

Informe de la XIV reunión Fortalecimiento de las Redes de Información en Salud en AL&C

Conociendo a los usuarios para mejorar los productos y servicios de la BVS



Objetivo: La XIV reunión para el Fortalecimiento de las Redes de Información en Salud en AL&C tuvo como tema **Conociendo a los usuarios para mejorar los productos y servicios**.

Fecha: 14 de septiembre de 2022.

Conferencistas:

- **BIREME**, por Gustavo Lins, Design de Productos

Compartiendo Experiencias:

- **BVS LEpra**, por Andrea Bogado, ILSL | Coordinadora de la BVS Lepra

La XIV reunión para fortalecimiento de las redes de información en salud en AL&C contó con la coordinación de las Redes BVS y LILACS.

Verônica Abdala, Gerente de Servicios Cooperativos de Información y Producción de Fuentes de Información de BIREME, dio la bienvenida a todos y habló acerca de la importancia del tema de esta sesión, visto que los usuarios son la razón de la existencia y de todo el trabajo que realiza las BVS, y para saber si los productos y servicios atienden las necesidades de los usuarios es imprescindible conocerlos. Agradeció la participación de los conferenciantes y los participantes.

Juliana Sousa, Supervisora del área de Monitoreo de Instancias y Proyectos BVS, (4:44), empezó con la agenda del día e hizo una pequeña introducción acerca de la importancia de los usuarios en el contexto de la BVS. Para los coordinadores es fundamental conocer al público, identificar la información, organizar los contenidos de acuerdo a los usuarios, explorar y descubrir nuevas oportunidades, ampliar el acceso a los contenidos y entender cómo los usuarios acceden y evalúan la información. Juliana citó como ejemplo el éxito de la presentación del grupo Coldplay en el Rock in Río, que fue muy comentado en las redes sociales, y se descubrió que todo este éxito se debe a que el grupo conoce muy bien quiénes

son sus seguidores. Haciendo una analogía con el tema de esta reunión, podemos decir que el éxito radica en conocer quién es nuestro público/usuario y así, poder ofrecer servicios y productos para estos usuarios.

La comunicación y los servicios a los usuarios de la BVS comprende un conjunto de actividades de atención y capacitación a los usuarios, y de divulgación y desarrollo de competencias para el uso de las fuentes de información, todo esto también permite identificar y atraer nuevos públicos. Debemos conocer bien a nuestros usuarios, porque no son todos tienen las mismas necesidades ni el mismo modelo mental.

Por ello, Juliana finalizó lanzando la siguiente pregunta: “¿Cómo debemos hacer para conocer a nuestros usuarios y mejorar los productos y servicios en la BVS?” y paso la palabra para el invitado Gustavo Lins, que es Design de productos y tiene experiencias con el tema de experiencia del usuario (UX) ([45:44](#)). Gustavo saludó a todos y presentó una línea del tiempo a través de la metodología del Design Thinking para ejemplificar la jornada del usuario, que consta de 4 fases:

- Oficina de entendimiento del problema: 1) encontrar los principales desafíos del tema al cual el producto o servicio está dirigido; 2) Mapear obstáculos, actores, problemas iniciales; 3) separar las etapas macros y 4) definir a los especialistas para los ensayos investigativos.

A continuación, habló del diseño etnográfico, que es una manera de aprender con la experiencia de las personas, y explicó las ventajas del método cualitativo frente al cuantitativo para el uso en esta etapa del estudio. El diseño etnográfico también cuenta con 3 pasos: observación, interacción (entrevistas) e inmersión (experiencia).

Una vez definidos los usuarios y los problemas, estos se dividen en temas de acuerdo con la similaridad.

- Pre-test de investigación - etapas del itinerario: crear conexión, introducir el tema, buscar historias, explorar emociones y opiniones.

A continuación, habló de cómo hacer buenas preguntas en las entrevistas y la fase de observación.

