



DEPARTAMENTO DE POSGRADOS
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y MARKETING

“Modelo de servicios aplicado a universitarios del cantón Cuenca que hacen uso de estadísticas oficiales de la web”

Trabajo previo a la obtención del título:

Magíster en Comunicación y Marketing

Autor: Marco Adolfo Sinche Armijos

Directora: Cecilia Ugalde Sánchez

CUENCA – ECUADOR

2016

DEDICATORIA

A mi familia. De manera especial a Cinthya por el apoyo incondicional; a mi mamá y hermanos por las frases de aliento; y, a ti papá Adolfo, que ya no estás más con nosotros, pero el recuerdo de tus palabras son motivo para no renunciar a los desafíos y construir nuevos caminos.

Y a quienes destinan su tiempo para desarrollar actividades de servicios, en ocasiones sin recibir nada a cambio.

Marco Adolfo

AGRADECIMIENTO

A Dios por un día más de vida; a la Universidad del Azuay por la oportunidad; a los docentes por compartir sus conocimientos; y, a mis compañeros de posgrado.

Mi reconocimiento a la Magíster Cecilia Ugalde por dirigir el desarrollo de la presente tesis con absoluto profesionalismo.

Marco Adolfo

RESUMEN

El presente trabajo esboza el modelo de servicios para la atención de estudiantes universitarios del cantón Cuenca que buscan estadísticas oficiales de la web. La temática se enfoca en tener el diagnóstico sobre la situación actual respecto al uso de estadísticas; conocer el criterio de los estudiantes respecto a los inconvenientes y necesidades sobre el servicio, manipulación e interpretación de datos estadísticos; y, plantear el modelo de servicios que cumpla con las exigencias que demanda el uso correcto de la información estadística obtenida desde el sitio web.

El modelo, a través de la implementación de mapas de procesos y diseños del entorno consigue que los estudiantes tengan mejores conocimientos de la manera de acceder y obtener información de la página, sea por cuenta propia o a través del servicio de biblioteca con la asistencia de un funcionario.

PALABRAS CLAVE

Marketing

Servicios

Modelo

Estadística

Página web

Biblioteca

Autoservicio

Mapa de procesos

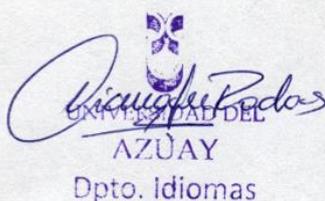
Entorno

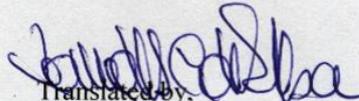
ABSTRACT**ABSTRACT**

This research paper outlines a model for university student services in the Canton of Cuenca who are in search of official statistics on websites. The topic focuses on the diagnosis of the current situation in regard to the use of statistics, on knowing the students criteria regarding the problems and needs of the service, and on the manipulation and interpretation of statistical data. It also presents a proposal of a service model that meets the requirements demanded by the proper use of statistical information obtained from the website.

The model ensures that students can obtain better knowledge on how to access and acquire information from the page, either on their own or through the library service, with the assistance of an official and through the implementation of process mapping and design environment.

KEYWORDS: Marketing, Services, Model, Statistics, Website, Library, Self-Service, Process Map, Environment.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----|
| Dedicatoria | II |
| Agradecimiento | III |
| Resumen | IV |
| Palabras clave | V |
| Abstract | VI |
| Índice de contenidos..... | VI |
| Índice de figuras | X |
| Índice de tablas..... | VI |
| Índice de anexos | VI |
| Introducción | 15 |
| CAPÍTULO 1 | 18 |
| 1. Marco teórico | 18 |
| 1.1. La estadística en el Ecuador | 18 |
| 1.1.1. Uso de la estadística en el cantón Cuenca..... | 25 |
| 1.2. Uso del internet en Ecuador y Azuay | 30 |
| 1.2.1. Las tic en la educación | 34 |
| 1.3. El marketing de servicios | 34 |
| 1.3.1. Los servicios..... | 35 |
| 1.3.2. Los servicios y la mezcla del marketing | 37 |
| 1.3.3. Decisión y expectativas del cliente | 38 |
| 1.3.4. Modelo de servicios | 39 |
| 1.4. Servicios de información estadística en otros países..... | 53 |
| 1.4.1. Caso CEPAL | 53 |

| | |
|---|----|
| 1.4.2. Caso INEGI..... | 54 |
| CAPÍTULO 2..... | 57 |
| 2. Metodología..... | 57 |
| 2.1. Planificación..... | 57 |
| 2.1.1. Unidad de muestreo..... | 57 |
| 2.1.2. Unidad de observación..... | 58 |
| 2.1.3. Unidad de análisis..... | 58 |
| 2.1.4. Población objeto de estudio..... | 58 |
| 2.1.5. Cálculo de la muestra..... | 58 |
| 2.1.6. Distribución de la muestra..... | 59 |
| 2.2. Recolección..... | 60 |
| 2.3. Procesamiento..... | 60 |
| 2.4. Informe..... | 60 |
| CAPÍTULO 3..... | 61 |
| 3. Interpretación y resultados..... | 61 |
| 3.1. Uso de información estadística..... | 61 |
| 3.2. Valoración de ciertas competencias para obtener información..... | 62 |
| 3.3. Valoración de ciertas competencias para manipular e interpretar información..... | 64 |
| 3.4. Ruta que utiliza o utilizaría para obtener información..... | 65 |
| 3.5. Tipo de información que consulta o le gustaría consultar:..... | 66 |
| 3.6. Instituciones que proporcionan información estadística..... | 67 |
| 3.7. Conocimiento acerca del INEC..... | 69 |
| 3.8. Consultas de información del INEC:..... | 71 |
| 3.9. Visitas a la biblioteca y acceso a página web del INEC..... | 72 |
| 3.10. Calificación de ciertas competencias de la biblioteca del INEC..... | 73 |

| | | |
|----------------------|--|-----|
| 3.11. | Calificación de ciertas competencias de la página web del INEC..... | 75 |
| 3.12. | Calificación al servicio actual de biblioteca y página web | 77 |
| 3.13. | Competencias de importancia al obtener información estadística desde la página web | 78 |
| 3.14. | Otras opciones para recibir asesoría | 81 |
| CAPÍTULO 4 | | 82 |
| 4. | Modelo de servicios | 82 |
| 4.1. | Producto..... | 83 |
| 4.2. | Canales..... | 84 |
| 4.3. | Precio | 86 |
| 4.4. | Promoción..... | 86 |
| 4.5. | Mapa de procesos | 87 |
| 4.5.1. | Desde la web por cuenta propia | 88 |
| 4.5.2. | Desde la web asistido por funcionario en biblioteca..... | 90 |
| 4.6. | Entorno | 95 |
| 4.6.1. | Autoservicio | 95 |
| 4.6.2. | Servicio entre varias personas | 99 |
| 4.7. | Empleados | 101 |
| 4.8. | Calidad y productividad..... | 101 |
| Conclusiones: | | 103 |
| Recomendaciones..... | | 106 |
| Bibliografía..... | | 107 |
| Anexos..... | | 116 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Ejemplo de contenido de la ENIGHUR..... | 22 |
| Figura 2: Nivel de instrucción en el cantón Cuenca..... | 26 |
| Figura 3: Asistencia a un establecimiento de enseñanza regular con nivel de instrucción Superior en el cantón Cuenca..... | 26 |
| Figura 4: Tipo de usuarios del cantón Cuenca. | 27 |
| Figura 5: Tipo de asesoría que reciben usuarios en el cantón Cuenca. | 27 |
| Figura 6: Proyectos de mayor consulta en el cantón Cuenca. | 28 |
| Figura 7: Porcentaje del uso de internet en Ecuador. | 31 |
| Figura 8: Porcentaje de personas con acceso a internet en Ecuador, 2013. | 32 |
| Figura 9: Acceso a internet en Ecuador y Azuay, por sexo. | 32 |
| Figura 10: Acceso a internet en Ecuador y Azuay, por grupos de edad. | 33 |
| Figura 11: Lugar de acceso a internet en Ecuador y Azuay. | 33 |
| Figura 12: Razones de uso de internet en Ecuador y Azuay. | 34 |
| Figura 13: Establecimientos económicos del Ecuador por sectores y personal ocupado. | 36 |
| Figura 14: Modelo del proceso de decisión del consumidor..... | 38 |
| Figura 15: Diagrama de flujo del servicio para reparar un teléfono celular. | 40 |
| Figura 16: Mezcla de comunicaciones de marketing de servicios. | 43 |
| Figura 17: Diseño de un plano de servicio de la estancia de una noche en un hotel. | 46 |
| Figura 18: Esquema de servicio en una cafetería. | 48 |
| Figura 19: Uso de información estadística por sexo y universidad..... | 61 |
| Figura 20: Promedio individual y total de competencias para obtener información. | 63 |
| Figura 21: Promedio individual y total de competencias para manipular e interpretar información. | 65 |

| | |
|--|----|
| Figura 22: Ruta que utiliza o utilizaría para obtener información. | 66 |
| Figura 23: Tipo de información que ha consultado o le gustaría consultar. | 67 |
| Figura 24: Conocimiento de instituciones que proporcionen estadísticas. | 68 |
| Figura 25: Conocimiento acerca del INEC. | 70 |
| Figura 26: Medios por el que se enteró del INEC. | 71 |
| Figura 27: Consultas de algún tipo de información del INEC. | 72 |
| Figura 28: Acceso a la biblioteca y página web del INEC. | 72 |
| Figura 29: Promedio individual y total de competencias de la biblioteca. | 75 |
| Figura 30: Promedio individual y total de competencias de la página web. | 76 |
| Figura 31: Promedio del servicio y de competencias de biblioteca y página web. | 78 |
| Figura 32: Promedio individual y total de competencias al obtener información estadística desde la página web. | 80 |
| Figura 33: Otra opción para recibir asesoría | 81 |
| Figura 34: Diagrama de flujo del servicio para obtener estadísticas desde el sitio web por cuenta propia del estudiante. | 83 |
| Figura 35: Diagrama de flujo del servicio para obtener estadísticas desde el sitio web en la biblioteca asistido por un funcionario. | 84 |
| Figura 36: Plano de servicios para obtener información estadística desde la página web del INEC por cuenta propia. | 89 |
| Figura 37: Plano de servicios para obtener información estadística desde la página web del INEC asistido por funcionario en biblioteca. | 92 |
| Figura 38: Esquema de servicios por módulos para obtener información estadística desde la página web del INEC asistido por funcionario en biblioteca. | 95 |
| Figura 39: Visualización del manual de consultas de información al ingresar a la página web del INEC. | 96 |

| | |
|--|-----|
| Figura 40: Visualización de nuevas opciones de acceso para el usuario. | 97 |
| Figura 41: Acceso al catálogo de proyectos del INEC..... | 98 |
| Figura 42: Acceso a los servicios en línea para usuarios. | 98 |
| Figura 43: Visualización del contenido de cada proyecto ejecutado por el INEC..... | 99 |
| Figura 44: Esquema del espacio físico de la biblioteca del INEC. | 101 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Proyectos disponibles en la página web del INEC | 20 |
| Tabla 2: Distribución del número de encuestas. | 59 |
| Tabla 3: Total de puntos y promedio individual de competencias para obtener información. | 62 |
| Tabla 4: Total de puntos y promedio individual de competencias para para manipular e interpretar información..... | 64 |
| Tabla 5: Recordación de instituciones que otorgan estadísticas. | 69 |
| Tabla 6: Total de puntos y promedio individual de competencias de la biblioteca.. | 74 |
| Tabla 7: Total de puntos y promedio individual de competencias de la página web..... | 76 |
| Tabla 8: Total de puntos y promedio del servicio de biblioteca y página web..... | 77 |
| Tabla 9: Total de puntos y promedio individual de competencias para obtener información estadística desde la página web..... | 79 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo 1: Encuesta aplicada a estudiantes universitarios | 116 |
| Anexo 2: Manual de consultas de información | 118 |
| Anexo 3: Catálogo de pryectos. | 119 |
| Anexo 4: Estructura de los servicios en línea. | 120 |
| Anexo 5: Encuesta para usuarios de biblioteca. | 121 |

INTRODUCCIÓN

En el presente modelo de servicio se considera al Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC, entidad gubernamental, como “órgano rector de la estadística nacional y el encargado de generar las estadísticas oficiales del Ecuador” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

En el Ecuador, contar con información estadística es significativo para tomar decisiones oportunas, siendo más evidente en el ámbito académico. En el año 2014, el INEC registró 808.461 accesos a su página web, 15.354 usuarios visitaron los centros de atención y 8.562 pedidos de información a través de correo electrónico y call center (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015). Por otra parte, del total de solicitudes de información que el INEC procesa, el 44% corresponde a estudiantes universitarios (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014).

En el año de 1976 se creó el INEC por la fusión del Instituto Nacional de Estadística, la Oficina de los Censos Nacionales y el Centro de Análisis Demográfico (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.), institución que a la fecha aporta con el 45% de indicadores que constan en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2009).

