



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

María Karla Cárdenas Berrio¹, Idania Licea Jiménez¹; Raúl Campos Posada¹

1. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana,

mkarla@fcom.uh.cu

Resumen

El proceso de transformaciones socioeconómicas que se viene implementando en Cuba en los últimos años ha permitido la ampliación de actores económicos, resultando de gran relevancia el aumento acelerado del sector no estatal, concebido este como un actor clave para el desarrollo del país. Estos cambios en las formas de empleo han venido acompañados de un conjunto de nuevas reglamentaciones, normativas que ha incidido en la emergencia de nuevas necesidades de información y aprendizaje en gran parte de la sociedad cubana relacionada al desarrollo de emprendimientos, teniendo en cuenta además el vertiginoso avance de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), necesarias cada vez más para la gestión de los emprendimientos y favorecer el acceso a la información. El escenario actual demanda una contextualización de los servicios que ofrecen las bibliotecas públicas a fin de satisfacer las necesidades de información y de aprendizaje que emergen en las comunidades a partir de las oportunidades para el emprendimiento. Con este propósito se indagó en las necesidades de información y comportamiento informacional de mujeres emprendedoras residentes en comunidades con riesgo a la vulnerabilidad social, donde el proceso para el desarrollo de los emprendimientos supone disímiles desventajas, en particular para las mujeres por su posición histórica en la división sexual del trabajo. A partir de los resultados recabados a través de encuestas y entrevistas en profundidad, se presenta un conjunto de propuestas para los servicios de las bibliotecas públicas en articulación con algunas instituciones de la comunidad, entre ellos los Joven Club de Computación y Electrónica, en aras de aprovechar las capacidades tecnológicas de estos últimos que a su vez implican nuevas formas de aprendizaje, al integrar el uso de las TIC para el desenvolvimiento de los emprendimientos, desde una perspectiva de equidad de género e inclusión social.



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Palabras clave: Emprendimiento, Mujeres emprendedoras, Necesidades de información, Comportamiento informacional, Tecnologías de la Información

Abstract

The process of socioeconomic transformations that has been implemented in Cuba in recent years has allowed the expansion of economic actors, resulting in the accelerated increase of the non-state sector, conceived as a key player for the development of the country. These changes in the forms of employment have been accompanied by a set of new regulations, regulations that have influenced the emergence of new information and learning needs in a large part of Cuban society related to the development of undertakings, taking into account also the vertiginous advancement of Information and Communication Technologies (ICT), increasingly necessary for the management of enterprises and favoring access to information. The current scenario demands a contextualization of the services offered by public libraries in order to meet the information and learning needs that emerge in the communities from the opportunities for entrepreneurship. With this purpose, the information and informational behavior needs of entrepreneur women residing in communities at risk of social vulnerability were investigated, where the process for the development of the enterprises entails different disadvantages, particularly for women due to their historical position in the sexual division of labor. Based on the results obtained through surveys and in-depth interviews, a set of proposals for the services of public libraries is presented in coordination with some community institutions, including the Youth Computer and Electronics Club, for the sake of take advantage of the technological capabilities of the latter, which in turn imply new forms of learning, by integrating the use of ICTs for the development of enterprises, from a perspective of gender equity and social inclusion.

Key words: Entrepreneurship, Women entrepreneurs, Information needs, Informational behavior, Information Technologies



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Introducción

En la actualidad, la sociedad cubana se encuentra en un proceso de cambio a partir de la implementación desde 2008 de los Lineamientos de la Política Económica y Social (LPES). Estos persiguen la actualización del modelo económico cubano en aras de garantizar el desarrollo del país y la elevación del nivel de vida de la población.

A partir de la reestructuración que ha traído la puesta en práctica de los LPES, se han producido diversos cambios en el país. Una de las transformaciones más importantes por su impacto socioeconómico y en la estructura social, ha sido la extensión del trabajo por cuenta propia (TCP) como alternativa a la racionalización del empleo en el sector estatal. Es así que a finales de 2011 se estableció un grupo de decretos leyes y resoluciones que modificaron, flexibilizaron y diversificaron las regulaciones relacionadas al trabajo por cuenta propia.

A partir de entonces, se han otorgado a miles de personas disímiles licencias para el desarrollo de emprendimientos en el país, fundamentalmente en la capital. Al mismo tiempo, se ha visibilizado una creciente inserción de las mujeres en este tipo de actividad, que por lo general ha estado dominada por los hombres. Según Echavarría (2014) la presencia femenina fue tres veces mayor en 2011 que el año anterior, observándose un ritmo de incorporación mayor en comparación con los hombres en los últimos dos años a partir de la flexibilización del TCP, que ha traído ciertas ventajas y oportunidades para las mujeres, más manejables, cercanas al hogar y la posibilidad de obtener mayores ingresos que los percibidos en el sector estatal. Sin embargo, debe apuntarse que el TCP en Cuba tiende a la masculinización, pues del total de personas que trabajan formalmente por cuenta propia, las mujeres representan solo el 30,6%. Esta situación ha generado la multiplicación de necesidades de información de las personas interesadas en generar emprendimientos, sobre todo de las mujeres que comienzan a socializar en el mundo de los negocios. Ello requiere determinadas habilidades, como liderazgo, desarrollo empresarial, comercialización, entre otras, donde los hombres históricamente han estado sobrerrepresentados por la división sexual del trabajo. Este aspecto es fundamental para el análisis diferencial de las necesidades de información desde una perspectiva de género, pues los hombres, al estar más socializados en el sector por cuenta propia, así como, la informalidad que muchas veces



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

caracteriza en la sociedad cubana a estas actividades, presentan mayor control del espacio y del mercado, conocen mejor los trámites administrativos para la oficialización de sus negocios; mientras que las mujeres que comienzan a desarrollarse como emprendedoras tienen que lidiar con este mercado informal, muestran mayores desconocimientos, restándole posibilidades de ser competitivas, lo que influye en factores de riesgo para el fracaso de sus negocios, así como la influencia en la baja autoestima y el miedo a emprender.

Los cambios antes mencionados en la sociedad cubana han venido acompañados también de un proceso de informatización paulatino que pretende el acceso universal a las TIC, en particular a internet, que puedan ser empleadas en todas las esferas de la vida cotidiana de las personas. En este sentido, las TIC son de gran importancia para el desarrollo de emprendimientos porque permite mejorar las ideas de negocio a través del acceso a la información actualizada, estrategias de marketing y publicidad, visibilidad en las redes sociales así como el uso de aplicaciones software de Microsoft Office, entre otras que posibilitan la gestión de los emprendimientos.

Sin embargo, el acceso a internet en Cuba a pesar de su crecimiento, aún sigue siendo marginal, con limitaciones y un alto costo de conectividad, factores que resultan elementos de exclusión para aquellas personas en desventaja socioeconómica. En tanto, la información a través de internet y redes sociales, que suponen un acceso universal la información, se dificulta en el contexto cubano, donde la infraestructura tecnológica y su desarrollo han estado determinadas por el embargo económico y financiero norteamericano impuesto a la Isla. Como resultado, en el año 2017, solo alrededor del 32% de la población cubana es usuaria de internet, según datos de INTERNETWORLDSTATS y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), asimismo el *ITU World Telecommunication/ICT Indicators database* arrojó que en los años 2013 y 2014, solo el 12.9% de los hogares cubanos poseían una computadora, estando solo el 4.1% conectadas a una red.

Las desigualdades de género en el desarrollo de emprendimientos existentes en Cuba, reflejo de desigualdades estructurales en diferentes ámbitos, pueden contribuir a la generación de algunas brechas en el acceso a la información y las TIC. En relación a ello, cifras publicadas por la UIT, afirma que la brecha de género con respecto a los



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

usuarios de internet ha aumentado, pasando del 11% a finales de 2013 al 12% a finales de 2016. De igual modo apuntan los datos que las tasas de penetración de internet son más elevadas para los hombres que para las mujeres en todas las regiones del mundo. En este escenario, el empoderamiento de las mujeres es más necesario que nunca, tal como reconocen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, en particular, en el ODS 5: “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”. Para lograr este objetivo, una de las dimensiones que debe potenciarse es el acceso a la información oportuna y veraz, la alfabetización informacional y digital, en el contexto de una sociedad cada vez más informacional y dependiente de las TIC. Se trata de que las mujeres emprendedoras accedan a la información relevante para ellas y puedan hacer un uso efectivo de esta que permita el éxito de sus emprendimientos. La información oportuna, relevante permite tomar decisiones y proyectar las estrategias a seguir en sus negocios, reduciendo la incertidumbre y situaciones de riesgo y vulnerabilidad.

En ello juegan un papel fundamental las Bibliotecas Públicas y los profesionales de la información, cuyos roles deben fortalecerse para generar inclusión social. Deben favorecer no solo el acceso a la información equitativa para las mujeres, sino también trabajar en base a su empoderamiento, a través de la generación de competencias, promover el liderazgo, los emprendimientos, capacidades para el uso de las TIC, entre otros.

Sin embargo, un número limitado de las bibliotecas públicas de la capital cuentan con la infraestructura tecnológica y acceso a internet para la prestación de servicios. Por ello la necesidad de establecer alianzas estratégicas con otros centros como los Joven Club de Computación y Electrónica para la generación de capacidades tecnológicas, y favorecer al mismo tiempo el acceso a la información. Este último provee facilidades para el acceso a internet en las comunidades, así como la formación de habilidades para el uso de las TIC, y puede ser un mecanismo para el apoyo a las mujeres emprendedoras en el desarrollo de sus negocios en comunidades en situaciones de vulnerabilidad social. El establecimiento de las alianzas mencionadas, tributaría a la sostenibilidad de las acciones y servicios que brindan las bibliotecas públicas en el país, lo que tendría además un reflejo en el mejoramiento de su capital social y el de la comunidad, con



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

énfasis en el desarrollo local. Estos retos imponen la necesidad de redimensionar su actuación, centrándose en las necesidades y características de su entorno.

