

Nuevas técnicas de estudios de usuario aplicadas a bibliotecas

Maribel RIAZA CHAPARRO

Obra Social Caja Madrid
Área de Bibliotecas
mriazach@cajamadrid.es

Recibido: septiembre de 2007

Aceptado: noviembre de 2007

RESUMEN

La Red de Bibliotecas de Obra Social Caja Madrid, desde su implantación a finales de los años setenta, ha ido adaptándose a los cambios que ha experimentado la sociedad española en las últimas décadas. Para ello, ha utilizado los estudios de usuario como una herramienta para adecuar los servicios que ofrece a los socios, desde la gestión de sugerencias y reclamaciones a las encuestas, tanto personales como telefónicas. A lo largo de 2007 se ha puesto en práctica la técnica del “Cliente oculto”, consistente en el estudio de los usuarios desde la perspectiva objetiva de un socio simulado. Esta técnica ha sido utilizada por primera vez en España dentro del sector, en la Red de bibliotecas de Obra Social Caja Madrid.

Palabras clave: Cliente oculto, Bibliotecas Obra Social Caja Madrid.

Other techniques applied to libraries users research

ABSTRACT

Since its early stages, at the end of 70's, O. S. Caja Madrid libraries has been progressively adapted to Society evolution (changes). Therefore, users research has been used as a worthy tool to fit the services that these libraries offer to its members. Throughout 2007, O. S. Caja Madrid has been a pioneering in Spain, in the use of “Mystery Shopper” (a pretended member) technique in this field, as an objective way of getting information about its quality libraries services.

Key words: Mystery Shopping, Obra Social Caja Madrid Libraries.

SUMARIO: 1 La red de bibliotecas de obra social Caja Madrid. 2 La calidad como principio rector en el grupo Caja Madrid: Plan de atención al cliente. 3 Técnicas utilizadas para conocer al usuario y satisfacer su demanda. 4 Cliente oculto o “Mystery Shopping”: aplicación al ámbito de bibliotecas. 5 Plan de mejora.

1. LA RED DE BIBLIOTECAS DE OBRA SOCIAL CAJA MADRID

El concepto de biblioteca está experimentando un cambio profundo debido, como factor más importante, a la incursión de las nuevas tecnologías en nuestra sociedad. La Red de Bibliotecas de Obra Social Caja Madrid, presente en la sociedad española desde finales de los años setenta, ha tenido que ir adecuando sus servicios a las necesidades de la sociedad.



Biblioteca de Santiago de Compostela



Biblioteca de Barcelona

Obra Social Caja Madrid tiene en la actualidad 39 bibliotecas distribuidas principalmente en la Comunidad de Madrid, Ciudad Real, Ceuta, Barcelona, y Santiago de Compostela.

Desde nuestra Red de Bibliotecas se puede acceder a un fondo bibliográfico de más de 500.000 volúmenes, utilizar los servicios que se ofertan como Lectura en Sala; Consulta del Catálogo en Línea; Préstamo de libros, CD`s y DVD`s; Salas de trabajo en grupo; Salas informáticas; horarios especiales en época de exámenes; Actividades Culturales que se desarrollan en las bibliotecas atendidas por más de 100 profesionales que ayudan y aconsejan en todo lo relacionado con la biblioteca.

La finalidad social de nuestras bibliotecas es doble: por un lado facilitar el libre acceso a la cultura a través del libro y los soportes multimedia en un ambiente propicio para la consulta, la lectura y el préstamo de libros; por otro lado poner a disposición de nuestros usuarios los medios y equipos para realización de trabajos informáticos, conexión a Internet, etc.

En nuestras bibliotecas, se atiende a diferente tipo de público con diferentes intereses.

Contamos con público que hace uso de las salas informáticas o del servicio de préstamo, público que participan en las diversas actividades que se proponen y estudiantes universitarios u opositores, entre otros.

Todas las bibliotecas tienen un Catálogo donde se recopila toda la información de interés como el periodo de apertura extraordinaria por exámenes: “Abierto hasta el amanecer”, las actividades de fomento a la lectura que se van a realizar, las novedades de la biblioteca o las iniciativas en las que participamos.

