorías de usuarios, marque a cuál pertenece. \*

- Docente
- Investigador
- Estudiante
- Egresado
- NoDocente
- Otros

Si usted seleccionó "Otros", ¿Qué tipo de usuario es? Por ejemplo: estudiante secundario, de otro sector de la UNSJ o de la comunidad que nos rodea.

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cuál es su lugar de residencia?

Elige ▼

Si usted seleccionó "Otro" complete aquí su lugar de residencia. Así como también si desea puede decirnos el tiempo que demora en llegar a la EUCS.

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cuál es su edad? Por ejemplo: 33 \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**Nota. Vías o canales de comunicación:**

Las vías o canales de comunicación detallan de forma genérica a cada Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) que utilizó la biblioteca durante el confinamiento producido por la pandemia covid-19. Entre ellas, las redes sociales se utilizan exclusivamente como medios de difusión de la información; es por esto que se consideran canales de comunicación.

Los canales que se trabajaron son: correo electrónico, Facebook, Instagram, Whatsapp, Telegram, Twitter, TikTok y YouTube.

¿Con qué frecuencia usa cada canal de comunicación para recibir información de los servicios que posee la Biblioteca Grierson o para comunicarse con la misma? Marque las respuestas en la tabla. \*

	Muy frecuentemente (semanalmente)	Frecuentemente (+ de 2 veces al mes)	Ocasionalmente (+ de 1 vez mes)	Nunca
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telegram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TikTok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gmail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Ha utilizado servicios de la biblioteca, de los que se haya enterado a través de nuestras vías de comunicación? Marque las respuestas en la tabla. \*

	Muy frecuentemente (semanalmente)	Frecuentemente (+ de 2 veces al mes)	Ocasionalmente (+ de 1 vez mes)	Nunca
eLibro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bidi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aula Virtual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultas Virtuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capitaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultas in situ o presenciales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Catálogo on line	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Préstamo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué servicios de la biblioteca recuerda haber visto promocionados en cada canal de comunicación? Marque las respuestas en la tabla.

	eLibro	Bidi	Aula Virtual	Consultas Virtuales	Capacitaciones	Consultas presenciales	Catálogo online	Préstamo
Facebook	<input type="checkbox"/>							
Instagram	<input type="checkbox"/>							
Whatsapp	<input type="checkbox"/>							
Telegram	<input type="checkbox"/>							
YouTube	<input type="checkbox"/>							
TikTok	<input type="checkbox"/>							
Gmail	<input type="checkbox"/>							
Twitter	<input type="checkbox"/>							

¿Está satisfecho con su experiencia en el uso de los servicios? Marque las respuestas en la tabla. \*

	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
eLibro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bidi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aula Virtual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultas Virtuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacitaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultas in situ o presenciales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Catálogo on line	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Préstamo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tiene algún comentario o sugerencia para mejorar nuestros servicios?

Tu respuesta

---

Muchas gracias por haber contestado la encuesta. Saludos cordiales.  
Biblioteca Grierson.

**Enviar** Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.  
Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

**Google** Formularios

## Anexo III

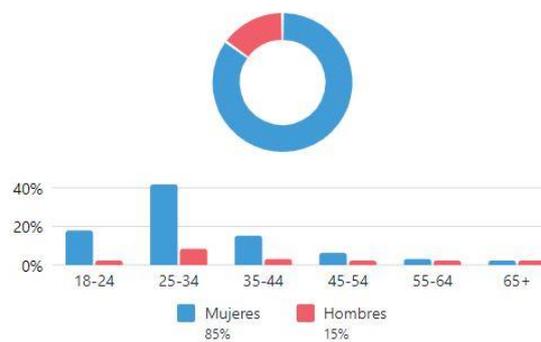
Capturas de estadísticas de la página de Meta diciembre 2021(Facebook e Instagram).