Con este propósito, se realizó un estudio sobre las necesidades de información, comportamiento informacional, uso de las TIC de un grupo de mujeres emprendedoras. La investigación realizada formó parte del diagnóstico del proyecto “Mujeres en desarrollo”, llevado a cabo por la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, con financiamiento de la Embajada Británica en Cuba, cuyo propósito fue la formación de capacidades infocomunicacionales para el emprendimiento femenino en comunidades con situaciones de vulnerabilidad social de La Habana como la pobreza, marginalidad, alcoholismo, violencia; situaciones ante las cuales las mujeres suelen ser más vulnerables. Una de las comunidades objeto de estudio del proyecto fue el Consejo Popular Santa Felicia, ubicado en el municipio capitalino de Marianao, lugar donde se levantaron los resultados que el presente artículo muestra.

Se destaca que el presente estudio sobre el análisis de las necesidades de información y comportamiento informacional desde una perspectiva de género, constituye un primer acercamiento al tema, puesto que en el país no se ha realizado ninguna investigación al respecto. Los autores consideran que los resultados que aquí se presentan constituyen algunas agendas de debate para continuar la indagación, sobre todo por la importancia que reviste para el diseño e implementación de políticas públicas de información transversalizadas por las TIC que tributen al desarrollo local en el país, en medio de los avatares que supone la informatización de la sociedad cubana y el proceso de reestructuración a partir de la implementación de los LPS.

Por otro lado, los resultados alcanzados son de utilidad para la comunidad científica y académica ya que presenta la aplicación de los conceptos de necesidades de información y comportamiento informacional en sectores sociales poco estudiados como son los grupos en riesgo a la exclusión y situaciones de vulnerabilidad social, mujeres emprendedoras, desde una perspectiva de estratificación social y de género.

Mapeo teórico conceptual: sobre necesidades de información, comportamiento informacional, Servicios de Información a la Comunidad (SIC)

1. Acercamiento a las necesidades de información



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Las necesidades de información de las personas dependen de la posición que cada una de ellas tenga dentro de una estructura social determinada que impacta en sus funciones, conocimientos, roles, intereses, entre otros.

Según Calva (2004), las necesidades de información son:

[...] la carencia de conocimientos e información sobre un fenómeno, objeto, acontecimiento, acción o hecho que tiene una persona, razón por la cual ésta se coloca en un estado de insatisfacción que lo motiva a presentar un comportamiento para buscar la satisfacción.

Para saber más sobre las necesidades de información del sujeto es preciso saber sobre el contexto en el cual aparecen las necesidades, esto implica investigar su situación de vida, temperamento, personalidad y la actitud del sujeto.

Por su parte, Devadason (1997), menciona que las necesidades de información son afectadas por una variedad de factores, tales como:

El rango de fuentes disponibles

La retroalimentación

La motivación

La orientación profesional

Las características individuales del usuario

Los sistemas que rodean al usuario: social, político, económico, legal y regulador.

Las consecuencias del uso de la información.

Por su parte Belkin (1981) las maneja como “[...] anomalías del estado del conocimiento” del usuario, lo cual le origina un problema que lo lleva a necesitar la información.

Haverlock (1979) expresa que son mensajes significativos dentro del sistema humano que se transforman en fuerzas dinámicas encargadas de crear un estado de inestabilidad, dentro del individuo, y que conducen a un ciclo de comportamiento con el fin de corregirla.

De la revisión realizada hasta aquí de los autores nombrados en los párrafos antecedentes, y con el fin de obtener la definición que será propuesta en esta investigación para la formación de la teoría de las necesidades de información y los métodos para analizarlas, es conveniente resaltar los siguientes aspectos:



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

- a) Las necesidades de información pretenden resolver las actividades que tiene un sujeto.
- b) Algunos autores utilizan el mismo término que se pretende definir: necesitan información, necesitan conocimiento adicional, necesidad de localizar y obtener documentos sobre un autor o título.
- c) La carencia de conocimiento puede ser interpretada como “anomalía del conocimiento”.
- d) Las necesidades de información. Las necesidades del hombre se transforman en fuerzas dinámicas que lo mueven y conducen a un comportamiento.
- e) Se tiene que reconocer la insuficiencia de un conocimiento por parte del sujeto, ya sea consciente o inconscientemente.
- f) El estado actual de conocimiento de un sujeto es menor que el necesitado. El cerebro del sujeto guarda conocimiento e información, así como la experiencia de sus vivencias.
- g) Es una sensación de carencia y es lo que el sujeto siente que debe poseer para sus actividades.

Una necesidad de información se puede interpretar como un acto, por parte del individuo, de reconocer la insuficiencia de conocimiento acerca de algunas cosas o de partes de esas cosas o modelos. Pero este reconocimiento por parte del individuo puede ser consciente o inconsciente.

Entonces, las necesidades de información son la carencia de conocimientos e información sobre un fenómeno, objeto, acontecimiento, acción o hecho que tiene una persona, producidos por factores externos e internos, que provocan un estado de insatisfacción, misma que el sujeto se ve motivado a satisfacer a través de presentar un comportamiento para buscar la satisfacción.

De lo anterior se desprenden los siguientes aspectos importantes:

- A) Carencia o insuficiencia de conocimiento e información
- B) Influencia de los factores externos e internos en la carencia o insuficiencia de conocimiento e información sobre lo expresado en A).
- C) El sujeto, debido a A) y B), siente una insatisfacción, se rompe su equilibrio; es decir, las relaciones con su medio interno y externo.



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

D) Aparece una motivación que impulsa al sujeto a tener o presentar físicamente un comportamiento informativo. Esta motivación es debida a C).

E) El sujeto, a través de su comportamiento informativo, busca la satisfacción de esa carencia o insuficiencia de conocimiento e información expresada en A).

Prasad (1992) apunta que la necesidad de información de un individuo es un complemento socialmente necesario en una labor práctica y en el curso de la exploración científica del mundo; entonces, las necesidades son definidas por las relaciones entre el nivel de conocimiento social necesario y el nivel de conocimiento disponible –o el bajo nivel de información que posee el sujeto. Se puede decir que es la información que le hace falta a la persona para seguir realizando su actividad práctica o científica.

Las necesidades de información las presenta una persona de manera individual o como grupo. Entonces existen necesidades de información de tipo colectivo, es decir, que tiene la sociedad como grupo de individuos y que están relacionadas con los fenómenos sociales y psicológicos, con las actividades de un organismo o de un sector, barrio o alguna otra división geográfica que agrupe a los individuos.

Es por ello que coincidimos con Krikelas (1983) en que el sujeto se encuentra en grupo y que el tipo de necesidad de información depende del ambiente que lo circunda, de esta forma las necesidades de información cambian cuando el individuo del grupo cambia de ambiente.

Por lo anterior se puede decir que un tipo de comunidad presentará un tipo de necesidad de información y cada sujeto tendrá necesidades similares o semejantes.

Asimismo como ya se ha mencionado, las necesidades de información se ven afectadas por los sistemas sociales, políticos, económicos u otros que afectan enormemente a las personas y sus actividades. Entonces se puede inferir que existe una dependencia entre entorno y necesidades de información.

Ahora bien, vale la pena desglosar dos aspectos que intervienen en los tipos de necesidades de información relativos a lo individual y a lo colectivo.

a) Los grupos de sujetos deben tender a ser homogéneos, en cuanto a:

Profesión

Lugar de trabajo



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Actividades que desarrollan

Ubicación física y geográfica.

b) El nivel económico, social y educativo también debe tender a ser semejante:

Nivel alto, medio, bajo

Nivel educativo:

Educación básica o elemental

Educación media

Educación superior

Educación de posgrado

Concluimos que las necesidades de información son cambiantes, dinámicas y complejas porque tienen un doble carácter objetivo y subjetivo, que suceden independientemente de la conciencia del hombre, y que en ella también inciden la actividad del individuo y sus características sociopsicológicas, por lo que no se pueden separar o analizar aisladas de los contextos u ambientes donde se desenvuelven las personas.

Las necesidades de información básicamente están determinadas por las necesidades sociales que se manifiestan en los sujetos cuando tienen la necesidad de enfrentarse a trabajos creativos, al desempeño de nuevas funciones, roles o metas laborales o la necesidad por conocer algo determinado.

Como ya habíamos mencionado las necesidades de información impulsan a un comportamiento en la búsqueda, recuperación y uso de la información que les permita intentar solucionarlas. Son dos términos que están estrechamente relacionados.

2. Apuntes generales sobre comportamiento informacional

El comportamiento informacional hace referencia al estudio de las necesidades de información de los usuarios y la manera en que buscan y hacen uso de la misma en diferentes contextos.

Debe destacarse que aunque no es objeto de este estudio profundizaciones o discusiones teóricas en torno al término comportamiento informacional, este ha sido nombrado en la literatura por algunos autores de esta forma, otros como comportamiento informativo o comportamiento de la información, pero nada de ello hace que cambie la esencia de este vocablo para esta investigación.



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Acerquémonos a qué se entiende por comportamiento informacional:

Wilson (2000) considera que el comportamiento informacional es la totalidad del comportamiento humano en relación con las fuentes y canales de información, incluyendo la búsqueda activa y pasiva de información y el uso de la información.