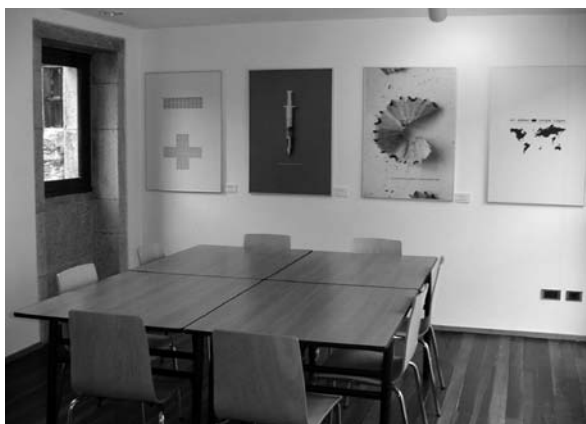
Nuestro modelo de biblioteca pretende dar respuesta a las actuales demandas de la sociedad a través de:

BIBLIOTECA CULTURAL

La biblioteca se concibe como un lugar de reunión en torno a diversas manifestaciones culturales, principalmente a través de los libros pero también a través de otros soportes: multimedia, revistas, presentación de libros, exposiciones...



Exposiciones



Salas multifuncionales: sala de exposición, de trabajo en grupo y para la realización de actividades (club de lectura)

BIBLIOTECA FAMILIAR

La educación y la formación de usuarios lectores pasa por la actuación conjunta de instituciones y padres. Por este motivo, el fomento de la lectura tiene que realizarse a través de actividades de animación en las que la participación de los padres es fundamental.



Actividades de fomento de la lectura de padres e hijos



Charla “Cómo contar cuentos a los hijos” en la biblioteca de Alcalá de Henares

BIBLIOTECA DIGITAL

Las nuevas tecnologías se encuentran imbricadas en nuestra sociedad, por lo cual desde la Red de Bibliotecas de Obra Social CAJA MADRID se da acceso a los usuarios a contenidos y servicios bibliotecarios a través de Internet, como la consulta del catálogo en línea.



Acceso al catálogo en línea



Diversos formatos

BIBLIOTECA INTEGRADORA

Este es uno de los retos más importantes que tenemos en nuestra sociedad y entre nuestros fondos contamos con libros de diversos idiomas, realizamos actividades para fomentar la interculturalidad, contamos con puntos de información local para ayudar a los inmigrantes en sus primeros contactos con la sociedad española...

Para más información sobre los servicios prestados desde la Red de Bibliotecas, la información está disponible en www.obrasocialcajamadrid.es, y en el teléfono 902 13 13 60.



Biblioteca de San Cristóbal de los Ángeles (Madrid)



Biblioteca de Alcalá de Henares (Madrid)

2. LA CALIDAD COMO PRINCIPIO RECTOR EN EL GRUPO CAJA MADRID: PLAN DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Uno de los pilares básicos en la gestión del Grupo Caja Madrid es la consecución de los mayores niveles de calidad en los productos o servicios que se prestan, con el fin de alcanzar la mayor satisfacción de los clientes. Para hacer avanzar a toda la organización en esta dirección, se ha adoptado como modelo de gestión de calidad los fundamentos, requisitos y directrices contenidos en las normas internacionales.

En concreto, Obra Social Caja Madrid, puso en marcha un Plan de Calidad de Atención al Cliente en 2006, con objeto de consolidar la cultura de calidad en el servicio a los clientes, internos y externos (beneficiarios), homogeneizando estilos y prácticas, y permitiendo que se encuentre un estilo común en cualquiera de las bibliotecas de la Red.

La orientación al usuario debe formar parte de la filosofía general de la biblioteca. Ello implica estudiar todos los aspectos de la biblioteca desde el punto de vista del visitante y emplear las expectativas del usuario como criterio para plantear las actividades de la biblioteca como servicio público. Un usuario satisfecho explica a tres personas que ha tenido una experiencia positiva, mientras que uno insatisfecho informa a entre once y trece personas sobre la experiencia negativa que ha tenido (KOTLER et.al. 1999:297). Todo el equipo de la biblioteca tiene que identificarse con los principios de orientación al usuario.

El objetivo más ambicioso debería ser que los usuarios dejen de ser sólo visitantes y participantes para pasar a ser también consejeros y asesores, es decir agentes activos (Günter/John 2000:10). Para ello existen técnicas como los grupos de discusión que serán implantadas en nuestra Red en un futuro.