La Ley de Estadística publicada el 07 de mayo de 1976, en el Capítulo uno, Artículo cuatro, reconoce al INEC como órgano del Sistema Estadístico Nacional, SEN, y en su Artículo 10, literal *d*, se le asigna para “operar como centro oficial general de información de datos estadísticos del país” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2009).

“Difundir la información estadística en forma oportuna” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.), es una de la Políticas que el INEC plantea para que la ciudadanía acceda a la información estadística, utilizando medios como su sitio web o el servicio de biblioteca.

De acuerdo a la experiencia del autor, en la ciudad de Cuenca, el INEC cuenta con un espacio físico donde los usuarios que requieren datos estadísticos pueden realizar consultas. Información recopilada en octubre de 2014, reveló que el 63% de consultas se efectuaron a través de asesoría respecto al uso y manejo de información estadística en la página web, y el segmento con mayor afluencia son estudiantes universitarios con el 51%.

Estas cifras demuestran que los potenciales consumidores de información estadística son estudiantes de tercer nivel, cuyos datos solicitados se encuentran en un sitio web, requiriendo asesoría de una persona capacitada en el campo estadístico que satisfaga las necesidades del usuario.

En referencia al Código de Buenas Prácticas planteado en el Programa Nacional de Estadística, respecto a “generar capacidades y conocimientos en el público para interpretar las estadísticas de forma adecuada” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2009), el autor realizó el análisis de tesis de pregrado de estudiantes de la Universidad de Cuenca, allí se detectó el uso incorrecto de datos estadísticos, compréndase como la manipulación e interpretación inadecuada de indicadores, que posteriormente serán expuestos.

El Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (2013) se refiere al “Ecuador Digital” como la “sinergia entre educación y tecnología”, calificando el uso del internet como la herramienta que facilita realizar consultas y tareas, que promueve el aprendizaje interactivo. Según cifras del Banco Mundial (s.f.) y del INEC (2013), el uso de internet en el Ecuador se incrementó en 29,6% entre los periodos 2007 y 2013. En la provincia del Azuay, el acceso actual supera el 50%.

Este crecimiento tecnológico exige la implementación de procesos de servicios apropiados para entregar información, a través de una asistencia capaz de complacer al público. La tecnología de autoservicios permite a los clientes “ayudarse a sí mismos”; cuando se desarrolla con normalidad, el usuario se siente satisfecho, mientras cuando sucede lo

contrario, la tecnología de autoservicio se puede convertir en una razón de insatisfacción (Hoffman & Bateson, 2012, págs. 16-17).

El objetivo del presente trabajo es plantear un modelo de servicios para la atención de estudiantes universitarios del cantón Cuenca que buscan información de estadísticas oficiales de la web.

El modelo de servicios tendrá como base la implementación de las 8 *Ps* planteadas por Lovelock y Wirtz (2009): los elementos que corresponden a la mezcla de marketing “elementos del producto, lugar y tiempo, precio y otros costos para el usuario, y promoción y educación”, y cuatro componentes asociados con la entrega del servicio “proceso, entorno físico, personal y, productividad y calidad” (pág. 24). Al final se conseguirá que los estudiantes tengan un mayor conocimiento de cómo usar las herramientas disponibles.

El documento está organizado en cinco secciones. En la primera, se conceptualiza el papel que desempeña la Estadística oficial en el Ecuador y su uso en el cantón Cuenca; la utilización del internet en el país, particularmente en la provincia del Azuay; la importancia del Marketing de Servicio, los aspectos esenciales para bosquejar un Modelo de Servicios; y, el análisis algunos casos de instituciones en Latinoamérica que otorguen servicios en la entrega de información estadística. En la segunda sección se presenta la metodología que se utilizará en la recopilación de información para conocer los inconvenientes y las necesidades respecto al servicio, manipulación e interpretación de información estadística de los estudiantes universitarios en el cantón Cuenca. En la tercera sección constan los resultados encontrados. En la cuarta sección se plantea el modelo de servicios que complazca y cumpla con las exigencias que demanda el uso correcto de la información estadística. Y en la última sección, las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO

La Estadística resulta una herramienta de trabajo útil en la investigación educativa, al ofrecer “técnicas y procedimientos” (Gil, 2003, pág. 233), que pueden ser aplicados en la etapa de análisis de datos. El uso de estadísticas aporta en la calidad de las investigaciones y en sus procedimientos.

En el artículo “La Estadística en la Investigación Educativa” de Gil (2003), destaca la presencia de datos estadísticos al momento de elaborar las conclusiones de una investigación, aportando las claves para la interpretación de los resultados de análisis, admitiendo que es la “aplicación de mayor peso en el contexto de la investigación educativa” (pág. 234). Un dato estadístico para su uso e interpretación correcta, debe ser facilitado de la manera más idónea posible, y así evitar confusiones.

La implementación tecnológica es parte de la invención de los servicios. Los sitios web que ofrecen búsquedas son considerados el canal para satisfacer necesidades basados en información, cada vez más sofisticados y fáciles de usar, llegando a sustituir a un asistente con conocimientos sobre el producto (Lovelock & Wirtz, 2009).

El porcentaje de las personas que usan internet creció a pasos agigantados, así lo revelan las estadísticas del Banco Mundial (s.f.). El Ecuador en el año 2000, ocupó el puesto 29 a nivel de Latinoamérica y el Caribe, con el 1,5%; mientras que para el año 2013, este porcentaje se incrementó al 40,4%, ubicándose en el puesto 22.

1.1. LA ESTADÍSTICA EN EL ECUADOR

En el año de 1830, durante el nacimiento de la República, surge la necesidad de contar con información estadística, que se usaría para la designación de diputados de los departamentos de Azuay, Guayas y Quito (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.)

Desde aquella fecha, hasta 1973, se crearon varios organismos encargados de levantar

información estadística en el Ecuador. El 7 de mayo de 1976, mediante Decreto Supremo No. 323, se publicó en el Registro Oficial No. 82 la Ley de Estadística, en la que consta la creación del Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2009). Desde el 03 de agosto de 2007, se convierte en una institución adscrita a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

El Programa Nacional de Estadística publica que el INEC contribuye con información estadística necesaria para la construcción de 42 de los 93 indicadores meta del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017. Por su parte, el Banco Central del Ecuador, aporta con 13 indicadores adicionales. Entre las dos instituciones del Estado alcanzan el 60%, aproximadamente, de información para el seguimiento y evaluación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013). En consecuencia el Instituto de Censos se convierte en la mayor fuente de consulta de datos estadísticos en el país.

El INEC tiene como objetivo “planificar, normar y certificar la producción del Sistema Estadístico Nacional (SEN)”. Además de “producir información estadística oportuna, confiable y de calidad” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

Operar como centro oficial con información estadísticas, coordinar y controlar la ejecución de programas y procedimientos de trabajo de instituciones del SEN, realizar inventarios estadísticos, ejecutar censos y otros proyectos, y “difundir la información estadística en forma oportuna” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.), son algunas de las políticas del INEC que respaldan su rol como ente rector de estadísticas.

La tecnología adopta el uso de páginas web, en las que reposa información útil, Segura (2003) propone que estas deben estar organizadas, cómodas de usar, factibles de navegar, contar con alternativas de texto en gráficos y simplicidad.

El INEC cuenta con una plataforma tecnológica destinada a entregar información

estadística a través del sitio web www.ecuadorencifras.gob.ec. Las personas con acceso a internet obtienen información de temas como: Población y demografía, estadísticas sociales, economía laboral, pobreza, estadísticas económicas, índices de precios, estadísticas agropecuarias y ambientales, y cartografía. En cada tema constan varios proyectos con diferente periodicidad (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

Proyectos disponibles en la página web del INEC

| Tema | Proyecto | Periodicidad |
|------------------------|--|--------------|
| Población y Demografía | Censo de Población y Vivienda | Cada 10 años |
| | Proyecciones de Población | Decenal |
| | Estadísticas de Nacimientos y Defunciones | Anual |
| | Estadísticas de Entradas y Salidas Internacionales | Anual |
| | Estadísticas de Matrimonios y Divorcios | Anual |
| Estadísticas Sociales | Estadísticas de Actividades y Recursos de Salud | Anual |
| | Estadísticas de Camas y Egresos Hospitalarios | Anual |
| | Encuesta Nacional de Salud, Salud Reproductiva y Nutrición | * |
| | Uso del Tiempo | * |
| | Tecnologías de la Información y Comunicación | Anual |
| | Cuentas Satélite de Trabajo no Remunerado de los Hogares | * |
| | Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico | * |
| | Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales | Quinquenal |
| | Encuesta Nacional de Alquileres | * |
| | Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra la Mujer | * |
| | Población LGBTI | * |
| | Trabajo Infantil | * |
| | Encuesta de Condiciones de Vida | Quinquenal |
| | Encuesta de Salud, Bienestar del Adulto Mayor | * |
| | Filiación Religiosa | * |

| | | |
|---------------|---|------------------|
| | Encuesta de Victimización | * |
| Economía | | |
| Laboral | Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo | Trimestral/Anual |
| | | |
| | Pobreza por Ingresos | Trimestral |
| Pobreza | Pobreza por Consumo | * |
| | Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas | * |
| | | |
| | Censo Nacional Económico | * |
| | Encuesta Exhaustiva (Fase II del Censo Nacional Económico) | * |
| | Directorio de Empresas | Anual |
| | Índice de Volumen Industrial | Mensual |
| | Encuesta de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación | Bianual |
| | Índice de Empleo, Remuneraciones y Horas Trabajadas | Mensual |
| Estadísticas | Índice de la Actividad Económica | Mensual |
| Económicas | Encuesta Nacional por Muestreo de la Producción Industrial | Anual |
| | Encuesta de Manufactura y Minería | Anual |
| | Encuesta de Comercio Interno | Anual |
| | Encuesta de Hoteles, Restaurantes y Servicios | Anual |
| | Estadísticas de Transporte | Anual |
| | Índice de Precios de la Construcción | Mensual |
| | Encuesta de Edificaciones | Anual |
| | | |
| Índice de | Índice de Precios al Consumidor | Mensual |
| Precios | Índice de Precios al Productor | Mensual |
| | Índice de Brechas de la Intermediación | Mensual |
| | | |
| Estadísticas | Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua | Anual |
| Agropecuarias | Censo Nacional Agropecuario | Cada 10 años |
| | | |
| | Información Ambiental Económica en Empresas | Anual |
| Estadísticas | Prácticas Ambientales en los Hogares | Anual |
| Ambientales | Índice Verde Urbano | Anual |
| | Municipios y Consejos Provinciales | Anual |
| | Residuos Peligrosos en Establecimientos de Salud | Anual |

| | | |
|-------------|--|-------|
| | Plaguicidas y su destino final en la Agricultura | Anual |
| | División Político Administrativa del Ecuador | Anual |
| Cartografía | Cartografía Temática | * |
| | Cartografía digital | * |
| | Metadatos Cartográficos | * |

Tabla 1: Proyectos disponibles en la página web del INEC. *Periodicidad no definida.

Fuente: INEC, Catálogo (2013). Elaborado por el autor.

En la Tabla 1 se visualizan 54 proyectos que presenta el INEC en su página web. En su mayoría poseen una estructura de contenido similar para que el usuario se oriente y manipule la información de manera gratuita.

La Figura 1 es un ejemplo del contenido del proyecto denominado “Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales, ENIGHUR” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

1 Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales

3



INGRESOS CORRIENTES

Ingreso corriente mensual/hogar \$893

Perceptor

Efectivo

Especie

2 Descripción

La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales, proporciona datos sobre el monto, distribución y estructura del ingreso y el gasto de los hogares, a partir de las características demográficas y socioeconómicas de sus miembros, que se realizó a 40.932 viviendas entre abril del 2011 a marzo del 2012.

- 4. Presentación
- 5. Boletín
- 6. Metodología y Resultados
- 7. Bases de Datos
- 8. Sintaxis
- 9. Formularios
- 10. Tabulados 2011-2012
- 11. Documentos de Apoyo
- 12. Información 2004

Figura 1: Ejemplo de contenido de la ENIGHUR.

Fuente: INEC, ENIGHUR (2012). Elaborado por el autor.

1. **Título:** Especifica la denominación de la investigación.
2. **Descripción:** Es la idea general del proyecto (Real Academia Española, 2015).
3. **Video:** Definición del proyecto, detalle de cobertura, terminología, variables importantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
4. **Presentación:** Difusión del proyecto que resume las principales variables de información investigadas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
5. **Boletín:** Documento destinado para los medios de comunicación y público en general respecto a la ejecución y resultados de la investigación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
6. **Metodología y resultados:** Procedimientos aplicados en la investigación (Real Academia Española, 2015). Los resultados dan cuenta de los aspectos más relevantes de la investigación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
7. **Base de datos:** Conjunto de información almacenada (Real Academia Española, 2015). Generalmente poseen extensión `.SAV` (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
8. **Sintaxis:** Archivo de texto que contiene el lenguaje de comandos (Universidad de Valencia, s.f.), de los principales indicadores del proyecto (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
9. **Formularios:** Lista de preguntas clasificadas por módulos de investigación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
10. **Tabulados:** Datos expresados mediante tablas (Real Academia Española, 2015), de los principales indicadores (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).
11. **Documentos de apoyo:** Información que brinda mayor comprensión del proyecto, como el manual del encuestador y glosario de términos (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

12. Información histórica: Investigaciones realizadas en años anteriores (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

Con el objetivo de facilitar el acceso a la información estadística, el INEC implementó herramientas que permiten al usuario buscar y procesar datos específicos. Son aplicativos que se pueden usar desde un teléfono inteligente, tableta o computadora (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014).