Por su parte, Calva (2004) apunta que el comportamiento informativo se puede entender como la manifestación de las necesidades de información del sujeto, originadas a partir de la insuficiencia de información y conocimiento acerca de un fenómeno, objeto o acontecimiento.

Este autor considera que las necesidades de información anteceden al comportamiento informacional que el individuo realiza, en correspondencia con sus conocimientos e informaciones acerca de los fenómenos que los circundan.

Parra (2006) plantea que “el comportamiento de la información comprende esencialmente la búsqueda de información, así como la totalidad de otros comportamientos no intencionales o pasivos, y los comportamientos intencionales que no envuelven dicha búsqueda como el hecho de ignorar en forma persistente determinada información.”

Los autores Spink y Coles; (2006) conceptualizan el comportamiento informativo como “...un complejo proceso informacional y humano donde se incluye la actividad social y cotidiana de los individuos y los procesos de su vida”. Esta definición nos permite afirmar que el comportamiento informativo es realmente un proceso de gran complejidad teniendo en cuenta los puntos de vista informacional y humano que se combinan para su comprensión y análisis.

Todas las definiciones anteriormente planteadas coinciden en asociar al comportamiento informacional a los términos de comportamiento humano, búsqueda y uso de la información.

Es importante señalar que la búsqueda y recuperación de información agrupa al conjunto de interacciones con el sistema de información seleccionado y a partir de este las posibilidades de estrategias de búsqueda, la manera de mostrar los resultados obtenidos y la evaluación del nivel de relevancia de cada uno de ellos. Así mismo el uso de la información parte de la información pertinente, obtenida y seleccionada y



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

posteriormente hará uso de esta, incorporándola a su conocimiento individual o haciendo contribución al conocimiento colectivo.

Cualquier análisis o intención de satisfacer necesidades en el individuo tienen como punto de partida a las necesidades de información, y transitan por el comportamiento informacional con vistas a solucionar problemas que se nos presenta en la vida diaria. El Comportamiento Informacional ha sido estudiado ampliamente por varios de autores que han intentado desarrollar enfoques y aportar metodologías adecuadas para la comprensión de este comportamiento en la búsqueda informativa. En este sentido, es de destacar a Wilson (1981), Ellis (1989), Kulhthau (1991), Dervin, (2001), crea su enfoque denominado *Sense-Making* (Construcción de Sentido), y Erdelez, Fisher y McKechnie (2005), entre otros, que proponen modelos que favorecen la comprensión del comportamiento de las personas, ya sea en el orden individual o como comunidad ante las necesidades informativas que les surgen originado fundamentalmente por el crecimiento exponencial de la información, el desarrollo tecnológico y la diversidad de sistemas de acceso a la información.

Nos sumamos a las consideraciones de Nuñez (2013) de que a pesar de la diversidad de modelos y orígenes en diferentes corrientes epistemológicas puede considerarse que los espacios informacionales son todos aquellos por lo que las personas transitan en su desarrollo y deben ser vistos como contextos histórico-sociales.

Para esta investigación, en particular, es esencial y útil, analizar el comportamiento informacional de este grupo de mujeres emprendedoras a partir de la identificación y comprensión de las necesidades de información y generalidades sobre los patrones de uso y búsqueda informativa para sus respectivos emprendimientos. En consonancia con esto, es necesario facilitarles canales o vías de obtención de la información que necesitan estas personas, por ello una alternativa de solución a esto es a través de los servicios de información a la comunidad que pueden ser brindados desde las Bibliotecas públicas.

3. Miradas a las bibliotecas públicas y a los servicios de información a la comunidad.

Desde finales del siglo XIX con la aparición de las bibliotecas públicas estas han desempeñado la función social de poner a disposición de los usuarios colecciones para



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

su consulta, con la finalidad de contribuir a su formación, desarrollo personal y a su ocio.

El concepto de bibliotecas públicas ha estado en constante evolución, conservando su esencia de institución social y democrática, pero adaptándose a las dinámicas sociales y ofreciendo garantía de acceso libre y gratuito a la información y el conocimiento.

La biblioteca pública es una institución social que cobra sentido en la medida en que se visualice y plantee como servicio al ciudadano. Es por ello que organizaciones internacionales como IFLA y la UNESCO insisten en sus Directrices (2001), en que la biblioteca pública adapte sus servicios de información al entorno, haciendo énfasis en la necesidad e importancia de facilitar información sobre la comunidad. Esa necesidad se relaciona con la posibilidad de impulsar la participación ciudadana, así como fomentar la intervención de los ciudadanos en los procesos de decisión.

Todas las instituciones de información, incluidas las bibliotecas públicas, tienen como fin principal ofrecer servicios.

Para Rojas (2003) los servicios de información “son una gama de actividades que permiten agregar información a la información, para que el usuario la transforme en conocimiento, y así satisfacer sus necesidades”.

Según Merlo (2008) la propia concepción de la biblioteca como centro difusor de información provoca el aumento de acciones encaminadas a informar a los usuarios, lo que permite que los servicios de información se afiancen, como parte del trabajo bibliotecario.

Por su parte, Echevarría y Donoso (2005) consideran a los servicios de información como “un sistema destinado a satisfacer las necesidades del público o entidad en particular, que incluye un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador, con el fin, de que un usuario obtenga un beneficio”

Sobre la base de las definiciones anteriormente expresadas puede entenderse por servicios de información al conjunto de acciones encaminadas a satisfacer las expectativas y necesidades de información de los usuarios para los que fue creado.

Los servicios de información en las bibliotecas públicas son tan diversos como los tipos de usuarios a los que sirven, pero sin dudas, los Servicios de Información a la Comunidad (SIC) juegan un rol fundamental en estas instituciones, los que con el paso



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

del tiempo han ido ampliándose y evolucionando, incorporando a estos tipos de informaciones útiles para los ciudadanos (transporte, vivienda, información cultural, turística, entre otras).

El surgimiento de los SIC sucede en Estados Unidos y Gran Bretaña, en este último país es donde se manifiesta fundamentalmente su desarrollo, esto tuvo lugar en el período de la crisis de la Segunda Guerra Mundial. En sus inicios se crearon estos servicios para intentar solucionar problemas presentados en este período de guerra, tales como parientes o familiares desaparecidos, evacuación, regulaciones de emergencias, entre otros, que sirvieran de apoyo a los ciudadanos en medio de esta situación.

Las organizaciones que se habían creado con el fin de ofrecer los SIC, al terminar la guerra, continuaron trabajando y brindando asistencia ciudadana, en este caso fundamentalmente proporcionando servicios de información y consejería de libre acceso, los que eran desarrollados en su mayoría, por trabajadores voluntarios, no remunerados. Con la intención de darles apoyo a las mencionadas organizaciones, la Asociación Nacional de Oficinas de Consejería al Ciudadano diseñó y puso en práctica un eficaz servicio de respaldo que proveía de un servicio de información actualizado y material de entrenamiento.

Como se deduce de lo expuesto con anterioridad, los SIC surgían para dar respuestas a necesidades específicas de las personas más desfavorecidas y centraban su atención en las necesidades básicas de los individuos.

En este sentido autores como Corbalan y Amat (2003) opinan que aunque este tipo de servicio de información va dirigido al público en general, no debe dejarse de soslayo la ayuda a las personas que poseen pocos recursos para garantizar su inclusión social, lo que estaría en correspondencia con lo que le dio origen a este tipo de servicio.

Además se comparte lo dicho por Betancour (2006) de que los SIC” no son solo intermediarios, hacen un aporte sustancial a la producción y circulación de información para la participación por medio de la interpretación de la realidad social, aportan de manera decidida en los procesos de generación y producción de información como eje transversal del desarrollo”

Ambos criterios son válidos para esta investigación y coinciden en resaltar la inclusión total, así como la necesidad de brindar recursos de información a los ciudadanos que



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

favorezca su participación consciente en el desarrollo y transformaciones de las comunidades.

Los SIC cada vez más se han visto impulsados por las Tecnologías de la Información (TICS), que le han servido como soportes a los servicios implementados en las diferentes organizaciones de información, en particular, las bibliotecas públicas, escenario natural y propicio para estos. Sobre todo se ve evidenciado el impacto de las TICS en los SICS en los servicios de referencia digital que por excelencia son los que más se manifiestan en estos. Entre ellos se encuentran: Formularios electrónicos, Preguntas más frecuentes, Visitas virtuales, guías informativas y servicios web 2.0. Cada vez más se hace necesario el uso de las TICS en el desarrollo de los Servicios de Información a la Comunidad, que le permita a los ciudadanos acceder a información organizada sobre recursos y servicios de organizaciones públicas y privadas que le provean de dónde y cómo conseguir la información que requieren en la solución de problemas de la vida cotidiana y de la toma de decisiones en sentido general.

Por todo ello este marco teórico servirá de sustento a esta investigación, donde se trata como objetivo máximo contribuir a la satisfacción de las necesidades de información de este grupo de mujeres emprendedoras, que son sujetos de este estudio.

Métodos y las técnicas empleados

Se empleó el enfoque mixto a partir de la triangulación entre técnicas cualitativas como la entrevista en profundidad y técnicas cuantitativas como el cuestionario, con el propósito de una aproximación más comprensiva al objeto de estudio.