- Observación: análisis de los datos para apoyar el desarrollo del producto.
- Próximos pasos: priorizar los problemas y definir el desafío del diseño; inspiración; ideación; prototipo; test y entrega.

Juliana Sousa habló acerca de la creación de una plantilla para facilitar a los coordinadores el entendimiento y utilización del método explicado por Gustavo. Además, hay numerosos métodos y herramientas que sirven para hacer un estudio de usuario: todo depende del objetivo o problema que queremos identificar. Es muy importante entender la necesidad del

usuario siempre que vamos a desarrollar un nuevo producto o servicio, e incluso cuando vamos a renovar o crear un portal para la BVS.

Compartiendo Experiencias:

Andrea Bogado, ILSL, Coordinadora de la BVS Lepra, ([40:50](#)), saludó a todos y agradeció la oportunidad de participar y poder intercambiar experiencias con la red. Hizo una breve presentación de su trabajo y presentó la cronología desde la creación y objetivo de la BVS Lepra, que es una BVS temática. En 2019 se desarrolló un proyecto para la reactivación de la BVS basado en 3 pilares: innovación, gestión y promoción y mantenimiento de los servicios a los usuarios, todo esto con la finalidad de fortalecer la BVS.

En el pilar Innovación, fueron definidas actividades para la renovación del portal de la BVS Lepras, para lo que se creó una estrategia basada en la arquitectura de la información que contempló algunas etapas: inventario de contenido del portal; desarrollo de una arquitectura de información basada en la experiencia de la coordinación, estudio de usuario, identificación de nuevos contenidos; desarrollo de Wireframe y Mockup y pruebas con los usuarios, aprobación y implementación.

Para eso fue realizado un estudio de usuario para identificar las fortalezas y debilidades del portal, y el grado de satisfacción y las necesidades de los mismos. Para ello se realizó una encuesta en línea conducida a través del Google Forms, entre los días 22 a 30 de agosto de 2019. La encuesta se divulgó en los portales de algunas BVS y en Twitter, así como a través de correo electrónico a los miembros de instituciones relacionadas con la BVS Lepra. La BVS ya tenía definido el público objetivo del estudio y recibió 64 respuestas.

A continuación, Andrea presentó las cuestiones y los principales resultados del estudio. Con relación a las fuentes de información, fue posible identificar que los usuarios tienen la necesidad de acceder a diferentes fuentes de información, siendo así, la BVS reorganizó sus contenidos de manera más nítida e intuitiva. Igualmente, la BVS empezó a actualizar sus noticias semanalmente. Mediante las respuestas de los usuarios acerca de lo que ellos más querían encontrar en la BVS, se realizaron algunos cambios y acciones, como por ejemplo, la incorporación de la colección del Ministerio de Salud acerca de la Lepra, el espacio para el ciudadano y las instituciones nacionales e internacionales relacionadas con la enfermedad.

Entre todos los resultados principales presentados, el portal obtuvo una evaluación muy buena por parte de los usuarios participantes de la encuesta, pudiendo identificar los puntos positivos y negativos del portal de acuerdo con las opiniones de los encuestados.

Andrea finalizó presentando la versión antigua, las versiones de test y la versión final del nuevo portal de la BVS, que fue lanzado en enero de 2020.

Juliana Sousa agradeció a los invitados y habló acerca de la experiencia de la BVS Lepra, que a través del uso de una herramienta sencilla pudo hacer un estudio de usuario, logrando alcanzar la renovación del portal y lanzar nuevos productos y servicios.

Veronica agradeció las presentaciones y felicitó los logros alcanzados por la BVS Lepra, recalcando la importancia del estudio de usuario discutido en esta sesión.

Lista de participantes:

Países	Número de participantes
Bolivia	1
Brasil	31
Colombia	1
Costa Rica	1
Cuba	1
El Salvador	3
España	1
Honduras	11
Mozambique	2
Perú	7
Venezuela	2
TOTAL	63