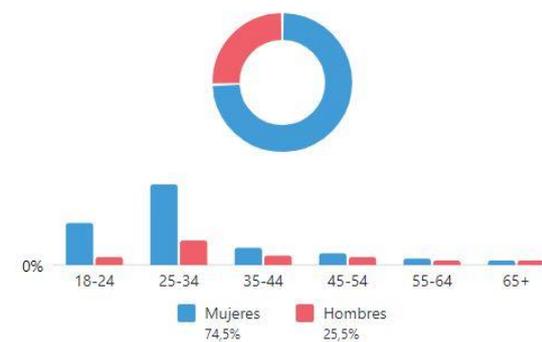
Me gusta la página de Facebook **419**

Seguidores de Instagram **337**

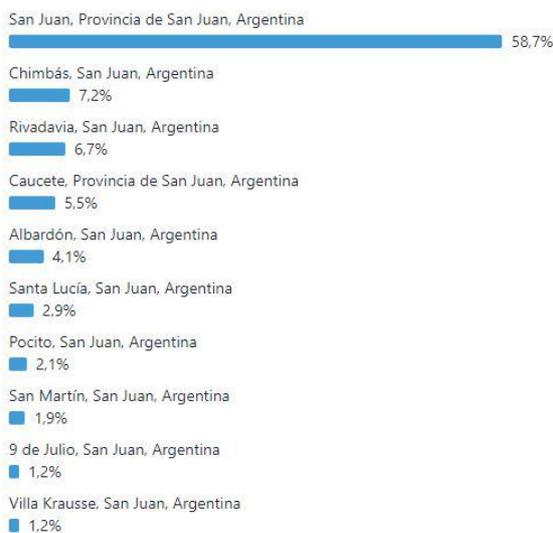
edad y sexo **edad y sexo**



edad y sexo **edad y sexo**



Principales ciudades



Principales ciudades







(V1)	(V2)	(V9)	(V3) Pregunta N° 3. ¿Con qué frecuencia usa cada canal de comunicación para recibir información de los servicios que posee la Biblioteca Grieson o para comunicarse con la misma?							
			frecuencia uso facebook	frecuencia uso Instagram	frecuencia uso Whatsapp	frecuencia uso Telegram	frecuencia uso YouTube	frecuencia uso TikTok	frecuencia uso Gmail	frecuencia uso Twitter
Docente	40	Rivadavia	3	0	3	0	0	0	3	0
Docente	54	Rivadavia	3	2	3	0	3	0	3	0
Docente	52	Capital San Juan	3	3	3	0	1	0	2	0
Docente	51	Capital San Juan	2	2	3	3	2	2	3	2
Docente	53	Rivadavia	2	2	2	2	2	2	2	2
Docente	47	Capital San Juan	0	0	3	0	3	0	1	0
Docente	45	Albardón	0	0	3	0	0	0	3	0
Docente	51	Capital San Juan	2	2	3	2	2	2	2	2
Docente	45	Rivadavia	0	0	0	0	0	0	1	0
Docente	53	Rawson	0	0	1	0	0	0	0	0
Docente	47	Rivadavia	0	0	0	0	0	0	0	0
Docente	55	Capital San Juan	3	2	3	2	3	2	3	2
Docente	48	Capital San Juan	3	3	3	2	2	2	3	2
Egresado	54	Capital San Juan	1	0	3	0	0	0	2	0
Egresado	42	Rivadavia	3	3	3	0	2	0	2	0
Egresado	36	Rivadavia	3	3	2	2	1	2	1	0
Egresado	32	Jáchal	2	0	3	0	0	0	2	0
Egresado	25	Capital San Juan	3	3	3	0	1	0	2	0
Estudiante	38	Albardón	2	2	3	0	0	0	0	0
Estudiante	25	Santa Lucia	0	2	0	2	1	1	1	0
Estudiante	38	Rawson	2	0	1	0	0	0	2	0
Estudiante	18	Capital San Juan	0	2	2	0	0	0	0	0
Estudiante	39	Rivadavia	2	0	2	0	0	0	2	0
Estudiante	20	Santa Lucia	0	0	1	0	0	0	0	0
Estudiante	24	Capital San Juan	3	2	3	2	2	0	0	0
Estudiante	28	Rawson	0	1	2	0	0	1	0	0
Estudiante	30	Capital San Juan	3	3	3	0	0	0	0	0
Estudiante	25	Santa Lucia	3	3	3	0	0	0	1	0
Estudiante	42	Albardón	2	2	3	2	2	3	2	3
Estudiante	21	Albardón	3	3	2	3	3	3	2	3
Estudiante	18	Capital San Juan	0	0	0	0	0	0	1	0
Estudiante	22	Caucete	2	3	3	2	3	2	2	2
Estudiante	22	Santa Lucia	0	0	0	0	0	0	3	0
Estudiante	21	Pocito	3	3	3	3	3	3	3	3
Estudiante	25	Santa Lucia	2	3	3	0	0	0	3	0
Estudiante	19	Chimbas	3	3	3	3	3	3	3	3
Estudiante	21	Chimbas	0	0	0	0	0	0	0	0
Estudiante	22	Capital San Juan	3	3	1	0	0	0	0	0
Estudiante	19	Chimbas	0	0	0	0	0	0	0	0
Estudiante	24	Pocito	1	0	0	0	0	0	0	0
Estudiante	19	Rawson	0	3	3	0	1	0	3	0
Estudiante	35	Rawson	1	1	1	0	0	0	0	0
Estudiante	19	Capital San Juan	1	1	1	0	0	0	0	0
Estudiante	18	Rivadavia	3	3	3	0	3	3	3	3
Estudiante	36	Rawson	3	3	3	0	3	0	3	0
Estudiante	18	Capital San Juan	0	3	3	0	0	0	2	3
Estudiante	25	Caucete	1	1	0	0	0	0	0	0
Estudiante	19	Capital San Juan	0	1	0	0	0	0	1	0
Estudiante	20	Pocito	1	3	3	0	3	0	3	0
Estudiante	30	Capital San Juan	3	3	3	2	3	1	2	1
Estudiante	19	Capital San Juan	2	3	3	2	2	2	3	2
Estudiante	22	Chimbas	0	0	0	0	0	0	0	0
Estudiante	28	Capital San Juan	2	1	2	0	0	0	2	0
Estudiante	25	Rawson	3	1	3	0	0	0	0	0
Estudiante	41	Rawson	2	2	3	1	1	1	2	1
Estudiante	32	Santa Lucia	3	1	2	1	0	0	1	0
Estudiante	31	Capital San Juan	0	2	1	1	3	3	2	1
Estudiante	24	Albardón	1	0	1	0	0	0	0	0
Estudiante	33	Rivadavia	3	3	2	1	1	0	1	0
Estudiante	21	9 de Julio	3	2	3	2	3	0	2	0
Investigador	54	Rivadavia	3	2	3	0	3	0	3	0
Investigador	61	Capital San Juan	0	0	3	1	1	0	3	0
NoDocente	59	Pocito	3	2	3	2	2	2	3	2
NoDocente	42	Rivadavia	3	3	2	0	0	0	1	0
Otros	28	Capital San Juan	2	2	0	0	1	0	3	0
Otros	35	Rawson	1	2	2	0	0	0	1	0