Se aplicó de manera inicial el cuestionario a un total de 30 mujeres que se desempeñaban en la actividad por cuenta propia durante los meses de enero a febrero de 2016. La muestra se seleccionó de manera casual y apelando a la técnica de muestreo cualitativa de bola de nieve, a partir de la disponibilidad de las mujeres de formar parte de la investigación. No se barajaron criterios de representatividad, pues se pretendía un acercamiento al comportamiento informacional y necesidades de información de estas mujeres con el propósito de ofrecer una serie de recomendaciones de servicios a la Biblioteca Pública (BP) de la comunidad. La entrada al campo de investigación y la identificación de las primeras mujeres encuestadas, fue posible a partir del contacto



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

inicial con actores clave de la comunidad como especialistas de los Talleres de Transformación Integral del Barrio (TTIB)ⁱ.

Las variables e indicadores fundamentales que se midieron en el cuestionario fueron los siguientes:

- Características sociodemográficas de las mujeres.
- Información sobre el emprendimiento: tipos de actividades desempeñadas, proveniencia anterior al trabajo por cuenta propia, motivos para emprender, dificultades a la hora de emprender, expectativas.
- Necesidades de información.
- Comportamiento informacional: fuentes de información empleadas, canales de comunicación de preferencia, motivos para la búsqueda de información, frecuencia en la búsqueda de información, dificultades para la búsqueda de información.
- Uso de las TIC para sus emprendimientos.

Se aplicó la entrevista en profundidad en su modalidad semiestructurada (a partir de un guion flexible) a 10 de las mujeres encuestadas, las cuales fueron administradas una vez procesados los cuestionarios. Esta técnica sirvió para indagar en aspectos cualitativos sobre sus emprendimientos, necesidades de información y comportamiento informacional, así como recabar sugerencias por parte de las mujeres para la elaboración y/o mejora de los servicios de información en la comunidad.

1. Perfil de las mujeres emprendedoras: hacia una caracterización sociodemográfica.

Las edades de las mujeres encuestadas oscilan entre los 22 y 74 años, siendo el promedio de edad de 42 años, con mayor concentración de mujeres correspondientes al grupo etario de 46 a 50 años. Mientras que un 8% corresponde a las mujeres mayores de 60.

Predominan las mujeres de piel mestiza, con una menor representación de negras. El siguiente gráfico muestra la distribución por color de la piel:



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

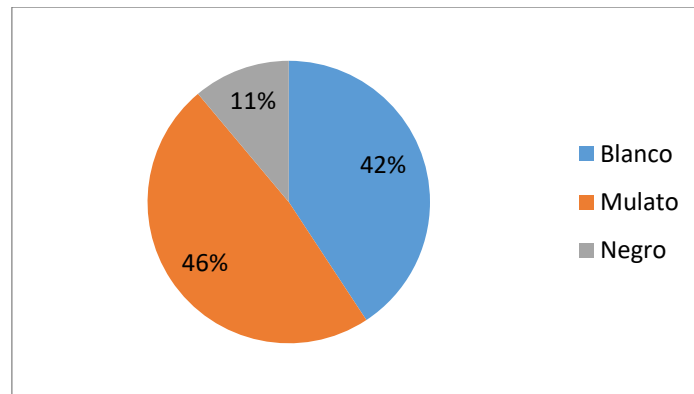


Figura 1. Porcentaje en cuanto al color de la piel de las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Se observó que no existen grandes diferencias entre el color de la piel y los emprendimientos que realizan.

En cuanto a los niveles de escolaridad, se obtuvo que la mayoría poseía altos grados de instrucción, prevaleciendo aquellas con nivel superior de enseñanza, como se puede observar en el siguiente gráfico:

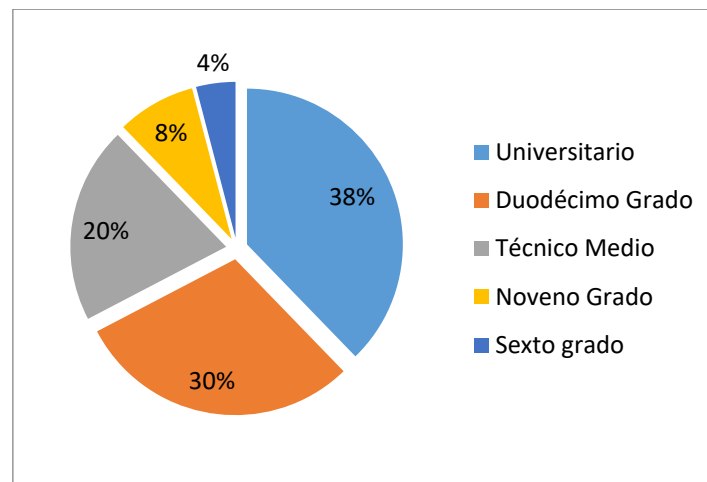


Figura 2. Porcentaje de los niveles de escolaridad de las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Los tipos de emprendimientos que desarrollan están fundamentalmente relacionados a la elaboración y venta de alimentos en cafeterías, desempeñados desde sus hogares. En segundo lugar destaca los negocios de peluquería, donde solo dos de las encuestadas cuenta con un lugar rentado para ello y además con personal contratado (también mujeres). Luego sigue los emprendimientos de modista y sastre, siendo una sola emprendedora quien posee trabajadores contratados, entre ellos un hombre (el hijo). El



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

resto de los emprendimientos se desarrollan desde sus hogares exentos de personal contratado, por lo que se trata fundamentalmente de formas de autoempleo, exceptuando dos de las mujeres que se dedican al cuidado de niños que tienen entre tres y cinco personas contratadas para ello. El siguiente gráfico muestra los tipos de emprendimientos de las mujeres encuestadas.

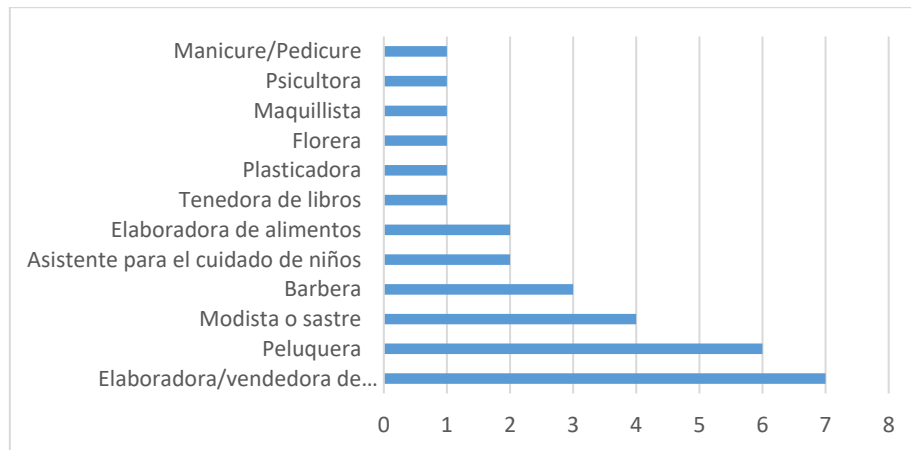


Figura 3. Tipos de emprendimientos desarrollados por las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Se destaca que las mujeres más jóvenes se concentran en los emprendimientos de peluquería, mientras que las de edades más avanzadas se visibilizan fundamentalmente en la actividad de elaboración y venta de alimentos.

El 60% de las mujeres son nuevas empresarias, pues sus emprendimientos llevan funcionando de 3 a 42 meses, mientras que 30% pueden ser consideradas como emprendedoras nacientes al llevar menos de 3 meses, solo el 10% restante son emprendedoras establecidas las cuales desarrollan su actividad durante más de 42 meses. Se destaca que las mujeres más jóvenes resultan las emprendedoras nacientes. Se obtuvo además que el 68% de las mujeres poseía licencias, no así para el 32% restante, que desarrollan pequeños negocios de elaboración y venta de alimentos en sus hogares con el propósito de contribuir con los gastos familiares, la mayoría de ellas se encontraban ocupadas anteriormente como amas de casa.

Se indagó además en el sector de proveniencia anterior al trabajo por cuenta propia, evidenciándose que la mayoría provenía del sector estatal, que refleja la migración que se viene generando en el país del sector del empleo estatal hacia los empleos por cuenta propia. La mayoría de estas mujeres trabajaban en el sector educativo. Luego le siguen



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

aquellas mujeres que eran amas de casa y decidieron comenzar su actividad emprendedora, representadas por los grupos de edades más adultas. Solo el 6% de las encuestadas provenían del sector privado, desempeñándose como trabajadoras contratadas. El gráfico que se presenta a continuación expone el sector de proveniencia de las mujeres antes de sus iniciativas de emprendimientos.

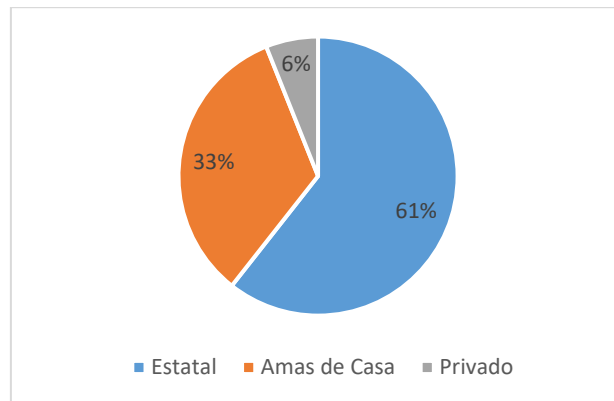


Figura 4. Porcentaje del sector de proveniencia de las mujeres antes de iniciar sus emprendimientos.