- **Sistema Integrado de Consultas:** Herramienta que a través del aplicativo Redatam, “programa computacional desarrollado por el Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE)” (CEPAL, 2007), administra bases de datos de gran volumen y procesa información estadística (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

- **VDatos:** Aplicativo que procesa, descarga y analiza datos de población y demografía, estadísticas sociales, economía laboral, pobreza, índice de precios y estadísticas ambientales (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015).

- **Sí Emprende:** Aplicación que consigue estadísticas para asistir en la implementación de un negocio, accediendo a información capaz de tener una lectura sobre los competidores y público objetivo sobre determinada actividad económica, sustentado en los resultados del Censo Nacional Económico y, Censo de Población y Vivienda realizados en el 2010 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

- **Banco de Información:** Herramienta para descargar bases de datos, formularios, metodologías y publicaciones desde el año 1990 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

- **Mirador Empresarial:** El visualizador es un sistema de información de empresas y establecimientos del país. La herramienta presenta dos opciones: Mirador Empresarial (tendencia de ventas, personal ocupado, forma institucional y tamaño de la empresa) y el Directorio de Empresas (nombre comercial, teléfono, dirección, ruc, actividad y ubicación

geográfica) (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

- **Procesador de Estadísticas Agropecuarias:** Expone los resultados de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua. El usuario accede a indicadores desde el año 2004, establecidos por capítulos, productos, característica y ámbito geográfico (Instituto Nacional de Estadística y Censos, s.f.).

1.1.1. USO DE LA ESTADÍSTICA EN EL CANTÓN CUENCA

A la fecha, el INEC dispone de su Oficina Matriz en la ciudad de Quito y cuatro Coordinaciones Zonales. En la ciudad Cuenca está la sede de operaciones de la Coordinación Zonal 6, consideración por ser una de las urbes con más población en el país, 329.928 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Según el Censo de Población y Vivienda 2010, el cantón Cuenca tiene una población de 505.585 habitantes. Como se observa en la Figura 2, en la pregunta del nivel de instrucción al que asiste o asistió, 457.990 personas fueron censadas, la diferencia son niñas y niños de cero a cuatro años, quienes no fueron consultados sobre características educacionales (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Además, los datos testifican que 86.568 pobladores tienen nivel de instrucción Superior; de ellos, 33.447 son estudiantes que asisten actualmente a un establecimiento de enseñanza, Figura 3 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Si a nivel nacional, los estudiantes universitarios son el segmento que más consultas de información realizan, en la ciudad de Cuenca sucede lo mismo. En el mes de octubre de 2014, el autor realizó la observación de consultas de información en el espacio de biblioteca del INEC. Como resultado, 211 consultas; de las cuales, el 50,7% son de estudiantes universitarios, convirtiéndose en el mayor segmento multiplicador en investigar estadísticas. Mientras que las consultas de académicos e investigadores están por debajo del 1%, esto

concluye que los docentes no están familiarizados con la utilización de este tipo de información, Figura 4.

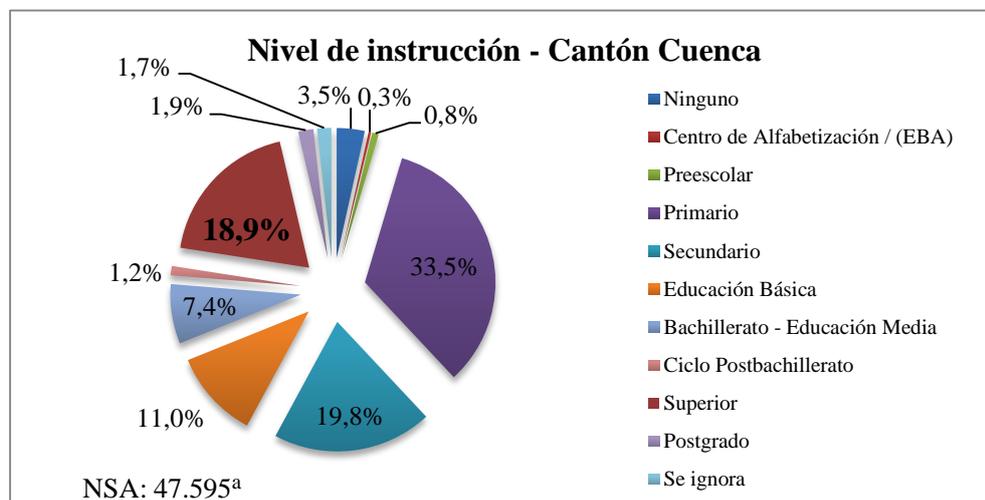


Figura 2: Nivel de instrucción en el cantón Cuenca.

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010). Elaborado por el autor.

^a Número de personas a quienes no se realizó la pregunta.

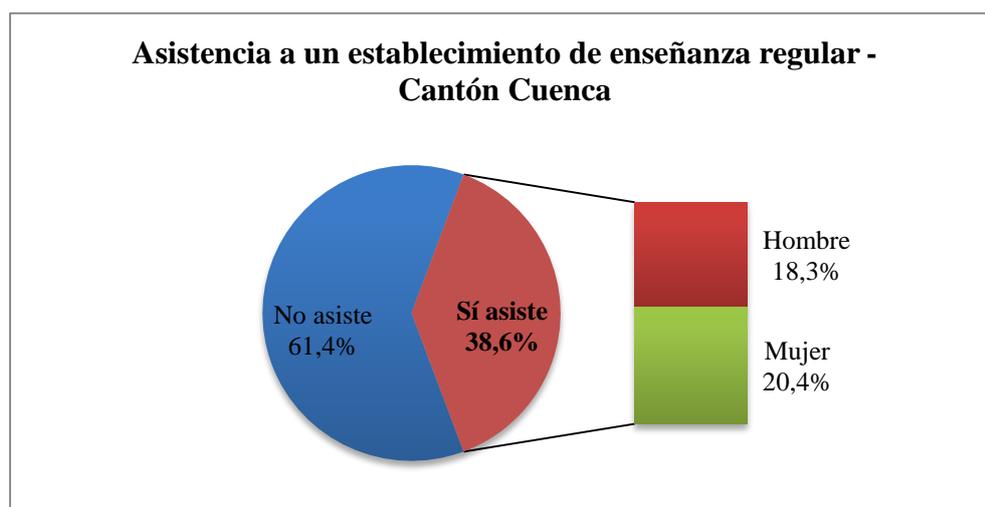


Figura 3: Asistencia a un establecimiento de enseñanza regular con nivel de instrucción Superior en el cantón Cuenca.

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010). Elaborado por el autor.

La Figura 5 explica el tipo de asesoría que recibieron los usuarios de la biblioteca en Cuenca. El mayor porcentaje, 62,6%, corresponde a la asesoría a través de la página web; es decir, el usuario recibió indicaciones de cómo acceder y encontrar datos estadísticos disponibles en el sitio electrónico; de los cuales, el 27,5% son estudiantes universitarios. La alta participación por este tipo de asesoría se argumenta por el valioso contenido en información del sitio web, Tabla 1.

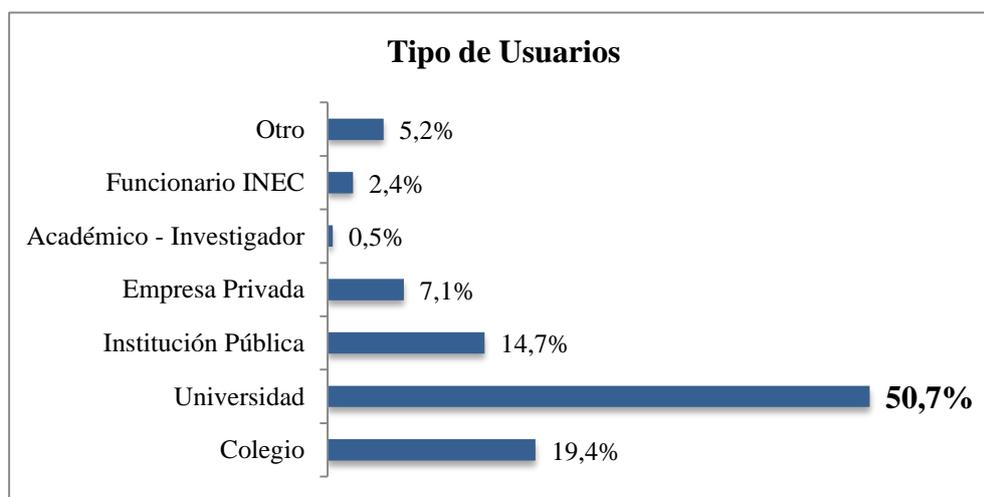


Figura 4: Tipo de usuarios del cantón Cuenca.

Fuente: Elaborado por el autor.

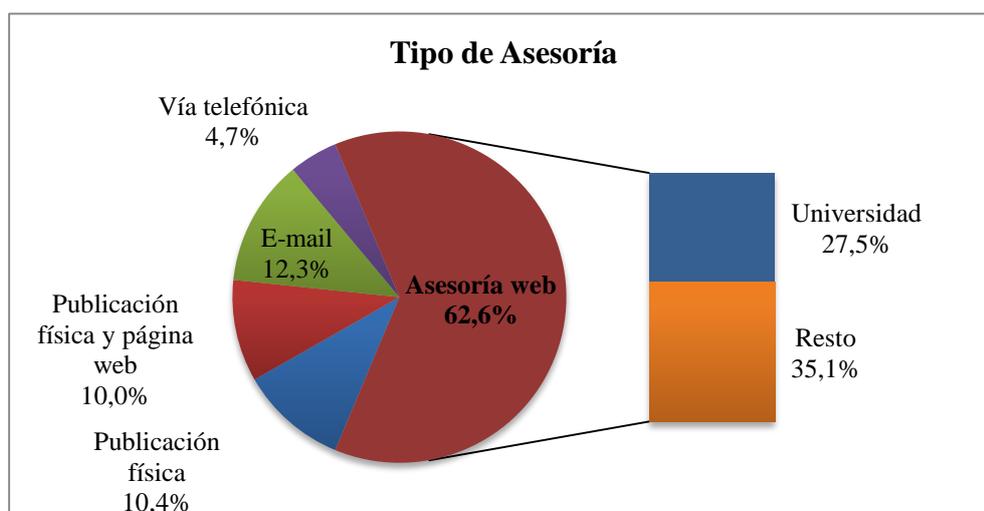


Figura 5: Tipo de asesoría que reciben usuarios en el cantón Cuenca.

Fuente: Elaborado por el autor.

El proyecto de mayor consulta son los Censos de Población y Vivienda, con el 49,1%, seguido de la Cartografía y División Político Administrativa con el 12,7%. Si se suman las 10 investigaciones de mayor consulta, se obtiene el 95%, aproximadamente, esto representa la falta de conocimiento de la existencia de otros temas que pueden ser útiles al instante de tomar decisiones, Figura 6.



Figura 6: Proyectos de mayor consulta en el cantón Cuenca.

Fuente: Elaborado por el autor.

1.1.1.1. SERVICIO ENTREGADO

Por la demanda que conlleva la manipulación e interpretación de los indicadores estadísticos mediante un sitio web, las instituciones encargadas de producir y facilitar estadísticas deben contar con un adecuado Modelo de Servicios, diseñado para entregar información.

De acuerdo a la experiencia propia, regularmente se utiliza el servicio de biblioteca para solventar las necesidades de información de las personas. La sede del INEC en Cuenca, no dispone del mapa de procesos adecuado para atender al usuario. Los funcionarios asignados para realizar esta tarea son dos personas, quienes también cumplen actividades paralelas que son otorgadas a la Unidad de Comunicación Social.

1.1.1.2. ERRORES DE MANIPULACIÓN E INTERPRETACIÓN

En los proyectos de tesis, los estudiantes de pregrado plasman el uso de estadísticas como herramienta de sustento en sus investigaciones (Gil, 2003). Correa (2010) en su artículo respecto al uso y abuso de datos estadísticos, se refiere a la alfabetización estadística ante “su enseñanza matemática y técnica centrada en el cálculo y la lógica, en su procesamiento computacional y en sus aspectos interpretativos” (pág. 155).

Diez tesis de pregrado la Universidad de Cuenca, en cuyo contenido se emplea información proveniente de la entidad encargada de la estadística oficial en el Ecuador, y escogidas al azar (Universidad de Cuenca, s.f.), se utilizaron para verificar el uso correcto de indicadores. En la revisión se consideró aspectos de cálculo de indicadores, empleo de datos y citas bibliográficas.