Nuestro valor eres tú
Plan de calidad
de atención al cliente



Plan de calidad

Los profesionales de las bibliotecas, son ante cada uno de los socios, los representantes de la Entidad y deben proporcionar conductas, relaciones y actuaciones profesionales, a todos los niveles que evidencien y expandan los principios de la organización, para que la forma de atender a los socios se realice de acuerdo a los estándares definidos.

3. TÉCNICAS UTILIZADAS PARA CONOCER AL USUARIO Y SATISFACER SU DEMANDA.

El conocimiento del socio puede venir desde diferentes canales. Las técnicas que se muestran en este apartado son las clásicas que se han venido utilizando hasta ahora en el ámbito de bibliotecas. Debido a que la aportación de nuestra Red de Bibliotecas se ha producido dentro de la técnica de “Cliente oculto” que se expone más adelante, pasaremos sucintamente por otras técnicas.



La gestión de sugerencias y reclamaciones se realiza semanalmente, dando respuesta a nuestros socios y proporcionando la información que demandan. Los canales de comunicación son el portal de Caja Madrid, el portal de Obra Social Caja Madrid y la propia biblioteca.



HOJA Nº ___ de ___

ESPACIO PARA LA LECTURA

D./Dª con D.N.I
 nº Domicilio nº
 Población C.F. Teléfono de contacto.....
 Fecha

TEXTO:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

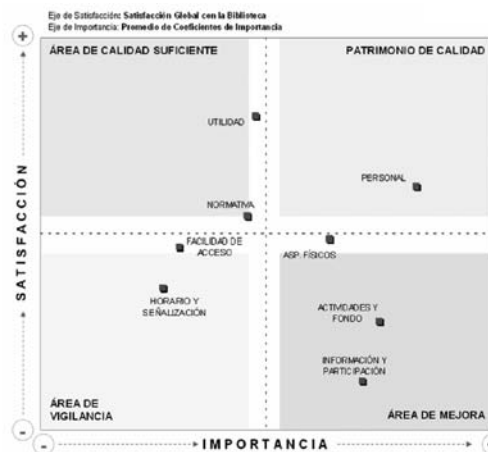
.....

.....

El formulario de Sugerencias y Reclamaciones proporcionado desde las bibliotecas tiene el objetivo de ser sencillo y dejar espacio al beneficiario para que exprese libremente sus comentarios.

Se realizaron encuestas telefónicas con las siguientes fases:

- a) Diseño del cuestionario y argumentario para la realización de las encuestas.
- b) Diseño del tamaño muestral por Biblioteca más adecuado.
- c) Selección del Equipo de Entrevistadores según el target determinado.
- d) Formación del Equipo de Entrevistadores para la realización del trabajo según las especificaciones de GECESA.
- e) Realización de un total de 1.170 encuestas a socios de sus Bibliotecas.
- f) Codificación y explotación estadística de los datos. Análisis e interpretación de la información. Elaboración de Informes de Resultados. Presentación de Resultados. Elaboración de informes de difusión por Biblioteca.



Ejemplo de informe de resultados, donde se indica qué áreas se deberían de mejorar y cuales son nuestros puntos fuertes.

4. CLIENTE OCULTO O “MYSTERY SHOPPING”: APLICACIÓN AL ÁMBITO DE BIBLIOTECAS

4.1. DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS

Tanto si se habla de “cliente oculto”, “simulado”, “pseudocompras” o “Mystery Shopping”, estamos ante una técnica cualitativa que pretende conocer a nuestro usuario.

Unos socios simulados se presentan en la biblioteca para hacer uso de los servicios habituales. Se emplean procedimientos de observación sistematizados. Esta técnica permite ver a través de los ojos de un usuario cómo se percibe el servicio.

Esta metodología es poco utilizada dentro de este sector en Europa, y la Red de Bibliotecas de Obra Social Caja Madrid ha sido pionera en utilizar esta técnica.

Unos investigadores acuden a cada una de las bibliotecas y actúan como socios haciendo uso de los principales servicios en varias visitas. El perfil de dichos investigadores varía en las diversas visitas pudiendo ser un joven estudiante, un padre y su hijo o una abuela con su nieta.

A través de esta técnica vemos cómo perciben nuestros socios los servicios que ofrecemos y permite constatar prácticas que funcionan bien y detectar aquellas que necesitan una mejora.