La mayoría de las dificultades expresadas por las mujeres que influyeron en el inicio de sus emprendimientos, fue fundamentalmente la falta de recursos y financiamiento, no contar con un local, el desconocimiento de las nuevas regulaciones sobre el TCP y protección legal, falta de capacitación y conocimientos sobre cómo emprender, escaso apoyo familiar, conciliación del trabajo doméstico con las labores del emprendimiento, y otros factores relacionados a la autoestima como el miedo a la opinión social y al fracaso, entre otros.

Dentro de los motivos para emprender, destacan la necesidad de emancipación y autonomía económica, obtener mayores ingresos, satisfacción personal, etc.

Poseen altas expectativas en relación a sus emprendimientos como mejorar la calidad de vida de ellas y sus familias, satisfacer las expectativas de los clientes, ser reconocidas por su negocio, tener abundante entrada económica y lograr su realización personal.

Resultados y Discusión

1. Necesidades de información

Al indagar en las necesidades de información de las mujeres emprendedoras, se obtuvo que estas están relacionadas fundamentalmente a asuntos legales sobre la actividad por cuenta propia, lo que les permite desempeñar sus negocios de acuerdo a las regulaciones



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

y estipulaciones establecidas por el Estado y por tanto, evitar posibles ilegalidades. Ello resulta de vital importancia para la toma de decisiones en sus negocios. Asimismo mostraron la necesidad de contar con información acerca de cómo diseñar estrategias de comunicación, aplicación del marketing para la captación de clientes ante la creciente competencia y también mejorar sus negocios. Todo ello está relacionado a la necesidad manifiesta por la mayoría de contar con información sobre cursos de capacitación en relación a estas cuestiones. El siguiente gráfico refleja las necesidades de información expresadas por las mujeres encuestadas:

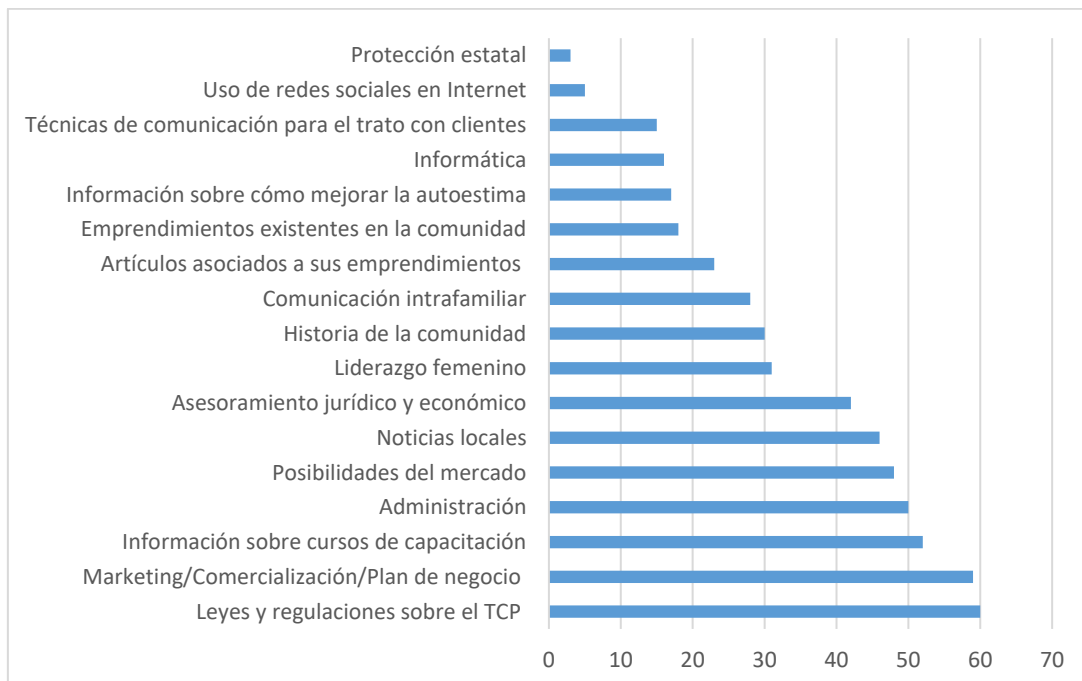


Figura 5. Necesidades de información de las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Es necesario puntualizar que las necesidades de información, tanto como los motivos de búsqueda de la misma, reflejan necesidades sociales de las mujeres emprendedoras que visibilizan sus características como sujetos históricos y los roles asumidos en la división sexual del trabajo. En este sentido, las estructuras de las sociedades patriarcales han determinado mayores ventajas y oportunidades para los emprendimientos masculinos, siendo los emprendimientos femeninos fundamentalmente de subsistencia, de menor extensión, que se realizan en condiciones más precarias, donde los hombres de las familias de las mujeres emprendedoras son quienes principalmente manejan las finanzas y administración de los negocios de estas. De esta manera, las mujeres por tendencia



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

han emprendido en los sectores de servicios y comercialización, desarrollados fundamentalmente en la esfera doméstica, en base a actividades “tradicionalmente” consideradas como femeninas, menos visibilizados que las actividades desempeñadas por hombres emprendedores.

En tanto, las necesidades de información están estrechamente vinculadas a las necesidades latentes de estas mujeres que buscan su independencia económica y que para ello han decidido desarrollar sus emprendimientos, lo que les impone nuevos desafíos en un contexto de socialización en el que tradicionalmente ha estado representado por hombres. De ahí también que el tipo de información que necesitan y los motivos que impulsan a su búsqueda para desempeñar sus negocios, está fundamentalmente dirigida a la capacitación, ante la falta de experiencia empresarial, negociación, finanzas, administración, liderazgo, etc. Se destaca además, cómo las mujeres encuestadas mostraron interés en informarse acerca de técnicas psicológicas y cursos para superar el miedo, la falta de confianza en sí mismas, la baja autoestima así como otros obstáculos derivados de estereotipos y prejuicios sobre la imagen femenina en el mundo del emprendimiento. Algunas de ellas se mostraron interesadas en recibir capacitación e información sobre mediación y comunicación intrafamiliar, ya que expresaron que una de las barreras para desempeñarse como emprendedoras son las críticas que reciben de sus familiares, en particular de sus parejas. En suma, se puede percibir cómo las necesidades de información de las encuestadas, están relacionadas con las desventajas socio - históricas vividas por las mujeres como grupo social. En el siguiente gráfico se muestran los principales motivos para la búsqueda de información por parte de las mujeres emprendedoras, que permite corroborar las ideas apuntadas:



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

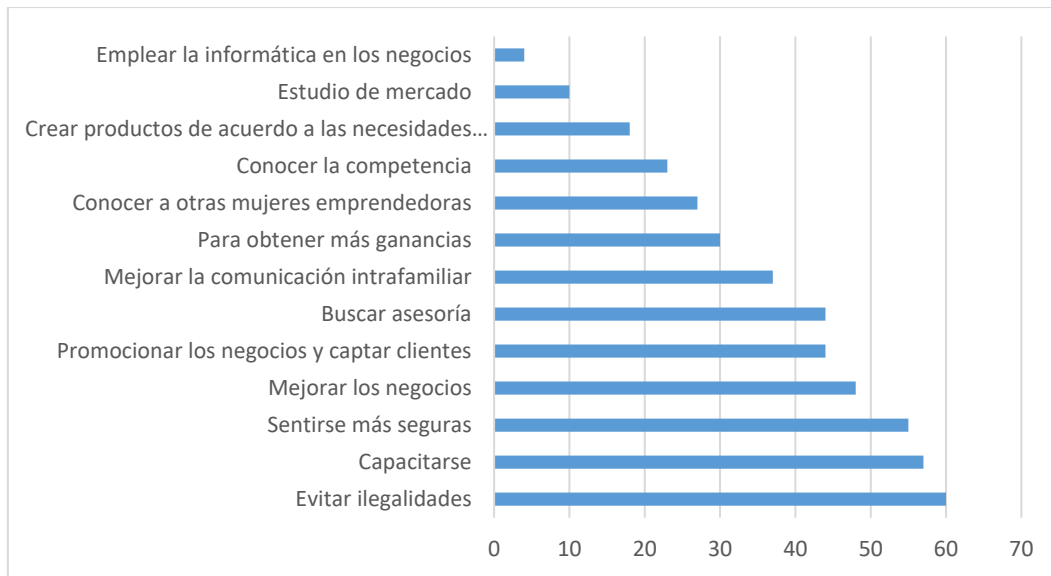


Figura 6. Motivos para la búsqueda de información de las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Estos motivos o deseos, reflejan la existencia de las necesidades de información de las mujeres emprendedoras, que determinan sus comportamientos hacia la búsqueda de información en aras de reducir la incertidumbre, mediante la adquisición de conocimientos fundamentalmente, como se planteó con anterioridad.