Tras la evaluación de las tesis de pregrado, se identifican errores al momento de manipular e interpretar información estadística:

- Las investigaciones no citan la fuente de consulta de forma adecuada. Presentan la carencia de contar con una descripción detallada de la fuente bibliográfica en los contenidos y gráficos como nombre de la institución responsable de la información, nombre del proyecto, mes y año de ejecución. El incluir esta información facilitará a quienes utilicen el material como fuente de consulta para indagar a mayor detalle la investigación.
- Confusiones al realizar el cálculo de indicadores. Los estudiantes no consideran los conceptos de las fichas metodológicas que explican los parámetros para calcular ciertos datos. Por ejemplo, la tasa de analfabetismo procedente del censo 2010 corresponde a las personas que “no saben leer ni escribir” y se calcula “para la población de 10 años y más para mantener comparabilidad con los datos del censo 2001, y de 15 años y más por comparabilidad internacional” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013). En este

caso, los autores utilizan la información de todas las personas a quienes se les consultó sobre educación.

- Equivocaciones en la descripción de indicadores, las que deben ajustarse al proyecto de investigación del cual se visualizará la información. Los detalles están disponibles en las metodologías, así como en la descripción y principales resultados de los proyectos. Por ejemplo, al describir la Población Económicamente Activa, PEA.

- Errores en la transcripción de datos. Los estudiantes a pesar de contar con la información numérica en publicaciones y bases de datos de los proyectos del INEC, realizan una copia equívoca.

1.2. USO DEL INTERNET EN ECUADOR Y AZUAY

A finales de la década de los 90 se conformó Ecuonet, compañía sin fines de lucro con el fin de contribuir al desarrollo del país mediante la instalación de una red de computadoras. La navegación se ejecutaba a través de “*Netscape, Lynx y Mosaic*, los cuales permitían visualizar textos, documentos, gráficos y fotografías a color” (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2014, págs. 144-145), la conexión era mediante línea telefónica. Hoy la conectividad funciona al esquema “always on/siempre disponible”; es decir, todos se conectan desde cualquier móvil para acceder a la información en tiempo real (El Comercio, 2014).

El uso del internet empezó a tomar fuerza a inicios del año 2000, como lo muestra la Figura 7. Para el 2001, el internet de Banda Ancha reemplazó al tipo Dial Up con un alto costo, privilegio para grandes empresas; en los años subsiguientes ingresó a las medianas y pequeñas empresas, cibercafés y hogares del país (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2014).

Según los datos publicados por El Banco Mundial (s.f.), el porcentaje de la población ecuatoriana que utilizó internet creció notablemente en los últimos siete años. En el 2007 se

registró el 10,8%, mientras que para el 2013 superó el 40% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

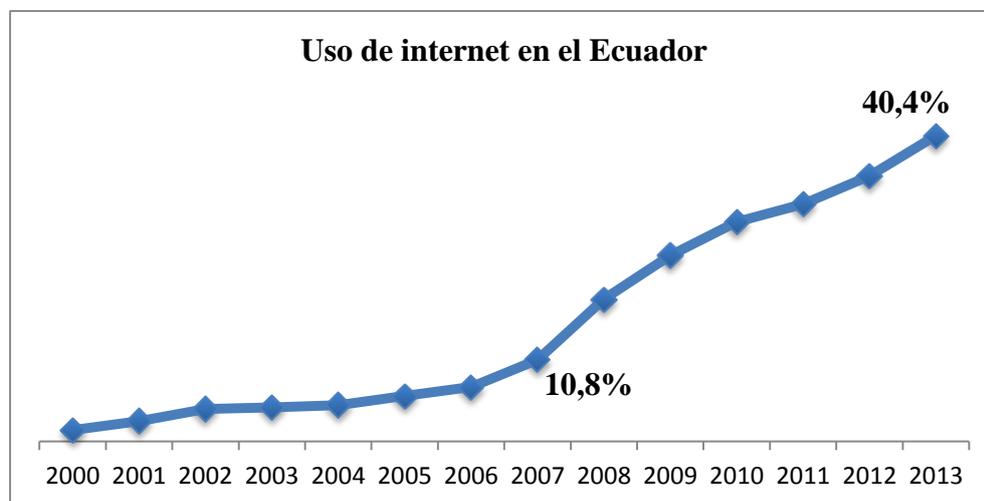


Figura 7: Porcentaje del uso de internet en Ecuador.

Fuente: El Banco Mundial (s.f.). INEC, TIC (2013). Elaborado por el autor.

La Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, ENEMDU, de diciembre 2013, en la sección seis, recoge los principales indicadores respecto a las Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, aplicada a personas de cinco años y más (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

La Figura 8 visualiza el porcentaje de personas que utilizaron internet en el 2013, por provincia. En Pichincha y Azuay, el porcentaje supera el 50%, provincias en las que se encuentran dos de las ciudades más pobladas del Ecuador, Quito y Cuenca, respectivamente (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Las Figuras 9, 10 y 11 ratifican el perfil del internauta ecuatoriano publicado por diario El Comercio (2014). En la nota periodística se define a los hombres como los mayores consumidores de la red, la mayoría son personas de 15 a 24 años, y su acceso se realiza principalmente desde el hogar, centros de acceso público e instituciones educativas.

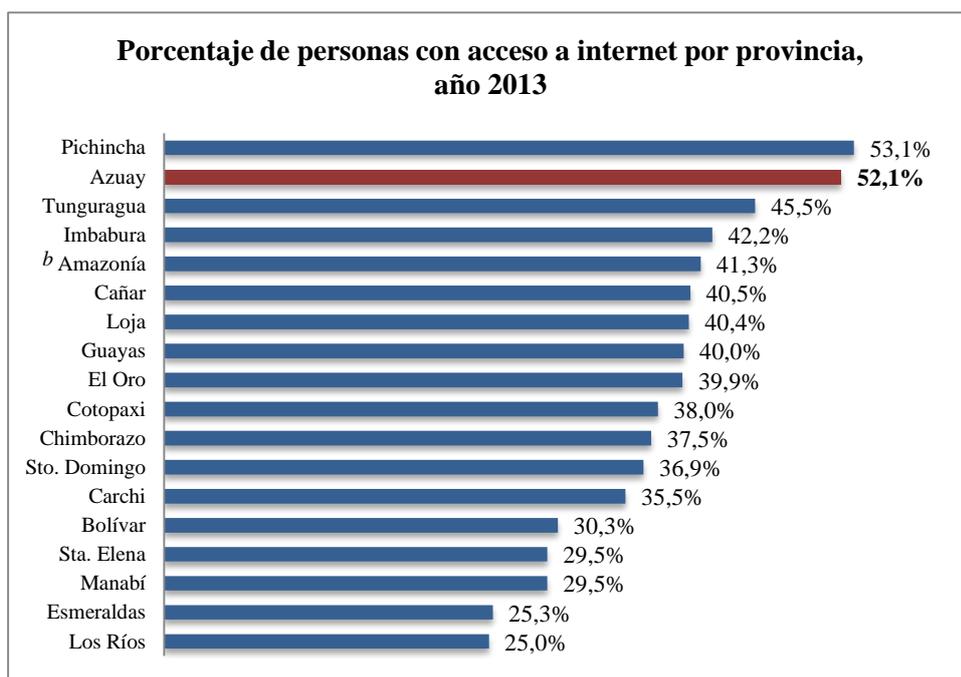


Figura 8: Porcentaje de personas con acceso a internet en Ecuador, 2013.

Fuente: INEC, ENEMDU, diciembre (2013). Elaborado por el autor.

^bLa ENEMDU establece como dominio la agrupación de las provincias de la Amazonía.

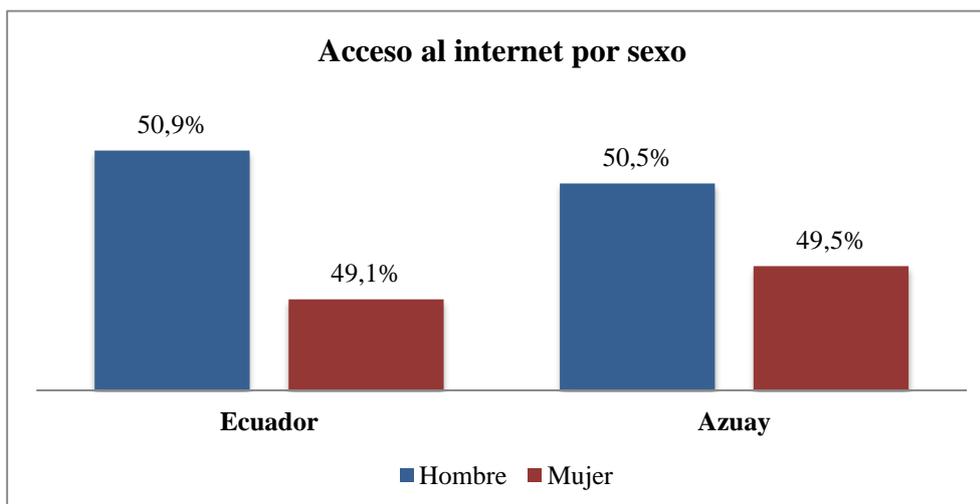


Figura 9: Acceso a internet en Ecuador y Azuay, por sexo.

Fuente: INEC, ENEMDU, diciembre (2013). Elaborado por el autor.

El perfil descrito de las personas que tienen acceso a la red electrónica a nivel nacional es similar en los habitantes del Azuay.

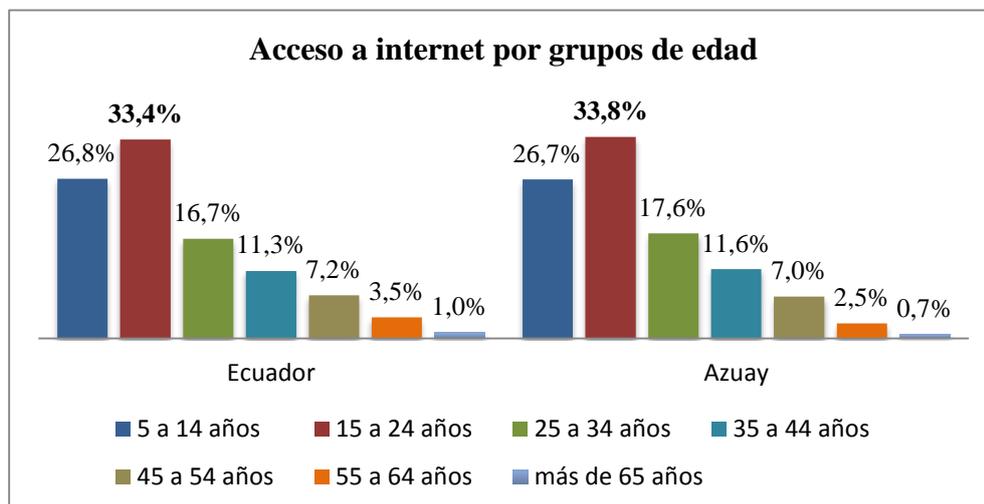


Figura 10: Acceso a internet en Ecuador y Azuay, por grupos de edad.

Fuente: INEC, ENEMDU, diciembre (2013). Elaborado por el autor.

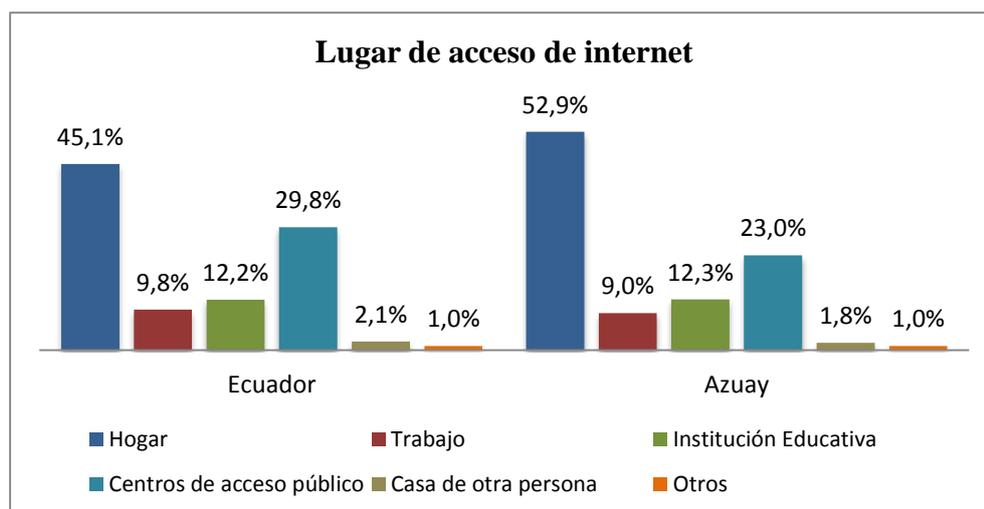


Figura 11: Lugar de acceso a internet en Ecuador y Azuay.

Fuente: INEC, ENEMDU, diciembre (2013). Elaborado por el autor.

1.2.1. LAS TIC EN LA EDUCACIÓN

La implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, contribuyen al “acceso universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad, (...), así como a la gestión, dirección y administración más eficientes del sistema educativo” (Unesco, s.f.).

En Ecuador y particularmente en el Azuay no es la excepción. Las personas que formaron parte de la investigación de las TIC, manifiestan que una de las principales razones de uso es para la educación y aprendizaje, con porcentajes superiores al 31%, y con valores similares para obtener algún tipo de información, Figura 12.