(V4) Pregunta N° 4. ¿Ha utilizado servicios de la biblioteca, de los que se haya enterado a través de nuestras vías de comunicación?							
uso servicios de la biblioteca, eLibro	uso servicios de la biblioteca, Bidi	uso servicios de la biblioteca, Aulá Virtual	uso servicios de la biblioteca, Consultas Virtuales	uso servicios de la biblioteca, Capacitaciones	uso servicios de la biblioteca, Consultas in situ o presenciales	uso servicios de la biblioteca, Catálogo on line	uso servicios de la biblioteca, Préstamo
3	1	3	3	2	3	3	0
3	3	3	3	2	1	2	0
2	1	2	1	1	2	1	2
3	0	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	2	2	2	2
3	0	2	3	3	1	2	0
3	1	3	0	1	2	0	0
2	2	3	2	3	2	2	2
1	0	1	1	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0
3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2
1	2	0	1	1	0	0	0
3	3	3	0	3	0	3	0
2	2	0	2	0	1	1	1
0	0	2	2	0	0	0	0
1	0	0	1	0	1	1	1
1	1	2	1	2	1	1	1
2	1	0	1	0	0	1	1
1	0	1	2	1	1	3	0
2	0	2	2	0	0	0	1
1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	1
2	2	0	0	0	0	1	2
0	0	0	2	0	0	0	2
3	0	0	0	0	3	3	3
2	2	3	0	0	1	2	1
0	3	3	2	2	3	3	2
1	0	3	0	0	0	0	3
1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	3	0	0	0	0	0
3	0	3	3	2	3	2	2
1	0	1	0	0	1	3	1
3	1	3	0	0	1	3	3
1	0	1	0	0	0	0	0
0	0	1	1	0	0	0	0
3	3	3	3	0	0	0	0
3	1	3	2	2	2	2	2
0	0	3	3	0	3	0	0
1	0	3	3	0	1	0	0
0	0	2	2	0	0	0	0
1	0	3	0	0	0	1	0
1	0	1	3	0	3	0	0
1	0	3	3	1	2	0	0
0	0	1	1	0	0	0	0
0	0	2	0	0	0	1	0
3	0	3	2	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	1	0
0	0	2	2	0	0	0	0
3	2	1	2	2	2	3	2
1	0	3	0	0	0	0	0
0	0	0	2	0	0	0	0
0	0	1	2	0	1	2	2
3	0	3	0	0	0	0	3
2	1	3	3	1	2	2	2
2	1	3	1	2	3	2	1
2	3	1	0	1	1	3	3
0	0	1	0	2	2	0	0
3	3	3	1	1	0	1	1
3	2	2	2	0	0	1	2
3	3	3	2	2	1	2	1
0	0	2	2	1	2	0	0
2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	0	2	0	3	0
2	0	2	0	1	0	2	0
3	0	2	2	0	1	3	0