2. Búsqueda de información

Lo antes expuesto, justifica el alto valor percibido por las mujeres encuestadas sobre la utilidad de la información para la toma de decisiones y el empoderamiento en el desarrollo de sus emprendimientos. Los resultados acerca de la frecuencia en la búsqueda de información arrojan que las emprendedoras tienden a buscar información de manera frecuente. El gráfico que se presenta a continuación así lo evidencia:

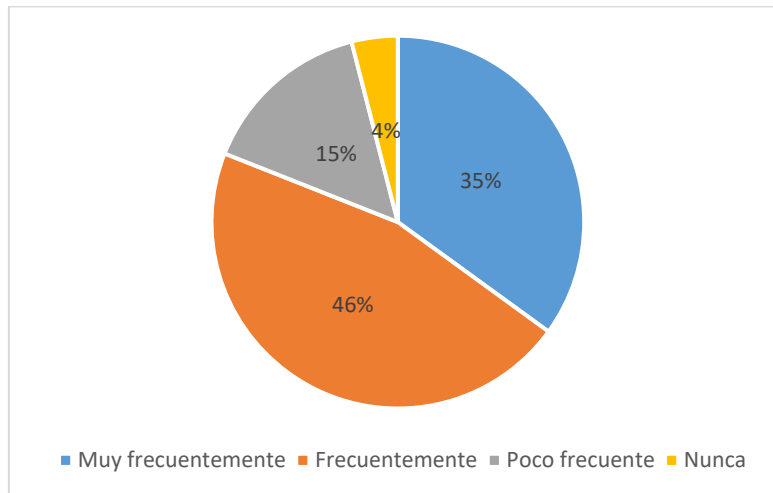


Figura 7. Porcentaje de la frecuencia en la búsqueda de información de las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Sin embargo, a pesar de que con frecuencia buscan información, se destaca que la mayoría expresó no contar con el tiempo necesario para ello, debido a la conciliación que deben hacer de su actividad emprendedora con el trabajo doméstico, unido a la incomprensión de sus parejas, lo que constituye una barrera sobre todo para cursar estudios de capacitación, reflejo de las brechas de género existentes.

Al ser bastante limitado el tiempo con el que cuentan, muchas de las mujeres plantearon en las entrevistas realizadas, la necesidad de contar en la comunidad con un centro de información que les oriente acerca de sus inquietudes de manera rápida y eficaz, pues una de las grandes limitaciones manifiestas es la dispersión de información que existe en relación a las nuevas formas de empleo no estatal, a la vez que pocas conocen de centros encargados de capacitación. Por otro lado, algunos de los encargados de prestar servicios de información y asesoría en las instituciones fundamentales sobre el TCP, no cuentan con los conocimientos suficientes para brindar orientación a las personas



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

emprendedoras. En tanto, la accesibilidad de la información resulta ser uno de los mayores problemas que encuentran las mujeres a la hora de emprender.

La mayoría de la información a la que suelen acceder se encuentra en términos demasiado técnicos que obstaculiza la comprensión, para lo cual en muchas ocasiones necesitan de especialistas que las ayude a decodificar el mensaje, los cuales no siempre están al alcance o no saben dónde localizarlos.

También resultó significativo el reconocimiento por parte de algunas de las mujeres encuestadas de las limitaciones personales para la gestión de información personal, aludiendo que la mayoría de las ocasiones no saben a dónde acudir para informarse, qué información deben manejar y por tanto buscar. Ello también puede estar relacionado a que las regulaciones del trabajo por cuenta propia en el país desde su ampliación y flexibilización, aún siguen sufriendo modificaciones. En el gráfico que se muestra a continuación se evidencia lo expuesto:

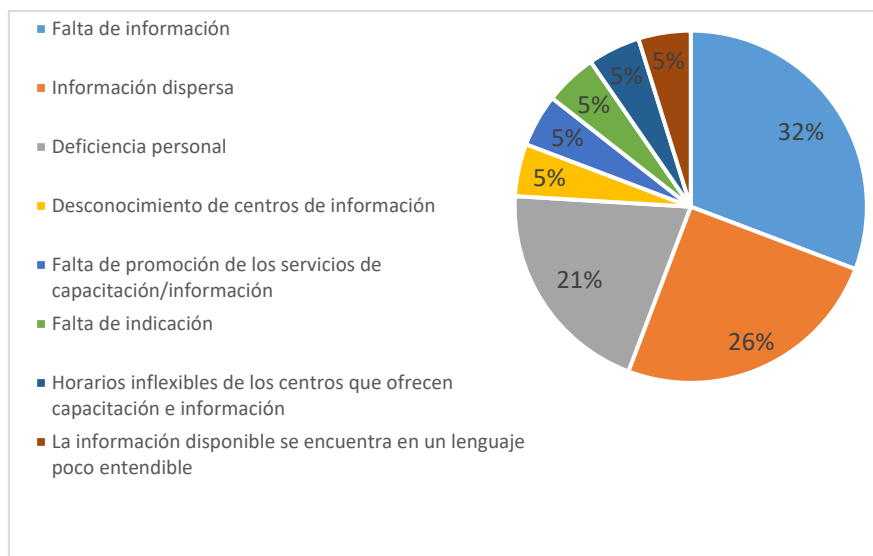


Figura 8. Dificultades para la búsqueda de información de las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

3. Fuentes de información

En dependencia de las necesidades de información y el tipo de información que necesitan, las mujeres acuden a diferentes fuentes para la satisfacción de dichas necesidades.

Se destaca en primer lugar como fuente para el acceso a la información y la satisfacción de las necesidades informacionales, la Oficina Nacional de Administración Tributaria



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

(ONAT) del municipio, órgano al cual le compete la gestión, control, determinación, recaudación y fiscalización de los tributos que por ley se establecen y los procedimientos para su gestión, al cual acuden las mujeres emprendedoras en calidad de contribuyentes para realizar trámites propios del Registro de Contribuyentes. Sin embargo esta fuente no ofrece toda la información sobre el TCP, pues por su competencia, se restringe a los procedimientos tributarios. En segundo lugar resultaron las fuentes personales basadas en el criterio de expertos y especialistas (abogados, economistas, etc.), luego la Dirección Municipal de Trabajo y Seguridad Social, órgano de gobierno que norma, controla, organiza y hace cumplir lo establecido con el derecho laboral del territorio, y por tanto, posee toda la información relativa al TCP.

También ha jugado un papel importante los TTIB y la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), centros que brindan cursos de superación para el aprendizaje de determinados oficios, así como ayuda legal, cursos de comunicación y marketing, entre otros.

Se señala además como una de las fuentes de información importantes para las mujeres, la vía oral a través de amistades que se desempeñan en el trabajo por cuenta propia (sobre todo otras mujeres), pues resulta la manera más accesible y fácil de comprender por los códigos de comunicación empleados entre iguales, y porque además apela a la experiencia personal, posibilidad que les da de consultar y adquirir buenas prácticas.

Se identificó en aquellas mujeres que habían estado insertada en actividades estatales una mayor variedad en las fuentes de información, relacionado también a que poseían una red más amplia y diversificada de contactos personales. Sin embargo, contrasta el resultado que la mayoría que llevaban más tiempo como emprendedoras, poseían una red pequeña de contactos, que puede explicarse por las condiciones estructurales en las que desempeñan sus negocios, algunas sin licencia, con negocios casi de supervivencia que no les permite una acumulación de capital y reproducción ampliada de los mismos. Aquellas que expresaron mantener varios vínculos con diferentes personas, afirman que estos les han servido para acceder información vital o relevante para el desempeño como emprendedoras.

El gráfico que se muestra a continuación expone las principales fuentes de información empleadas por las mujeres encuestadas:



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

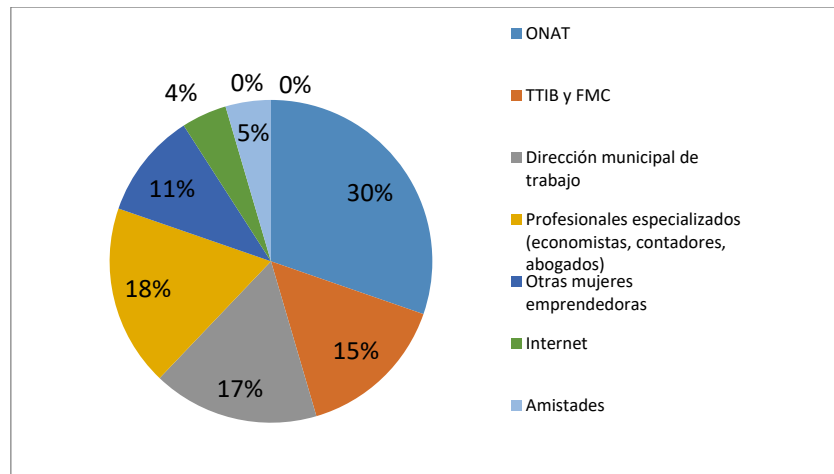


Figura 9. Porcentaje de las fuentes de información empleadas por las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

4. Canales de comunicación

Al indagar los canales de preferencia para recibir información relacionada al emprendimiento, las mujeres apuntaron que la mejor vía es a partir de boletines y plegables en la comunidad, que puedan ser distribuidos en los lugares de mayor frecuencia y concentración de personas, o puedan ser colgados carteles en los lugares de mayor visibilidad y afluencia como los consultorios médicos, la bodega, las paradas de autobuses, panaderías, entre otros. En segundo lugar resultó la prensa como otra de las vías fundamentales para recibir información ya que tiene una frecuencia diaria, así como la televisión, lo que demuestra la importancia de los medios masivos para estas mujeres. En el siguiente gráfico se muestran aquellos canales que fueron mencionados por las mujeres:



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

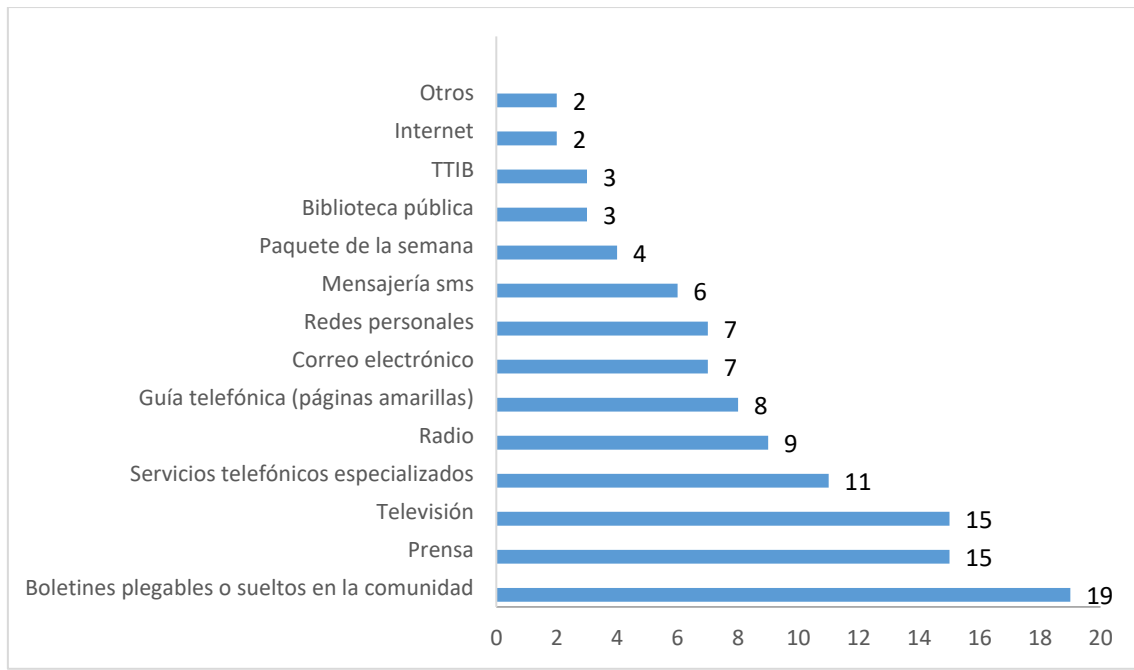


Figura 10. Canales de comunicación de preferencia por las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Los motivos para acceder a la información a través de boletines y sueltos en la comunidad se debe a que según las mujeres, facilitaría con un lenguaje más sencillo obtener la información deseada y tendría una mayor cobertura de acceso, así como la prensa y la televisión, medios tradicionales a la que la mayoría de las mujeres pueden acceder sin dificultad.

Del mismo modo, se destacó la importancia que las mujeres atribuyen a las redes sociales en la comunidad para obtener información y asesoría respecto a la actividad del emprendimiento y o a su actividad en particular, identificando las fuentes orales a través de amistades, familiares como una de las más importantes para la satisfacción de sus necesidades de información.

Sin embargo, a pesar de reconocer la importancia de internet para acceder a información “de todo tipo”, las encuestas y entrevistas realizadas apuntan que resulta una vía poco costeable por los precios establecidos para la navegaciónⁱⁱ. Resultó interesante cómo varias de las mujeres encuestadas señalaron la importancia de recibir información sobre el TCP a través de mensajes de texto SMS, pues resultaría una vía bastante expedita para informarse. Al respecto señalan algunas, que la Empresa de Telecomunicaciones S.A. (ETECSA) pudiera diseñar un servicio de mensajería (como lo tiene para



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

informarse sobre el tiempo, cartelera cultural, etc.) para transmitir informaciones relacionadas a las regulaciones del TCP.

Aquellas que señalaron el correo electrónico como canal para recibir información, son por lo general las mujeres más jóvenes que poseen en sus celulares el servicio de correo Nautaⁱⁱⁱ facilitado por ETECSA.

Muy pocas señalaron la necesidad de recibir información a través del paquete de la semana^{iv}, puesto que para ello necesitan de un ordenador o equipo de reproducción de video digital.

Respecto a la identificación de la BP como lugar para acudir a satisfacer sus necesidades de información, la mayoría de las mujeres no reconoció su importancia, alegando que la misma se encuentra en mal estado y dudan acerca del estado de actualización de sus fondos. Del total de encuestadas, solo el 9% afirmó conocer los servicios que brinda la BP de su comunidad.

5. Uso de las TIC para los emprendimientos

Se evidenció que pocas mujeres empleaban las TIC para sus emprendimientos, resultando solo el 33%, como se muestra en el siguiente gráfico:

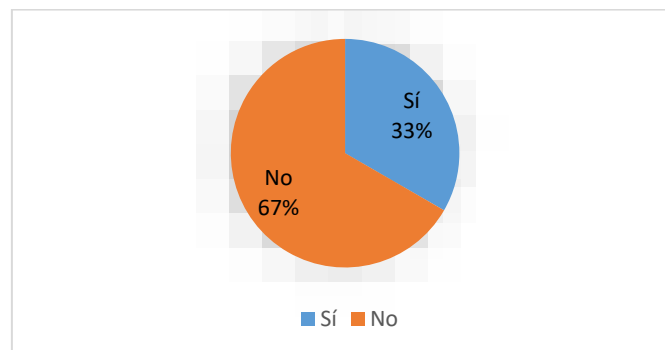


Figura 11. Porcentaje del uso de las TIC para los emprendimientos por las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Resultaron ser las mujeres más jóvenes del estudio quienes mayoritariamente empleaban las TIC para sus emprendimientos. Ello refleja una brecha digital generacional que plantea desafíos para la elaboración de programas de alfabetización por parte la BP de la comunidad en conjunto con los Joven Club de Computación y Electrónica^v, institución que cuenta con capacidades tecnológicas para el aprovechamiento de las mujeres.



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

El uso de las TIC también está relacionado con los niveles educativos y adquisitivos, evidenciándose el mayor uso de las mismas en aquellas mujeres con niveles más altos de instrucción y de poder adquisitivo, visible por el tipo de emprendimiento que desarrollan.

Dentro de las dificultades para el uso de las TIC se encuentra fundamentalmente la escasez de recursos económicos para el acceso a Internet, y/o poder comprar un ordenador, tablet o Smartphone. Por otro lado se encuentra las capacidades para el uso, manifestando muchas mujeres que no cuentan con los conocimientos necesarios para ello.

Al indagar en el tipo de TIC, aplicaciones derivadas de estas que emplean para sus emprendimientos, destacó con mayor porcentaje el uso de la aplicación Microsoft Excel para gestionar la información relativa a las finanzas y la contabilidad de los negocios por su facilidad para los cálculos, Microsoft Word, Microsoft PowerPoint para la realización de tarjetas de presentación, carteles, entre otros relacionados con el Marketing y la publicidad, así como el uso de internet para buscar información acerca de sus actividades de emprendimiento y sobre las regulaciones sobre el TCP, comunicarse a través de las redes sociales y correo electrónico con amistades/familiares que suministran determinados insumos para sus negocios. Se señala que tres de las mujeres que mencionaron usar internet para la búsqueda de información en relación a su negocio, manifiestan que en algunas ocasiones no saben cómo buscarla. El siguiente gráfico evidencia lo expuesto:

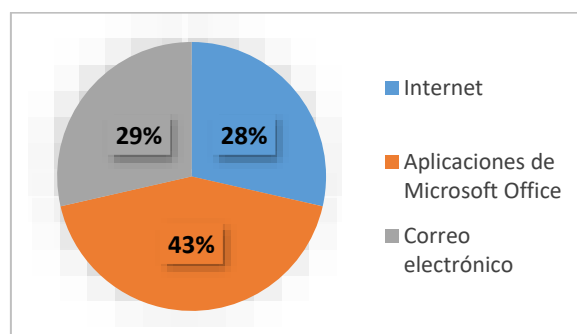


Figura 12. Porcentaje de tipo de TIC empleados en los emprendimientos por las mujeres encuestadas en el período de enero a febrero de 2016.

Se pudo observar una correlación entre los tipos de emprendimientos que se desarrollan aprovechando las bondades de las TIC. Aquellas mujeres que mencionaron emplear



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Microsoft Office fueron: 2 asistentes para el cuidado de niños, 1 tenedora de libros, 1 elaboradora/vendedora de alimentos y bebidas, 1 modista, 1 peluquera; mientras que emplean internet y correo electrónico: 2 peluqueras, 1 manicure/pedicure y 1 maquillista para buscar fundamentalmente las últimas tendencias sobre diseño, maquillaje, peluquería y manicure.

Propuesta de servicios de información para la BP

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por las encuestas y entrevistas realizadas a mujeres emprendedoras, se hace necesario involucrar a la BP en el apoyo a los emprendimientos femeninos de la comunidad. En primer lugar, se recomienda que las acciones y servicios sean implementados por un equipo de la BP que trabaje sistemáticamente la transversalización de género en los servicios bibliotecarios, así como la creación de acciones afirmativas a través de los mismos para lograr la inclusión social y la equidad que pueda monitorear dicho servicio.

Para ello se sugiere las siguientes líneas de actuación y posibles servicios de información a desarrollar por la misma:

- Diseñar un directorio con las instituciones que ofrecen apoyo e información sobre el TCP, así como de las instituciones para la realización de trámites (debe contener al menos dirección, teléfono, servicios que presta).
- Disponer de una base de datos de la prensa y datos legislativos acerca del TCP, basada en publicaciones oficiales.
- Generar un fondo bibliográfico sobre instructivos, tendencias, etc. acerca de los diversos oficios que desarrollan las mujeres emprendedoras de la comunidad.
- Adquirir materiales sobre la gestión de negocios y otros temas de interés para las mujeres emprendedoras.
- Fomentar el uso de la información local con el propósito de favorecer el acceso a la información de otras entidades y servicios de información existentes en la comunidad (información administrativa, geográfica, estadística, histórica, etc.).
- Establecer sinergias y alianzas estratégicas con otras instituciones de la comunidad con el propósito de apoyar los emprendimientos femeninos. Se trata de que la BP sea la coordinadora, articuladora de servicios que se ofrezcan de manera conjunta. Asimismo, debe colaborar con instituciones para la



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

elaboración de información integrada sobre el TCP. Se trata no solo de recopilar la información de otras instituciones, sino también analizarla y ofrecerla en el formato y lenguaje adecuado, sencillo para las mujeres emprendedoras. Con esa información pudiera elaborar un boletín con actualizaciones, novedades, noticias relacionadas a los emprendimientos y TCP, socializar buenas prácticas y pequeños testimonios de otras mujeres emprendedoras de la comunidad, así como difundir sobre cursos que se imparten en otros centros de la comunidad. También puede apoyarse de infografías atractivas. El papel de la BP es el de coordinar, articular la información dispersa sobre el TCP para facilitar el acceso a la información de las mujeres emprendedoras.