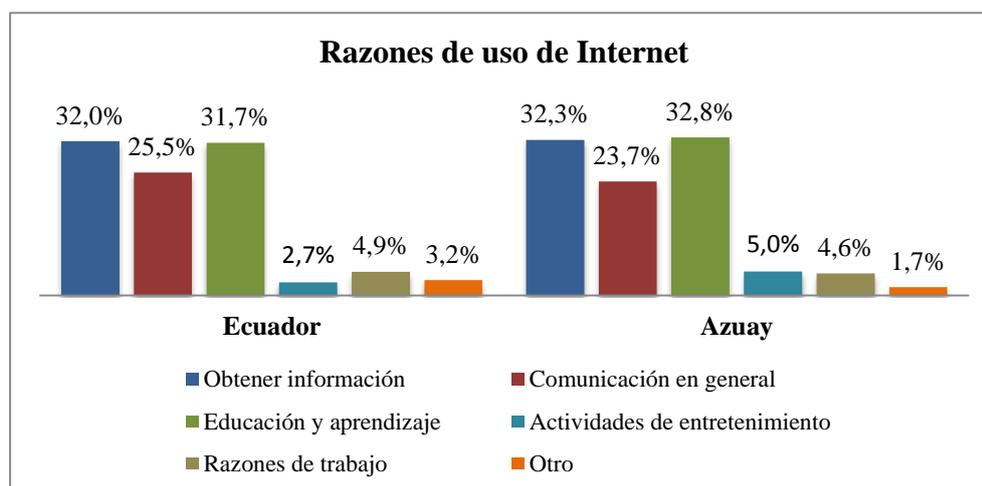


Figura 12: Razones de uso de internet en Ecuador y Azuay.

Fuente: INEC, ENEMDU, diciembre (2013). Elaborado por el autor.

1.3. EL MARKETING DE SERVICIOS

“Las organizaciones sin fines de lucro utilizan una gran variedad de servicios” (Lovelock & Wirtz, 2009, pág. 5). Generalmente los clientes no siempre están satisfechos con lo que reciben; en ciertas ocasiones habrá complacencia por el servicio, mientras que en otras todo lo contrario.

Quienes ofertan servicios, en su mayoría se enfrentan a una fuerte competencia, pero existen quienes saben cómo satisfacer a sus clientes con una excelente operación productiva y empleados agradables, “utilizando tecnología de autoservicio fácil de usar” (Lovelock & Wirtz, 2009, pág. 5).

El contorno de este tipo de marketing es el “mercado de servicios”, constituido por la actuación de las personas y otros recursos, que se ven en el papel de prestamistas y usuarios de servicios (Saldaña & Cervantes, 2000, pág. 76).

Saldaña y Cervantes (2000) definen al Marketing de Servicios como la “manera de satisfacer necesidades y deseos” (pág. 76), a través del intercambio de una satisfacción intangible por otro valor que habitualmente es tangible. A continuación se plantean varias razones por las que es importante el Marketing de Servicios:

Los consumidores evalúan los servicios en forma diferente y las empresas de servicios deben administrar en forma eficaz los aspectos de la experiencia del producto servicio. (Hoffman & Bateson, 2012, pág. 21)

El crecimiento de la fuerza de trabajo global de servicios; el surgimiento de servicios electrónicos con una base tecnológica que han transformado muchas industrias de servicios. (Hoffman & Bateson, 2012, pág. 13)

En el Ecuador, de acuerdo al Censo Nacional Económico 2010, de 500.217 establecimientos que declararon su actividad económica, el 36,3% pertenece al sector de Servicios, ocupando a más del 50% de personal inmerso en los establecimientos censados, Figura 13 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

1.3.1. LOS SERVICIOS

La palabra “servicio” en un principio estuvo asociado con el trabajo que cumplían los sirvientes hacia sus patronos. Con el tiempo esta definición cambió, entendiéndose como el

“acto de servir, ayudar o beneficiar; conducta que busca el bienestar o ventaja de otro” (Lovelock & Wirtz, 2009, pág. 14).

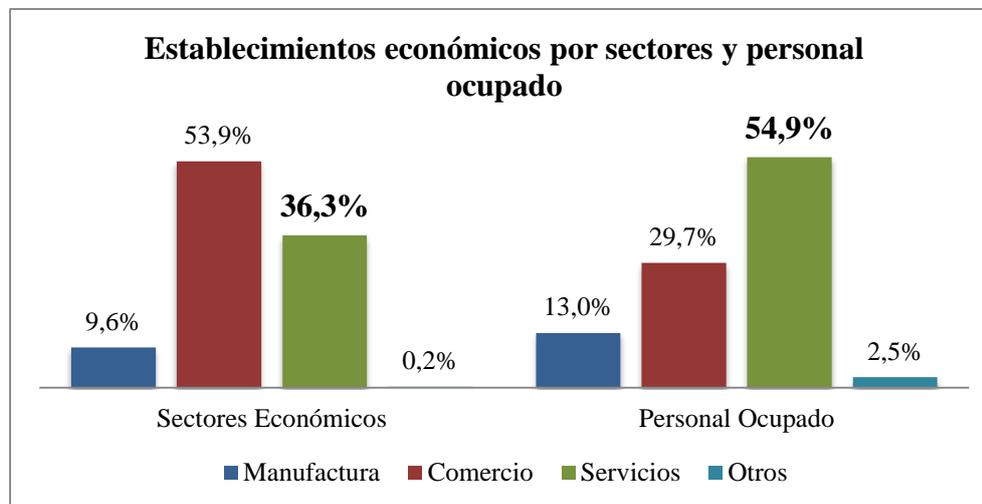


Figura 13: Establecimientos económicos del Ecuador por sectores y personal ocupado.

Fuente: INEC, Base de datos Censo Nacional Económico (2010). Elaborado por el autor.

Kotler y Keller (2012) detallan al servicio como “productos intangibles, inseparables, variables y perecederos, que suelen exigir mayor control de calidad, credibilidad de los proveedores y adaptabilidad” (pág. 327).

Por su parte, Saldaña y Cervantes (2000) publican que el servicio es “un proceso, una sucesión de acciones, un desempeño, un esfuerzo” (pág. 78).

En definitiva, el servicio es toda actividad de carácter intangible que efectúa una persona u organización, para satisfacer necesidades de un público, que utiliza prácticas basadas en tiempo para adquirir resultados deseados (Lovelock & Wirtz, 2009).

Dentro de las herramientas de los servicios se encuentra el “servicio al cliente”, que a decir de Duque (2005) es “el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización” (pág. 2).

1.3.1.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

En la actualidad muchas empresas se dedican a la generación de servicios con la implementación del internet para llegar a los clientes, varias de ellas trabajan únicamente online (Kotler & Keller, 2012). Los servicios tienden a ser más intangibles, variados y más difíciles de evaluar que los bienes (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

- **Intangibilidad:** El servicio no puede inventariarse, patentarse ni comunicarse con facilidad. La fijación del precio es complicado. (Hoffman & Bateson, 2012).
- **Variedad:** Característica distintiva, refleja la diversidad “en la consistencia de una operación de servicio a la siguiente” (Hoffman & Bateson, 2012, pág. 68).
- **Producción y consumo paralelos:** A diferencia de los bienes, los servicios son primero vendidos, para ser producidos y consumidos, por ejemplo, los servicios en un restaurante (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).
- **Caducidad:** Un servicio entregado no puede restituirse. Si el servicio no fue el correcto, se deberá contar con estrategias para recuperar al cliente. El servicio no puede vencer (Hoffman & Bateson, 2012).

1.3.2. LOS SERVICIOS Y LA MEZCLA DEL MARKETING

Lovelock y Wirtz (2009) fundamentan el marketing como la “única función que actúa para transformar las utilidades de operación en un negocio”. Para ello, proponen ocho ingredientes necesarios para implementar estrategias que cubran las necesidades de los clientes en un mercado competitivo. Estos elementos son: “producto, lugar y tiempo, precio, promoción y educación, proceso, entorno físico, personal y, productividad y calidad” (pág. 24).

1.3.3. DECISIÓN Y EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

La comprensión de los clientes y el mejoramiento de la experiencia son importantes para los servicios. A causa del entorno económico y competitivo es más importante comprender a los usuarios, saber cómo eligen el servicio y cómo lo califican (Hoffman & Bateson, 2012).

Los procesos de pensamiento de los consumidores ayudarán a vender los servicios de manera efectiva. Según Hoffman y Bateson (2012), este proceso se compone de tres etapas: la elección entre varias alternativas (pre compra), la reacción en el momento del consumo y la evaluación de satisfacción luego de la adquisición, Figura 14.

Modelo del proceso de decisión del consumidor

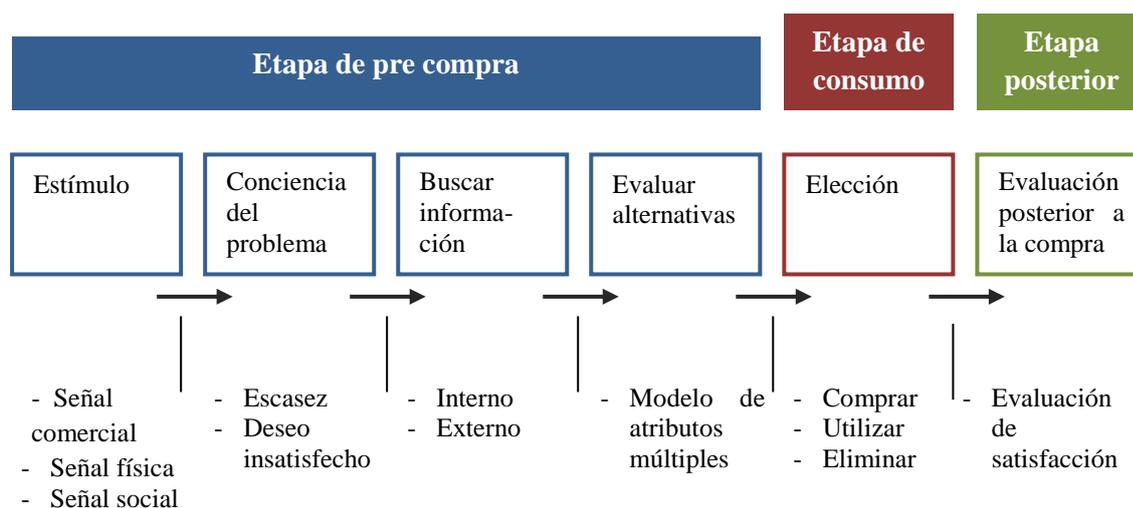


Figura 14: Modelo del proceso de decisión del consumidor.

Fuente: (Hoffman & Bateson, 2012, pág. 87). Elaborado por el autor.

Las expectativas son creencias sobre la entrega del servicio que se utiliza como punto de partida para calificar el desempeño, y su nivel varía según la referencia que tenga el cliente (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

1.3.4. MODELO DE SERVICIOS

Para Lovelock y Wirtz (2009) constituye un aspecto esencial en la construcción del marketing estratégico. Inicia con la creación de una oferta del valor, un paquete determinado de beneficios y soluciones que resalten la diferencia con las propuestas de los competidores.

Si el servicio implica costo, se deberá desarrollar un modelo para recuperar dicho costo mediante estrategias de fijación de precios. Una forma para que los clientes perciban que el intercambio de valor excede a los costos económicos es la exitosa comunicación, que además ayudará a tomar buenas decisiones (Lovelock & Wirtz, 2009).

1.3.4.1. DESARROLLO DEL SERVICIO:

Al entregar un producto básico, suele acompañarse de otras actividades relacionadas con el servicio, llamadas “servicios complementarios” (Kotler & Keller, 2012, pág. 125); su combinación con él representa la “idea de servicio”.

Quienes están al frente del marketing, reconocen la necesidad de adoptar un aspecto sobre el desempeño deseado para que los clientes aprecien, destacando el campo de negocio de la organización. La propuesta del valor integra tres factores (Lovelock & Wirtz, 2009, págs. 70-71):

- a) **Producto elemental:** Ofrece las principales soluciones al usuario.
- b) **Servicios adicionales:** Amplían al producto básico e incrementando el valor.
- c) **Entrega:** Es la manera y el tiempo en que se realiza la entrega al usuario.

Diseñar un diagrama de flujo respecto al servicio, clarifica los elementos que componen el producto (Lovelock & Wirtz, 2009), Figura 15; considerado una técnica para mostrar la naturaleza y secuencia de los pasos involucrados en la entrega de servicios a los clientes. Además es una forma de entender la totalidad de la experiencia de servicio que tiene el cliente (pág.73).