Esta técnica nos ha permitido determinar los aspectos de calidad positivos y continuar con la difusión de las mejores prácticas para incorporarlas a nuestro Plan de Calidad de Atención al Cliente.

El “cliente oculto” presenta un carácter de metodología cualitativa, al no utilizar la teoría estadística del muestreo, ni pretender obtener errores para un determinado nivel de confianza, aunque sí se pueden obtener márgenes de error para el conjunto de la red.

Al utilizar esta técnica se quería alcanzar los siguientes objetivos:

- Conocer el nivel de calidad ofrecida por cada una de las fases del servicio.
- Analizar puntos fuertes y débiles del servicio ofrecido.
- Establecer diferencias según la distribución geográfica, temas planteados u otras variables que definan la Red (tamaño, antigüedad...)
- Difundir los resultados de las mediciones de forma clara, atractiva, sencilla y rápida, para que se conviertan en herramientas de trabajo eficaces.

4.2. PUESTA EN PRÁCTICA

Esta técnica se puede llevar a cabo cooperando con otras bibliotecas o contando con una empresa especializada en estos estudios.

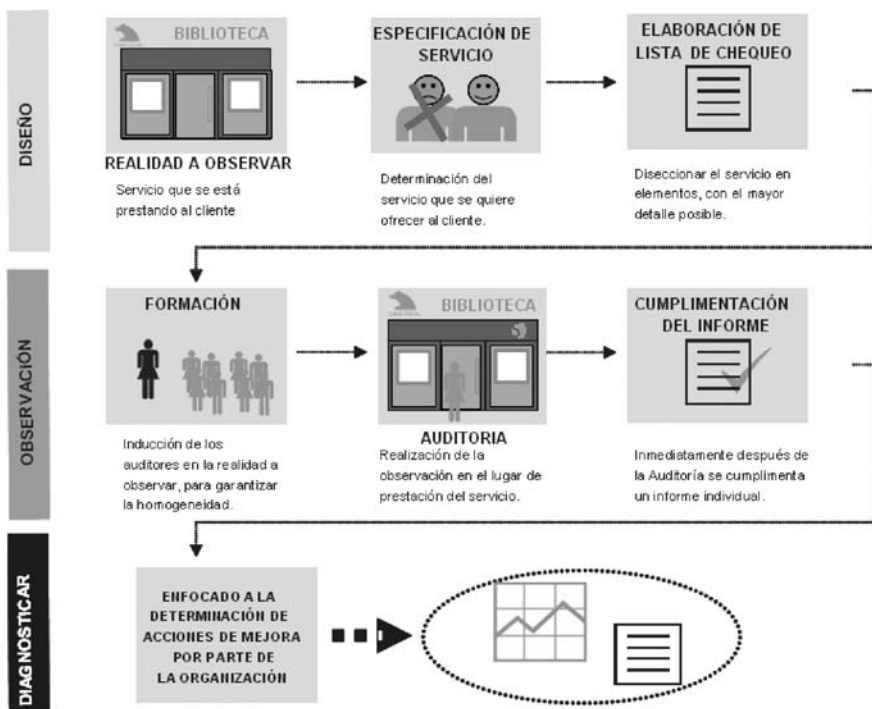
En el primer caso, se trataría de realizar una colaboración entre bibliotecas de diferentes regiones y lo que consigue en una visión profesional del servicio que proporcionan otros compañeros. Quizá esta opción pueda estar condicionada por el conocimiento previo del “Cliente oculto” y detecte más cuestiones de índole interno que de servicio al socio.

Para la puesta en práctica de esta técnica dentro de la Red de Bibliotecas de Obra Social Caja Madrid, se contó con una empresa con experiencia en este tipo de estudios en el sector bancario.

Un año antes, se informó a todos los profesionales de bibliotecas de la implantación de esta técnica dentro del Plan de Calidad. Se recopilieron las mejoras prácticas que en aquel momento se daban en nuestras bibliotecas y se publicó un “Manual de Atención al Cliente” haciendo hincapié en la atención presencial y telefónica, así como en la definición de situaciones especiales como tiempos de espera, tratamiento de interrupciones o llamadas de reclamación entre otros. Para que este manual fuese interiorizado de igual forma por todos los profesionales de bibliotecas, se realizaron varias sesiones de formación impartidas por expertos en Calidad.