- Como la BP carece de infraestructura tecnológica, puede apoyarse en el Joven Club de Computación y Electrónica, que disponga una base de datos en formato electrónico que facilite el acceso a la información sobre el TCP, con links en el caso de tenerlo a las instituciones correspondientes. El Joven Club puede disponer también el directorio de instituciones y servicios que prestan. De igual forma, la BP debe coordinar talleres y cursos de capacitación sobre el uso y aprovechamiento de las TIC en los Joven Club.
- La BP debe ofrecer una serie de servicios especializados de formación de capacidades que fomenten y apoyen el emprendimiento femenino como charlas, cursos sobre promoción del emprendimiento y desarrollo empresarial, liderazgo, empoderamiento, entre otros que sean de interés para las mujeres.
- Por otro lado, debe fomentar estrategias de alfabetización informacional para que las mujeres emprendedoras pueda hacer uso consciente de la información, puedan interpretar lo que se transmite.

Conclusiones

A partir del análisis realizado se arribó a las siguientes conclusiones:

- Se obtuvo una descripción del proceso de búsqueda de información, necesidades de información, así como problemas informativos, de acceso a la información con los que se enfrentaban un grupo de mujeres emprendedoras de la comunidad de Santa Felicia del municipio capitalino de Marianao.



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

- Entre los principales resultados se obtuvo que las mujeres emprendedoras en situaciones de vulnerabilidad social, constituyen un estrato en riesgo de exclusión informacional dada su dificultad para acceder a fuentes de información formales e informales.
- Las necesidades de información, así como el comportamiento informacional de las mujeres emprendedoras están estrechamente relacionados con sus características como sujeto histórico-social, determinadas por la división sexual del trabajo y las desigualdades que se han configurado en torno a este elemento.
- Muy pocas mujeres resultaron emplear las TIC para el desarrollo de sus emprendimientos, resultando aquellas más jóvenes quienes tenían mayores habilidades y oportunidades para su acceso y uso.
- A partir de ello, se establecieron una serie de sugerencias de acciones y servicios de información a implementar por la Biblioteca Pública de la comunidad en estrecha relación con las instituciones de su entorno, en particular el Joven Club de Computación y Electrónica.
- Se consideró a la Biblioteca Pública como la institución protagónica para facilitar el acceso a la información y el empoderamiento de las mujeres emprendedoras a partir de su rol formativo en la comunidad.

Referencias

- Belkin, N. J.(1981) “Models of dialogue for information retrieval” : International Forum in Information Science, vol. 4, pp. 18-19.
- Betancur B, A. M. (2006). Las bibliotecas públicas en la construcción social del territorio: una propuesta para América Latina. . En: I Congreso de Bibliotecas Públicas de Chile
- Calva González, J. J(2004) Las necesidades de información: fundamentos teóricos y métodos. México UNAM, centro Universitario de Investigaciones bibliotecológicas.
- Corbalan Sánchez, L. M. y C. B. Amat. (2003). Vocabulario de información y documentación automatizada. Valencia: Universidad de Valencia.
- Devadason, J. W.(1997) “A methodology for the identification of information needs of users” IFLA Journal, vol. 23, no. 1, p. 42.



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

- Echevarria Aguilar, J & Donoso Vegas, R. (2005) Servicio de referencia electrónica basada en mensajería instantánea. Propuesta metodológica. *Bibliotecología y Gestión de Información*, no. 8, p.38. Recuperado de:
<http://www.eprints.rclis.org/archive/00004808>
- Echavarría, D. (2014). Trabajo remunerado femenino en dos momentos de transformación económica. *Temas* 80, 65-71. Recuperado de:
[http://www.temas.cult.cu/sites/default/files/articulos_academicos_en_pdf/Descarga r%20art%C3%ADculo%20en_48.pdf](http://www.temas.cult.cu/sites/default/files/articulos_academicos_en_pdf/Descarga%20art%C3%ADculo%20en_48.pdf) .
- Haverlock, C. (1979). Planning for innovation through dissemination and utilization for knowledge. University of Michigan. Institute of Social Research, 1979, pp. 2,11. Recuperado de:
<https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015042573447;view=1up;seq=5>
- InternetWorldStats (data up to January 2017) <http://www.internetworldstats.com/> ITU Individuals Using the Internet, 2015. <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/wtid.aspx>
- Krikelas, J. (1983) "Information seeking behavior: patterns and concepts" *Drexel library quarterly*. Spring, vol. 19, no. 2, p. 10.
- Merlo Vega, J. A. (2008). La calidad de la información telemática. Evaluación de servicios públicos de referencia digital., Universidad de Salamanca, Salamanca.
- Núñez Paula, I. (2013) perspectiva histórica y metodológica del sistema conceptual relativo al comportamiento informacional. *Bibliotecas .Anales de Investigación*, no, 8-9, p.73.
- Oramas, S. (2015). Buscando señal. Acerca de los usos sociales de la red WIFI- ETECSA que realizan los usuarios que acceden desde el Parque de 51 en el municipio habanero de La Lisa (tesis de pregrado). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- Portal, R (2003). Por los caminos de la utopía. Un estudio de las prácticas comunicativas de los Talleres de Transformación Integral del Barrio en la Ciudad de La Habana. (tesis de doctorado) Universidad de La Habana, La Habana, Cuba .



Estudio de comportamiento y necesidades de información en mujeres emprendedoras. Retos actuales para las Bibliotecas Públicas cubanas

Revista Publicando, 5 No 14 . No. 1. 2018, 224-258. ISSN 1390-9304

Prasad, H. N. (1992). Information needs and user. Varanasi . Indian Bibliographic Center, 1992, p. 29

Rojas B, J. L. (2003). Diseño de servicios de información: Selección de lecturas. La Habana: Félix Varela

Spink,A & Cole,C.B(Eds.)(2006) New directions in human information behavior.Dordrecht, The Netherlands:Springer.

Wilson, T. D. (1981). On user studies and information needs. Journal of documentation, 37(1), 3-15.

Wilson, T. D. (2000). Human information behaviour. Informing science, 3(2), 49-55.

ⁱLos Talleres de Transformación Integral del Barrio (TTIB), fueron promovidos en el año 1988 por el Grupo para el Desarrollo Integral de la Capital en La Habana. Su misión a largo plazo es básicamente educativa, intentando reforzar el papel de la comunidad como sujeto de la transformación que se pretende conseguir, a partir del reconocimiento de las demandas populares. Están conformados por equipos interdisciplinarios con formación en temas sociales. Constituyen una experiencia de construcción de ciudadanía a través de procesos de planeación estratégica, capacitación y participación a escala comunitaria, que han probado su capacidad de sostenibilidad facilitando procesos de desarrollo humano y local, con gran capacidad de innovación y economía de recursos. (Portal, 2003)

ⁱⁱEn la actualidad, el precio de conexión a Internet ofrecido por las oficinas de ETECSA y sus puntos wifi es de 1.50 CUC la hora, equivalente a 1.50 USD.

ⁱⁱⁱEn junio de 2013 se aprobó en Cuba la comercialización del servicio de acceso a Internet para personas naturales, de acuerdo con la Resolución No. 197/2013 del Ministerio de la Informática y las Comunicaciones (MIC) a través del proveedor Nauta, marca de los servicios de acceso a Internet y mensajería electrónica de ETECSA. El 3 de marzo de 2014, ETECSA anunció la posibilidad de consultar el buzón de correo electrónico con dominio @nauta.cu desde los celulares siempre y cuando estos soporten servicios de transmisión de datos y contengan una aplicación de correo electrónico. (Oramas, 2015)



^{iv}El paquete de la semana consiste en una de las nuevas formas de producción-distribución-consumo cultural en la sociedad cubana, alternativa a las ofertas de las instituciones estatales cubanas. Constituye además un reflejo de la economía informal que se desarrolla en el país, al circular de manera ilegal (también circula en puntos fijos bajo licencia oficial de Vendedor - Comprador de Discos), pero que se ha convertido en una práctica de consumo “legitimada” y “naturalizada” en la población. Circula a través de dispositivos digitales como memorias flash y discos duros extraíbles, es actualizado semanalmente y tiene un costo de 50 pesos en moneda nacional ó 2 CUC, equivalentes a 2 USD. Contiene múltiple y variada información, audiovisuales, revistas, anuncios clasificados, noticias, libros de cocina, diseño de moda y estilismo, decoración de interiores, manualidades, tutoriales de marketing, leyes, etc. En la actualidad, es una de las alternativas fundamentales a Internet para el acceso a la información tanto lúdica como instructiva por la variedad de información que contiene para todo tipo de público.

^vLos Joven Club de Computación y Electrónica fueron creados en la década de los 80 como parte de la informatización de la sociedad cubana, cuya misión es facilitar el acceso a las TIC, entre ellas a Internet y contribuir además a la alfabetización tecnológica de la población.