Diagrama de flujo del servicio para reparar un teléfono celular

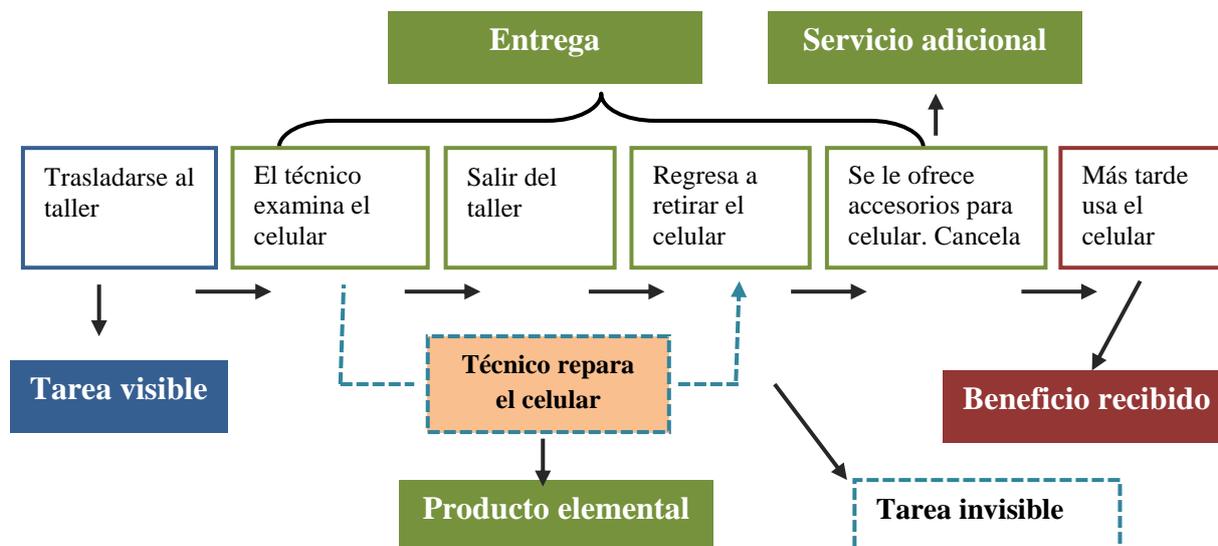


Figura 15: Diagrama de flujo del servicio para reparar un teléfono celular.

Fuente: Elaborado por el autor.

1.3.4.2. CANALES DE ENTREGA DE SERVICIO

Lovelock y Wirtz (2009) proponen tres opciones de distribución para atender al cliente como estrategia de la empresa, y consiguen desarrollarse en un sitio único o en múltiples espacios.

a) **El cliente asiste al local para recibir el servicio:** Es importante la comodidad que ofrece el local y la disponibilidad de recursos. Algunos establecimientos optan por realizar una investigación de mercado para decidir dónde ubicar su organización, tal como se observa en el ejemplo de la Figura 15.

b) **Las empresas de servicios van hacia el cliente:** Económicamente implica mayor gasto hacia las empresas. Pero a la vez, es beneficioso visitar lugares que congreguen un número considerado de usuarios, que hacer una visita en cada hogar.

c) **El usuario y el proveedor realizan la negociación a distancia:** Probablemente el usuario no llegue a conocer el local ni al personal. El acuerdo puede ser telefónicamente, uso de correo tradicional o electrónico.

1.3.4.2.1. ESTRATEGIAS DE ENTREGA SEGÚN TIPO DE CANAL

Estos canales a más de tener una implicación en el costo, pueden afectar la experiencia de servicio en el cliente (Jankowiak, 2015).

a) **Personales:** Los usuarios utilizan este canal para servicios complejos y de alto riesgo. Son clientes que tienen motivaciones sociales.

b) **Impersonales:** Empleado por personas que confían y conocen del servicio. Ahorran tiempo y esfuerzo a cambio de dinero. Buscan fácil acceso a servicios adicionales como información.

c) **Autoservicios:** Sus características son similares al canal de servicio impersonal. “Es la posibilidad de que el cliente participe activamente en el proceso de entrega del servicio” (Hoffman & Bateson, 2012, pág. 157).

1.3.4.2.2. SERVICIOS EN EL CIBERESPACIO

La creación de sitios web que ofrecen información y de teléfonos inteligentes son parte de las innovaciones para facilitar la entrega de servicios. Lovelock y Wirtz (2009) consideran el ciberespacio como un canal de distribución facilitando información, servicio, transacciones y promoción; donde el cliente al tener acceso a sitios web se encuentra con páginas que reproducen los servicios de un asistente bien informado y capacitado, al direccionarle correctamente y hacia donde desea llegar.

A todas las personas no les gusta el autoservicio, por lo que se tendrán que desarrollar estrategias que conlleven a su migración (Smith & Kollock, 2003).

1.3.4.3. FIJACIÓN DE PRECIOS

Se considera al precio como la “cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 309).

Una estrategia para fijar los precios se debe a factores como: costos del proveedor, competencia y el valor. El costo del proveedor impone el precio mínimo por cobrar; el valor que percibe el cliente impone el costo máximo y se debe a que ningún comprador pagará por un servicio más de lo que cree que vale; mientras que el precio de los competidores estará entre los rangos de máximo y mínimo. (Lovelock & Wirtz, 2009).

El costo total para el cliente incluye algo más que el valor monetario que pagará por el servicio; incluyen otros costos relacionados al tiempo e inconvenientes que soporta el usuario. Mientras que el valor del servicio “va más allá de comparar el producto de servicio con su precio monetario” (Hoffman & Bateson, 2012, pág. 145), incluye la atención personal y aspectos del entorno.

1.3.4.4. PROMOCIÓN Y EDUCACIÓN DEL CLIENTE

Las actividades de promoción, que en ciertos casos puede incluir un incentivo económico, son creadas para incitar compras inmediatas o provocar el consumo cuando la demanda es baja (Lovelock & Wirtz, 2009).

En circunstancias en las que las personas no conozcan el servicio o no entiendan cómo acceder a él, los autores citados definen a la promoción como el “elemento de la comunicación”, y a la educación como la función que tienen las personas que reciben a los clientes para instruir y asistir en la toma de decisiones.

1.3.4.4.1. MEZCLA DE COMUNICACIONES

Las comunicaciones de marketing constituyen los medios que las organizaciones utilizan para “informar, persuadir y recordar a los consumidores, de manera directa o indirecta sobre

los productos y marcas que venden” (Kotler & Keller, 2012, pág. 476). Si la comunicación no se desarrolla de manera efectiva, el personal que está en contacto con el cliente puede no ser capaz de entregar un servicio adecuado. Para entregar un servicio de calidad, las entidades deben informar y motivar a los empleados a otorgar lo que los usuarios esperan, ya sea en una oficina matriz o en una sucursal (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

La mezcla de comunicación, también denominada “mezcla promocional” (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 431), es una combinación de comunicación personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, materiales instructivos y diseño corporativo (Lovelock & Wirtz, 2009), Figura 16.

Mezcla de comunicaciones de marketing de servicios

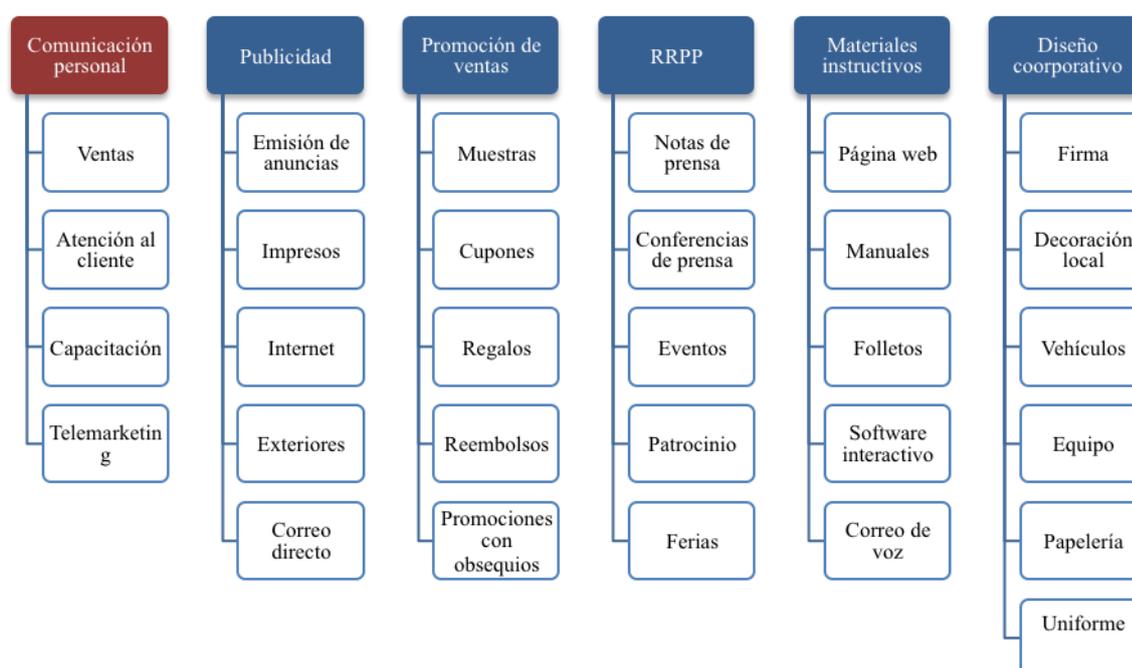


Figura 16: Mezcla de comunicaciones de marketing de servicios.

Fuente: (Lovelock & Wirtz, 2009, pág. 165). Elaborado por el autor.

En esta clasificación se establece una división entre la comunicación personal que implementa los mensajes bidireccionales, y la comunicación interpersonal donde el mensaje

es unidireccional. Kotler y Armstrong (2007) sostienen que la comunicación personal es la presentación de la fuerza de ventas de la empresa, con el objetivo de vender y establecer relaciones con el cliente; la publicidad, cualquier forma pagada de representación y promoción de servicios; la promoción de ventas, estímulos a corto plazo; y, las relaciones públicas, la creación de publicidad favorable, instauración de una buena imagen y administración de rumores perjudiciales. Lovelock y Wirtz (2009) exteriorizan a los materiales instructivos como la herramienta para proporcionar evidencias físicas, educar y conmover a los clientes; y, el diseño corporativo para destacarse de los competidores y ser reconocidos al instante y en cualquier ubicación.

1.3.4.5. POSICIONAMIENTO DEL SERVICIO

Una empresa debe contar con una posición en la mente del cliente, y no únicamente basado en las fortalezas y debilidades de la empresa, sino de su competencia. Toda estrategia de marketing para llegar al posicionamiento debe contar con la segmentación de mercado y la definición de mercado meta (Kotler & Keller, 2012).

La segmentación de mercado consiste en dividir un mercado en distintos grupos de clientes, basado en sus necesidades, características o conductas; mientras que al mercado meta se le atribuye la característica de evaluar el atractivo de cada segmento y elegir uno o varios para intentar acceder (Kotler & Armstrong, 2007).

Entre las variables a tomar en cuenta para la segmentación están las de tipo: territorial, demográfica, psicográfica y conductual (Kotler & Armstrong, 2007).

1.3.4.5.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Lovelock y Wirtz (2009) presentan tres pasos para identificar la posición de mercado y poder desarrollar la estrategia. Está construida para resaltar las oportunidades y amenazas de la organización.

- **Observación de clientes:** Es necesario para comprender las necesidades y preferencias del segmento y su percepción de la competencia.

- **Observación interna:** Se requiere analizar lo que la organización posee y hasta dónde puede llegar, y seleccionar el número de segmentos meta a ser atendidos.

- **Observación de competencia:** Consigue decidir qué beneficios se deben dirigir a los segmentos meta.

En una empresa, la competencia más cercana es la que “satisface a los mismos clientes y necesidades”, y produce ofertas similares (Kotler & Keller, 2012, pág. 294).

1.3.4.6. GESTIÓN DE LA INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

1.3.4.6.1. MAPA DE PROCESOS DEL SERVICIO

Es un plano que representa el sistema de servicio, elaborado de modo que las personas que están en contacto con el usuario lo entiendan y ejecuten de la manera correcta (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

Los autores citados en el párrafo anterior proponen un mapa de procesos en el que se diferencian claramente los componentes y sus líneas de separación, Figura 17:

- **Labor del usuario:** Pasos que realiza el usuario al momento de la compra, consumo y evaluación del servicio.

- **Labor del empleado visible e invisible:** Se ejecutan en forma paralela a la labor del usuario. Identifica la presencia física o no de la persona que atiende al cliente.

- **Etapa de apoyo:** Son los servicios internos, procedimientos e interacciones que apoyan al empleado.

- **Realidad física:** Elementos que ayudan a identificar la ubicación donde se ejecuta el servicio.