Después de varios meses de acomodación y de revisión de las pautas y conductas llevadas a cabo, las bibliotecas ya estaban preparadas para ser vistas por los ojos de un cliente experto.

Antes de realizar las visitas, se desarrollaron reuniones con el proveedor a través de las cuales se determinaron los factores a medir y se proporcionó información general sobre los servicios ofrecidos y los procedimientos existentes en nuestras bibliotecas.



Tratándose de un estudio de medición objetiva, se ha aplicado un sistema de cálculo de las valoraciones que se ha desarrollado con el fin de reducir la carga subje-

tiva inherente a cada auditor o “Cliente oculto”, sin que ello conlleve perder los matices que la observación directa y la experiencia puedan aportar.

El sistema conjuga las valoraciones subjetivas expresadas en la escala de 1 a 10 por el auditor con las observaciones recogidas en una “Lista de Chequeo”, con lo que se combinan los dos instrumentos básicos de recogida de información.

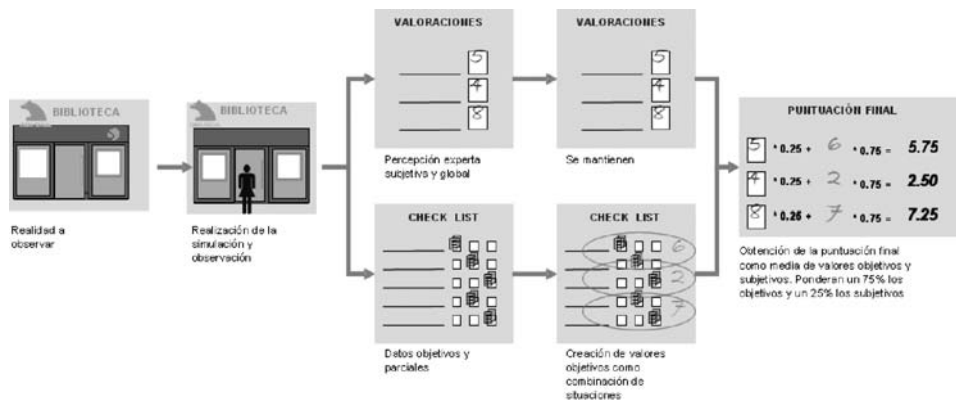
La forma de tratar esta doble información consiste en transformar la información objetiva recogida en la Lista de Chequeo en valoraciones objetivas a través de fórmulas matemáticas. Una vez obtenidas éstas se han combinado con las valoraciones subjetivas, asignando a estas últimas una ponderación del 25% y a la valoración objetiva procedente de la Lista de Chequeo, un 75% de la valoración final.

Los factores que se han medido han sido los siguientes:

- Acceso (emplazamiento, barreras arquitectónicas...)
- Aspectos físicos (señalización exterior, limpieza, confort, orden, equipamiento, carteles y folletos...)
- Rapidez (espera en mostrador, tiempo dedicado...)
- Trato y atención (amabilidad y cortesía, interés, dedicación...)
- Conocimiento de la actividad (claridad en las explicaciones, información facilitada...)

Al finalizar cada observación, el Auditor debe trasladar a un “Informe de Auditoría” las experiencias vividas, mediante la cumplimentación de:

- Valoración numérica, dentro de la escala empleada, de los parámetros que configuran la Calidad de Servicio en la organización evaluada, con arreglo a las especificaciones determinadas con anterioridad.
- Lista de Chequeo en la que el auditor indica las razones que le llevan a dar una u otra valoración a cada parámetro. El uso de la Lista de Chequeo presenta innumerables ventajas respecto al informe escrito, entre las que cabe destacar:
 - Mayor control sobre la exactitud de las valoraciones.
 - Posibilidad de obtener estadísticas fiables de datos concretos.
 - Facilidad para localizar información concreta de un dato, a través de soporte informático o escrito.



- **Parte de Incidencias** en el que se detalla con mayor precisión los elementos (especialmente negativos) que dan lugar a un bajo cumplimiento del estándar.
- **Informe subjetivo** donde el Auditor expresa su opinión sobre el servicio recibido, aportando valor añadido a la rigidez de la lista de chequeo.



-  Valoración numérica
-  Lista de chequeo
-  Parte de incidencias
-  Informe subjetivo

Los resultados se obtienen tanto por cada uno de estos factores como por biblioteca.