De la variable 5, se cuantificaron los datos para obtener esta tabla y poder trabajar la Pregunta N°5 ¿Qué servicios de la biblioteca recuerda haber visto promocionados en cada canal de comunicación?

frecuencia de vistas totales de cada servicio	Frecuencias de servicios:	Facebook	Instagram	Whatsapp	Telegram	You Tube	TikTok	Gmail	Twitter
102	eLibro	32	21	20	6	5	2	14	2
18	Capacitaciones	3	3	3	2	3	1	3	0
6	Consultas in situ o presenciales	2	2	2	0	0	0	0	0
11	Catálogo on line	3	3	1	2	0	0	2	0
73	Préstamo	17	15	13	6	6	6	4	6
52	Bidi	13	12	14	4	3	0	5	1
96	Aula Virtual	23	16	21	8	7	3	15	3
63	Consultas virtuales	10	9	20	4	4	4	9	3
	Frecuencia de canales de comunicación	103	81	94	32	28	16	52	15





## Anexo V

### Preguntas y Respuestas abiertas del cuestionario

En el diseño del cuestionario se pensó en dejar preguntas abiertas para que los usuarios pudieran expresarse a través de algún comentario, estas respuestas eran opcionales. No todos contestaron, pero se pudo discriminar qué tipo de usuario las contestó.

Si usted seleccionó "Otros", ¿Qué tipo de usuario es?

- Estudiante otro sector UNSJ
- Bibliotecaria

Si usted seleccionó "Otros" complete aquí su lugar de residencia. Así como también si desea puede decirnos el tiempo que demora en llegar a la EUCS.

Docente:

- Demoro llegar a la escuela en auto 25 /30 minutos (Rivadavia)

Estudiante:

- Me demoro en llegar entre 1hs y 1:30hs, todo depende que lleno vaya el colectivo (Santa Lucía)
- 1 :30hs (Capital)
- 1:30hs aproximadamente (Santa Lucía)
- 2hs (Pocito)
- 2 horas (de Rivadavia)

Otros:

- 45 minutos (de Rawson)

A las respuestas de los usuarios se les agregó, tomándolo de la misma encuesta, la localidad donde residen entre paréntesis.

El servicio de colectivos que hay en San Juan es lento y no es periódico, por este motivo el traslado en el mismo toma bastante. Los tiempos con que se analizó la variable 9 en objetivos anteriores era considerado para vehículos particulares.

¿Tiene algún comentario o sugerencia para mejorar nuestros servicios?

Docentes:

- No, de mi parte actualizarme más con las capacitaciones
- Todo muy bien
- No, ninguno
- Mejorar difusión

Egresados:

- Sería bueno más difusión

Estudiantes:

- Es la primera vez que uso la biblioteca de facultad, pero hasta el momento estoy muy conforme por el servicio.
- No, es muy bueno el servicio, las bibliotecarias son muy atentas y simpáticas.
- Ninguno
- No
- La última pregunta me es indiferente xq casi no usé todos los servicios así que colocarte si quede o no satisfecho por ellos la verdad no te la podría contestar.
- Me gustaría conocer más sobre los servicios virtuales de la biblioteca, los desconozco totalmente

Estas respuestas se pudieron agrupar en los siguientes criterios. Los usuarios pidieron más capacitaciones para interiorizarse de los servicios, mayor difusión y los que utilizaron los servicios están satisfechos con los mismos y los bibliotecarios.