Las superficies de acción se encuentran separadas por tres líneas horizontales:

Diseño de un plano de servicio de la estancia de una noche en un hotel

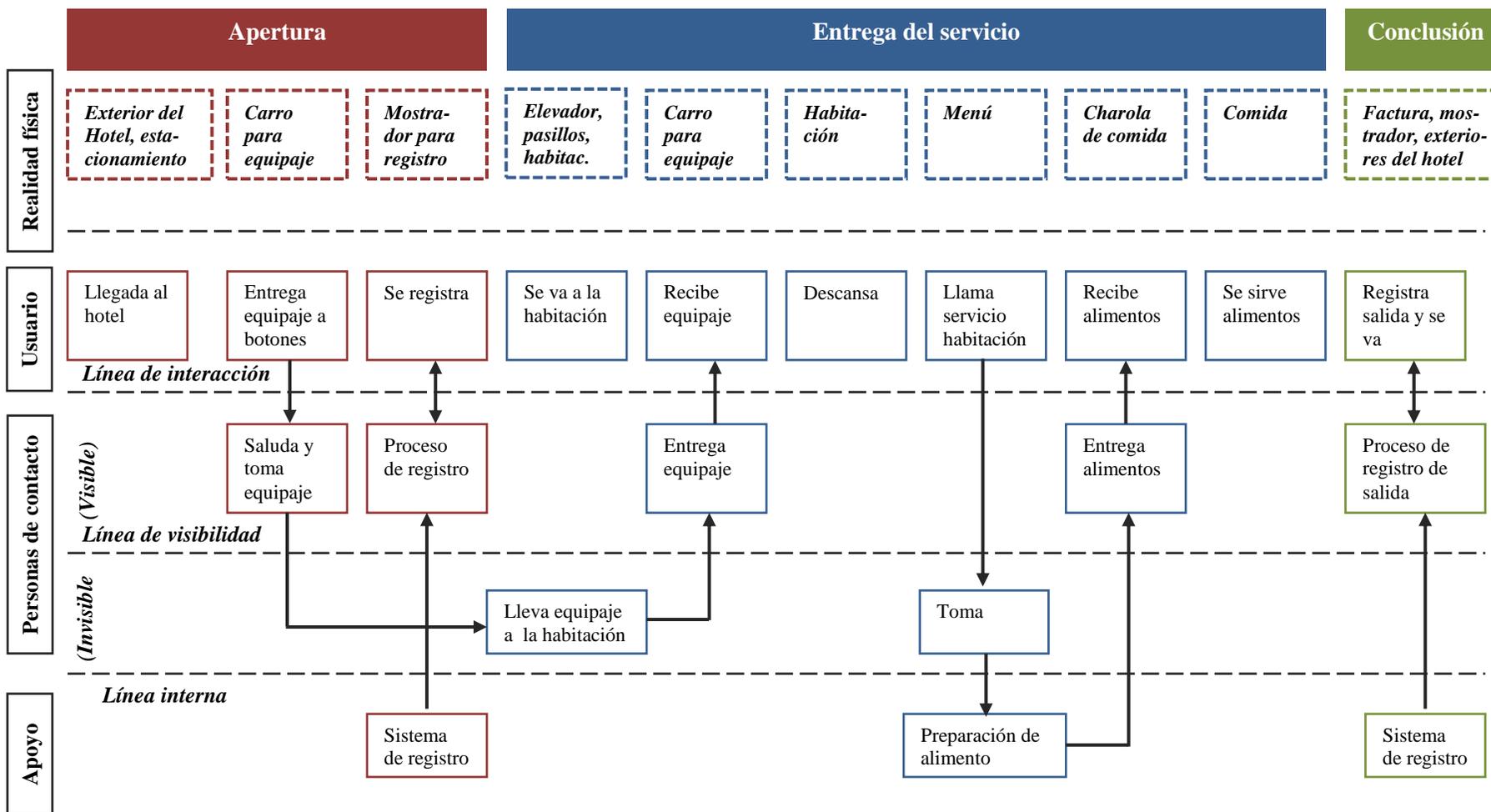


Figura 17: Diseño de un plano de servicio de la estancia de una noche en un hotel.

Fuente: (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009, pág. 268), (Lovelock & Wirtz, 2009, págs. 235-240). Elaborado por el autor.

- **Línea de interacción:** Representa el contacto directo entre cliente y empresa.

Cuando una línea vertical cruza esta línea se desarrolla un encuentro de servicio.

- **Línea de visibilidad:** Aparta las acciones visibles con el cliente de las invisibles.

• **Línea de interacción interna:** Aleja las diligencias del usuario y empleado de contacto de las personas de apoyo al servicio. Las líneas que cortan constituyen un desarrollo de servicio interno.

Lovelock y Wirtz (2009) plantean tres panoramas de servicio al instante de realizar una lectura de izquierda a derecha del mapa de procesos, que establecen la secuencia de acciones en una línea de tiempo.

- **Apertura:** Son todas las actividades previas al encuentro con el producto básico.

Se realizan con tiempo antes de que llegue el cliente.

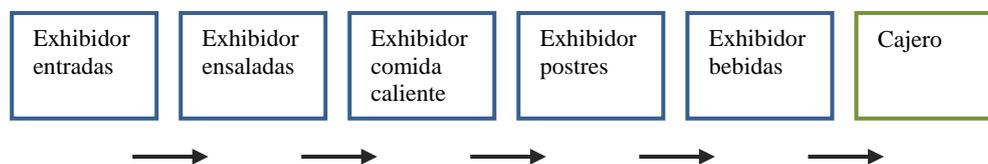
• **Entrega del servicio:** Instante en que el cliente experimenta el servicio. Si el servicio no satisface la necesidad, pueden existir problemas en la siguiente etapa.

• **Conclusión:** Si el servicio ya fue entregado de la manera correcta, este panorama se debe ejecutar rápidamente.

Hoffman y Bateson (2012) proponen un bosquejo de servicio que identifique la dirección donde fluyen los procesos e incremente la eficiencia operativa, y así mejorar la experiencia del servicio. En la Figura 18 se observa el ejemplo de un esquema de servicio en una cafetería; el cual, por la intangibilidad se crea una compilación de usuarios en cada paso del proceso, mientras esperan su turno para el siguiente paso. La apreciación se realiza luego de conocer el cuello de botella en el servicio, y posterior a ello, obtener el costo total por comida. Es necesario contar con cierta información para llegar a estos indicadores (Hoffman & Bateson, 2012):

- **Precio del trabajo por hora:** Valor del trabajo en una estación por una hora.
- **Estación:** Lugar donde se realiza una determinada actividad.

Esquema de servicio en una cafetería



| | | | | | | |
|----------------------------------|---------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| <i>Precio trabajo/hora</i> | \$8/hora | \$8/hora | \$8/hora | \$8/hora | \$8/hora | \$10/hora |
| <i>Número de estaciones</i> | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| <i>Tiempo de actividad</i> | 15 seg. | 30 seg. | 60 seg. | 40 seg. | 20 seg. | 30 seg. |
| <i>Tiempo de proceso</i> | 15 seg. | 30 seg. | 60 seg. | 40 seg. | 20 seg. | 30 seg. |
| <i>Producción máx./hora</i> | 240 | 120 | 60 | 90 | 180 | 120 |
| <i>Costo servicio por comida</i> | \$0,83 | | | | | |

Figura 18: Esquema de servicio en una cafetería.

Fuente: (Hoffman & Bateson, 2012, págs. 128-129). Elaborado por el autor.

- **Tiempo de actividad:** Periodo necesario para ejecutar una diligencia.
- **Tiempo de proceso:** Divide el tiempo de actividad para el número de estaciones.
- **Producción máxima por hora:** Usuarios posibles de atender en una hora.
- **Cuello de botella:** Ubicación donde los usuarios esperan por más tiempo.
- **Costo del servicio por comida:** Precio del trabajo. Se obtiene al dividir el costo total del trabajo para la producción máxima por hora.

Es evidente el cuello de botella que se generó en el exhibidor de comida caliente, donde la producción máxima por hora son 60 usuarios. La causa es el tiempo que conlleva esta actividad y el contar con una sola estación para el servicio. La solución, incrementar una segunda estación, esto reduciría el tiempo de proceso a 30 segundos y la producción máxima por hora se incrementaría a 120 usuarios. Finalmente, el costo del servicio por comida se reduciría a \$0,64.

El rediseño del mapa reaviva los procesos antiguos mediante la restauración, reordenamiento o reemplazo, provocados por los cambios tecnológicos, necesidades de los usuarios, nuevas características y ofertas (Lovelock & Wirtz, 2009).

1.3.4.6.1.1. AUTOSERVICIO MEDIANTE TECNOLOGÍA

Para desarrollar mapas de procesos de servicios mediante el uso tecnológico, se utilizará el ejemplo de la Figura 17, con ciertos ajustes: Si el servicio no implica la presencia de empleados, los espacios de las personas de contacto no son obligatorios; el área sobre la línea de visibilidad se puede utilizar para graficar la interacción entre el usuario y el sitio web o la física con el lugar donde se encuentre, renombrando el área como “tecnología en escena/visible”; y, si es necesario la presencia del vendedor y del uso tecnológico, se dividirá en dos espacios, la interacción del usuario con el vendedor se registra en la parte superior, mientras que con los equipos tecnológicos en la parte inferior (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009, págs. 269-270).

1.3.4.6.2. DISPOSICIÓN DEL ENTORNO

El entorno de servicios se relaciona con el ambiente físico y otros elementos (Lovelock & Wirtz, 2009), que influyen en la experiencia del usuario para evaluar el servicio antes, durante y después del consumo (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

Por la intangibilidad de los servicios, el usuario se basa en la evidencia física para su valoración, puede ser el exterior e interior del establecimiento, y varios tangibles como tarjetas de presentación, uniforme de empleados y folletos (Hoffman & Bateson, 2012).

La planificación del diseño del ambiente dependerá de su uso y de quien visitará o no el local de la organización. Zeithaml Valerie et al. (2009) clasifica el empleo de estos escenarios en tres tipos:

- **Autoservicio:** Es cumplido por los clientes, por ejemplo: cajeros automáticos, servicios de internet en línea, etc.

- **Servicio entre varias personas:** Intervienen el usuario y el empleado, por ejemplo: hoteles, restaurantes, hospitales, etc.

- **Servicio único:** Participa el empleado y la presencia del usuario es casi nula, por ejemplo: los servicios de pedido por correo. Las instalaciones deben motivar a los empleados, facilitar la producción y el trabajo en equipo.

1.3.4.6.3. GESTIÓN DE LOS EMPLEADOS

Los empleados son como “todos los actores humanos que desempeñan una parte en la entrega del servicio y que, por tanto, influyen en las percepciones del usuario”, en definitiva son el servicio, los ojos del usuario, la marca y finalmente los vendedores (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009, págs. 351-352). Estratégicamente son la diferenciación del producto (Hoffman & Bateson, 2012).

La estrategia para contar con el personal idóneo para un servicio de calidad es el “marketing interno” donde participa la dirección de la organización (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009, pág. 360). A continuación constan algunas estrategias:

- **Contratar personas idóneas:** Algunas organizaciones cuentan con personal de servicio cuyo perfil no cumple los requerimientos, como resultado, el servicio no es el esperado. Es importante considerar la formación técnica, las certificaciones y la experiencia (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

- **Habilitar al personal:** La capacitación es la base para contar con empleados y clientes satisfechos. Se enfoca en adiestrar a los empleados sobre su función en cuanto a la entrega del servicio (Hoffman & Bateson, 2012).

- **Entregar insumos necesarios:** El empleado debe contar con los equipos necesarios que se ajusten al desarrollo del servicio (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

- **Retener empleados destacados:** El cambio implica un rendimiento por debajo de lo deseado del nuevo empleado, al no contar con las competencias técnicas necesarias. La organización debe trabajar para ellos (Hoffman & Bateson, 2012).

Las organizaciones trabajan estrechamente con el personal de marketing para contar con personal de calidad que determine el éxito del mercado (Lovelock & Wirtz, 2009).

1.3.4.7. ESTRATEGIAS DE SERVICIO

1.3.4.7.1. RELACIÓN CON EL USUARIO Y SU LEALTAD

Lovelock y Wirtz (2009) plantean el marketing de relación como una estrategia para crear vínculos duraderos con los usuarios, cuyo objetivo según Kotler y Keller (2012) es “la construcción de relaciones satisfactorias y a largo plazo con los elementos claves relacionados con la empresa con el fin de capturar y retener sus negocios” (pág. 20).

Intercambiar valor, enviar información mediante el uso tecnológico, interactuar frente a frente y el poner en contacto a los usuarios con otros, cuyos intereses son los mismos, corresponde a ciertas acciones del marketing de relación.

La lealtad del cliente consiste en un afecto emocional y de servicio a la organización. Hoffman y Bateson (2012) exponen las palabras de Harvard: “No basta con tener la satisfacción del cliente. Se necesitan los pensamientos y sentimientos de los clientes para cerrar la brecha de lealtad” (pág. 377).

Los autores mencionados en el párrafo anterior realizan sugerencias para generar lealtad en los usuarios:

- Proporcionar un servicio más allá de lo planteado.
- Capacitar, otorgar insumos, incentivos y facultad a los empleados.
- Reemplazar la tecnología por personas.
- El empleado deber estar a disposición del usuario y generar confianza.

1.3.4.7.2. CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD DEL SERVICIO

La calidad es la “actitud formada por medio de una evaluación general a largo plazo del desempeño de una empresa” (Hoffman & Bateson, 2012, pág. 319). La evaluación del usuario sobre un servicio en función de que si ha cumplido o no las necesidades y expectativas, conocida como satisfacción, les ayuda a determinar la calidad en el servicio (Hoffman & Bateson, 2012); juntos forman los criterios de la percepción sobre el servicio (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

Lovelock y Wirtz (2009) a través de una investigación realizada por Valerie Zeithaml, Leonard Berry y A. Parasuraman (s.f), registran varios juicios que los usuarios utilizan para evaluar la calidad del servicio: honestidad, seguridad, acceso, comunicación, entendimiento al usuario, presencia del espacio físico, cordialidad, respuesta, destreza y trato.