OBSERVACIONES Y VALORACIONES			
Categoría	Valoración	Comentarios	Indicador
ESTRATEGIA DE SERVICIOS			
Atención al usuario	5,00	5,00	100%
Atención al público	5,00	5,00	100%
Atención al personal	5,00	5,00	100%
Atención al cliente	5,00	5,00	100%
Atención al proveedor	5,00	5,00	100%
ESTRATEGIA DE SERVICIOS			
Atención al usuario	5,00	5,00	100%
Atención al público	5,00	5,00	100%
Atención al personal	5,00	5,00	100%
Atención al cliente	5,00	5,00	100%
Atención al proveedor	5,00	5,00	100%
ESTRATEGIA DE SERVICIOS			
Atención al usuario	5,00	5,00	100%
Atención al público	5,00	5,00	100%
Atención al personal	5,00	5,00	100%
Atención al cliente	5,00	5,00	100%
Atención al proveedor	5,00	5,00	100%

INFORME POR BIBLIOTECA
Fichas detalladas de toda la información obtenida en formato gráfico, de cada una de las 38 bibliotecas de la red.



INFORME EJECUTIVO
Resumen con los principales resultados y conclusiones del estudio, obtenidos en cada semestre.

INFORME TÉCNICO
Desarrollo detallado de toda la información obtenida, con los cruces pertinentes en formato gráfico.



4.3. VENTAJAS Y PROBLEMAS.

Esta técnica permite identificar los puntos débiles del contacto con el público que de otro modo no serían conocidos ya que es difícil que fueran objeto de una reclamación por parte del usuario o de un comentario cuando se le realizase una entrevista telefónica, sobre todo si ha pasado tiempo desde dicho contacto.

Por ejemplo, si un bibliotecario no saluda cuando un socio entra en el centro, no le sonríe, no resuelve los problemas del socio con rapidez o no tiene un aseo adecuado, es difícil que alguien ponga una reclamación. A través de esta técnica tendremos la información necesaria para aumentar la satisfacción de nuestros socios.

Los problemas que puede plantear vienen derivados de realizar una única visita por centro, ya que contaríamos con una impresión subjetiva, por lo que se recomienda como mínimo realizar tres visitas por centro.

Puede crear relaciones de desconfianza entre los profesionales de la biblioteca que no estén realizando las tareas según los procedimientos estipulados, ya que dichos comportamientos van a quedar patentes y de otra forma nadie, excepto los usuarios, tendrían conocimiento de ello. Para evitar esta sensación, es muy importante que dichos resultados no se utilicen como parte de la evaluación del desempeño profesional, sino sólo como herramienta de detección y mejora de dicho comportamiento irregular.

5. PLAN DE MEJORA

Para poder sacar conclusiones de las acciones de mejora llevadas a cabo, es necesario realizar estudios de usuario de forma periódica. En la Red de Bibliotecas de Obra Social Caja Madrid se está realizando el estudio de usuario a través de entrevista telefónica cada dos años alternativamente junto con el método de “Cliente Oculto”.

Además, los profesionales de bibliotecas participan activamente en el Plan de Mejora y por biblioteca, una vez conocidos los resultados y detectadas aquellas áreas a perfeccionar. Desde cada centro se proponen las acciones que se pueden llevar a cabo para lograr subir la satisfacción de sus socios. Esta metodología se realiza pensando en que cada centro, independientemente de pertenecer a una Red, cuentan con características y usuarios muy diferentes, por lo cual las acciones de mejora no pueden ser iguales para todas las bibliotecas.

6. CONCLUSIONES

La orientación al usuario debe formar parte de la filosofía general de la biblioteca y tiene que estar presente en todas las actuaciones que se planifiquen.

Todo el equipo de la biblioteca tiene que identificarse con los principios de orientación al usuario.

Comunicar a los bibliotecarios que los estudios son utilizados como herramienta de gestión y de mejora continua, y no como forma de evaluación del desempeño.

Después de los estudios de usuarios hay que planificar acciones de mejora para intentar modificar aquellos atributos que no cuenten con una buena consideración por parte de nuestros usuarios.

La formación a los bibliotecarios es fundamental para poner en práctica las acciones de mejora.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

VOGT, HANNELORE.: El usuario es lo primero. La satisfacción del usuario como prioridad en la gestión. Madrid: Fundación Bertelsmann, Barcelona 2004.