Kotler y Keller (2012) rescatan la definición de calidad del servicio online de Zeithaml, Parasuraman y Malhotra como “la medida en que un sitio Web facilita la realización de compras, así como la adquisición y la entrega eficaz y eficiente” (pág. 376). Además se exponen la investigación de Wolfinbarger y Gilly en la que constan cuatro niveles de percepción de calidad del servicio online: “fiabilidad / cumplimiento, diseño del sitio Web, seguridad/privacidad, y servicio al cliente” (pág. 376).

Por su parte, la productividad se encarga de medir la cantidad de lo producido con relación a los insumos empleados. Lo intangible que implica el servicio hace más difícil medir su productividad, “el problema es especialmente notorio en los servicios que se basan en información” (Lovelock & Wirtz, 2009, pág. 433). Lovelock y Wirtz (2009) aluden algunas tácticas para incrementar la productividad.

- Controlar los costos en cada proceso.
- Otorgar a los empleados todos los insumos.
- Capacitar a los empleados respecto a trabajar en forma productiva.

- Un empleado multifuncional evita los cuellos de botella.

La mejora de la calidad del servicio y el incremento de la productividad siempre van de la mano, al constituirse en un potencial para ampliar el valor hacia el usuario y la organización. El rediseño del mapa de proceso del servicio es un instrumento relevante para elevar la productividad (Lovelock & Wirtz, 2009).

1.4. SERVICIOS DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA EN OTROS PAÍSES

1.4.1. CASO CEPAL

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL “es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas” con su sede en Santiago de Chile. Se creó para “contribuir el desarrollo económico de América Latina,” coordinar acciones, reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y promover el desarrollo social (CEPAL, s.f.).

La CEPAL agrupa a los Institutos de Estadísticas de 33 países, junto con algunas naciones de América del Norte, Europa y Asia (CEPAL, s.f.). Además cuenta con oficinas subregionales en México y Trinidad y Tobago, y oficinas nacionales en Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay y Estados Unidos.

La CEPAL proporciona libremente información estadística sobre economía, sociedad, medio ambiente, entre otros temas, de América Latina y el Caribe a través de canales como su página y servicio de biblioteca, entre las opciones están:

Según el responsable de biblioteca, los usuarios pueden ingresar a través de la dirección <http://www.cepal.org/es/datos-y-estadisticas> para acceder al portal CEPALSTAT y otras bases de datos (Aracena, 2015), además de contar con un amplio repositorio digital.

La asistencia en investigaciones es otro de los servicios disponibles. Si el usuario requiere ayuda para encontrar una publicación, busca información sobre nuevos temas, quiere asegurarse si toda la información que posee es la disponible; para ello, la CEPAL proporciona asistencia en la investigación identificando, recopilando y seleccionando la información

idónea según su requerimiento mediante el denominado Programa de Enlace “diseñado por la Biblioteca para prestar un servicio de información personalizado y especializado a las diferentes divisiones de la CEPAL” (CEPAL, s.f.). La petición de información es enviada por correo electrónico a un responsable de Biblioteca de enlace para que los miembros de la División de Estadísticas realicen un trabajo exhaustivo de respuesta, ya sea direccionando a los usuarios hacia las fuentes nacionales y/o internacionales, así como también, derivando las consultas a los autores de los trabajos si es necesario (Aracena, 2015).

Preguntar a un bibliotecario es otra de las opciones disponibles en la página web. Si existen consultas sobre recursos de biblioteca o cómo encontrar estadísticas, se dispone de la opción de consulta directa a través de correo electrónico o colocar la inquietud en un listado de interrogantes visibles al público. La “consulta es respondida por bibliotecarios, vía correo electrónico, en un plazo máximo de dos días hábiles” (CEPAL, s.f.).

Otro de los canales es el servicio de biblioteca, disponible en los países donde se localizan las subregionales de la CEPAL, en las ciudades de Santiago, México D.F. y Puerto España (CEPAL, s.f.).

Según Aracena (2015) la información es proporcionada de igual forma a todas las consultas, sean estas provenientes o no de países de la región. El principal medio es a través de correo electrónico.

1.4.2. CASO INEGI

Se analiza al Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, por su presencia internacional, destacándose como miembro de la Comisión de Estadística de Naciones Unidas, de la Conferencia Estadística de las Américas (CEA) de la CEPAL, de la Conferencia de Estadísticos Europeos, del Comité de Estadística de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), del Comité Ejecutivo del Programa de Comparación Internacional de las Naciones Unidas, entre otros (INEGI, s.f.). Además por considerarse una

institución que otorga “servicio personalizado de atención, con la finalidad de satisfacer las necesidades de información de los diversos sectores de la sociedad” (INEGI, s.f.).

El INEGI se creó en el año de 1983, mediante decreto presidencial del Gobierno de México. El objetivo es “lograr que el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (SNIEG) suministre a la sociedad y al Estado información de calidad, pertinente, veraz y oportuna” (INEGI, s.f.).

El INEGI ofrece acceso a la información “a través de productos impresos y digitales, tanto en forma gratuita como en venta”. Para proporcionar el acceso a la información, ofrece los siguientes canales de atención al público (INEGI, s.f.):

La página web www.inegi.org.mx brinda información en diversos formatos para público en general y especializado. A través de la publicación de temas investigados, el usuario accede y descarga estadísticas según su necesidad.

Otra opción es la orientación telefónica que tiene a disposición el servicio de consultas gratuitas de lunes a domingo de 08h00 a 23h00.

A disposición del público se encuentran 35 centros de información distribuidos en todo el territorio mexicano “en los que se brinda en forma gratuita asesoría y acceso a todos los productos, así como la venta de los mismos” (INEGI, s.f.).

Para consulta externa existen 996 bibliotecas y mapotecas en todo el país que “ofrecen acceso gratuito a las publicaciones, cartografía y discos compactos del INEGI”. La página web ofrece en detalle la ubicación y dirección de estos centros.

El chat en línea está disponible de lunes a domingo de 08h00 a 23h00, la modalidad es uno a uno y gratuito. El usuario accede al colocar su nombre y correo electrónico e inmediatamente es atendido por una persona capacitada que responderá las inquietudes de información (INEGI, s.f.).

Solicitudes de información, a la brevedad posible el usuario recibirá la respuesta a su correo electrónico luego de realizar su petición directamente desde la página web. Se encuentra disponible para recibir orientación sobre productos y servicios, y datos específicos (INEGI, s.f.).

Redes sociales con publicaciones de infografías, tips informativos y enlaces para mayor detalle, se anuncian en los canales de Facebook y Twitter.

A decir de Borbón (2015), funcionaria del INEGI encargada del servicio chat en línea, para la atención a los usuarios disponen de un protocolo de servicios; los canales de entrada, información, preguntas y salida tienen un seguimiento escrito y son verificados (Borbón, 2015).

Con el objetivo de promover el conocimiento y uso de la información estadística y geográfica, el IENGI otorga conferencias, seminarios y talleres para diferentes públicos y niveles de escolaridad (INEGI, s.f.).

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Como hemos observado, el uso de estadísticas oficiales de la web tiene un alto porcentaje en estudiantes universitarios del Ecuador y particularmente del cantón Cuenca. Conocer los inconvenientes y necesidades respecto al servicio, manipulación e interpretación de los datos estadísticos en este segmento requirió la técnica de análisis cuantitativo a través del uso de Encuestas, instrumento ideal y adecuado para recopilar información por el nivel educativo que poseen las personas investigadas.

El método de muestreo que se utilizó es el estratificado proporcional probabilístico, “cada estrato depende de su tamaño en relación a la población” (Hair, Bush, & Ortinau, 2007, pág. 351), el mismo que se implementó para la distribución de la muestra en las universidades objeto de estudio, según el número de estudiantes matriculados. Mientras que para la distribución en cada universidad se empleó el método de muestreo a conveniencia, “método muestral no probabilístico en el que las muestras se toman a conveniencia del investigador” (Hair, Bush, & Ortinau, 2007, pág. 357).

El proceso de investigación implicó cuatro etapas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014):

2.1. PLANIFICACIÓN

Se determinó las unidades de muestreo, observación y análisis, población objeto de estudio, el cálculo de la muestra y la distribución de las encuestas.

2.1.1. UNIDAD DE MUESTREO

La unidad de muestreo son los estudiantes universitarios del cantón Cuenca.

2.1.2. UNIDAD DE OBSERVACIÓN

Se encuentran cuatro universidades del cantón Cuenca: Universidad del Azuay, Universidad Católica de Cuenca, Universidad de Cuenca y Universidad Politécnica Salesiana. Y los estudiantes matriculados en estas instituciones educativas.

2.1.3. UNIDAD DE ANÁLISIS

Corresponde a los estudiantes de los dos últimos años de las universidades del cantón Cuenca. De acuerdo a la experiencia propia del autor, quienes cursan los últimos años de pregrado son el segmento que realiza más consultas de información estadística.

2.1.4. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

La encuesta se aplicó a estudiantes hombres (50,2%) y mujeres (49,8%) que cursan los dos últimos años de pre grado, sin importan su especialidad.

2.1.5. CÁLCULO DE LA MUESTRA

De acuerdo a la propuesta presentada en el diseño del trabajo de investigación, al contar con el número de estudiantes con nivel de instrucción superior que asisten actualmente a un establecimiento de enseñanza regular, se utilizó la fórmula expuesta por Marcela Benassini (Benassini, 2009, pág. 196), aplicado a población finita.

$$n = \frac{(k^2pqN)}{s^2 (N-1) + k^2pq}$$

n = Tamaño de la muestra.

k = Valor de intervalo de confianza.

p = Probabilidad a favor de que un estudiante haga uso de estadísticas de la web.

q = Probabilidad en contra de que un estudiante haga uso de estadísticas.

s = Error estándar.

N = Universo o población.

Para el cálculo se utilizó un nivel de confianza del 95% $\approx 1,96$ (Hair, Bush, & Ortinau, 2007), y un margen de error de 4%. Para los valores de p y q , al no estar claro la situación a investigar, se otorgaron los valores máximos a la probabilidad de que acontezca y no acontezca el caso (Benassini, 2009).

$k = 1,96$ Representando un 95% de confianza.

$p = 0,50$

$q = 0,50$

$s = 4\%$

$N = 33.447$ Estudiantes universitarios

$$n = \frac{(1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 33.447)}{0,04^2 (33.447-1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$n = 590$

2.1.6. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Distribución del número de encuestas

| Universidad | No. Estudiantes | No. Encuestas |
|-----------------------------------|---------------------|---------------|
| Universidad de Cuenca | ^c 17.216 | 284 |
| Universidad Católica de Cuenca | ^d 6.786 | 112 |
| Universidad del Azuay | ^e 6.389 | 105 |
| Universidad Politécnica Salesiana | ^f 5.395 | 89 |
| Total | 35.786 | 590 |

Tabla 2: Distribución del número de encuestas.

Fuente: ^c Universidad de Cuenca (2014), ^d Universidad Católica de Cuenca (2014), ^e Universidad del Azuay (2014), ^f Universidad Politécnica Salesiana (2015). Elaborado por el autor.

2.2. RECOLECCIÓN

Se utilizó una encuesta estructurada de manera que responda al objetivo de la investigación, que incluye preguntas descriptivas con variables nominales y de escala como: género, nombre de la universidad, edad, etc.

Además, para obtener la información se implementó el método de la entrevista personal, realizando una serie de preguntas en forma de diálogo y anotando las respuestas, es una de las técnicas más valiosas en la investigación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2009).

2.3. PROCESAMIENTO

Para ejecutar la etapa de procesamiento, se procedió a preparar la información con el fin de obtener una base de datos, cumpliendo varias etapas: edición de datos para identificar errores cometidos al realizar la encuesta; codificación de la información para asignar valores numéricos a las respuestas y facilitar la elaboración de la base de datos; construcción de la base de datos utilizando el software SPSS, herramienta que posee amplia capacidad para el análisis estadístico; y, el conteo de los casos utilizando tabulaciones unidireccionales y cruzadas (Hair, Bush, & Ortinau, 2007).

2.4. INFORME

El análisis de los resultados obtenidos en la encuesta se presenta en el siguiente apartado. Se utilizan ilustraciones prácticas, consiguiendo que el lector capte la esencia de la información.

CAPÍTULO 3

3. INTERPRETACIÓN Y RESULTADOS

La investigación en los estudiantes universitarios del cantón Cuenca indica que la edad promedio de las personas que participaron en la encuesta es de 23 años, con un máximo de 28 y un mínimo de 20 años. Mientras que el 50,2% son hombres y la diferencia mujeres.

3.1. USO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Al plantear a toda la muestra de investigación, la interrogante si han utilizado o no algún tipo de estadística, los resultados indican que seis de cada 10 estudiantes sí usaron este tipo de información, Figura 19. Del total de mujeres, el 66,3% refleja su mayor uso, frente al 53,7% en los hombres. Respecto a los establecimientos educativos, la universidad Católica de Cuenca evidencia el mayor uso de estadísticas con el 67%; sin embargo, el porcentaje de todas es superior al 50%.

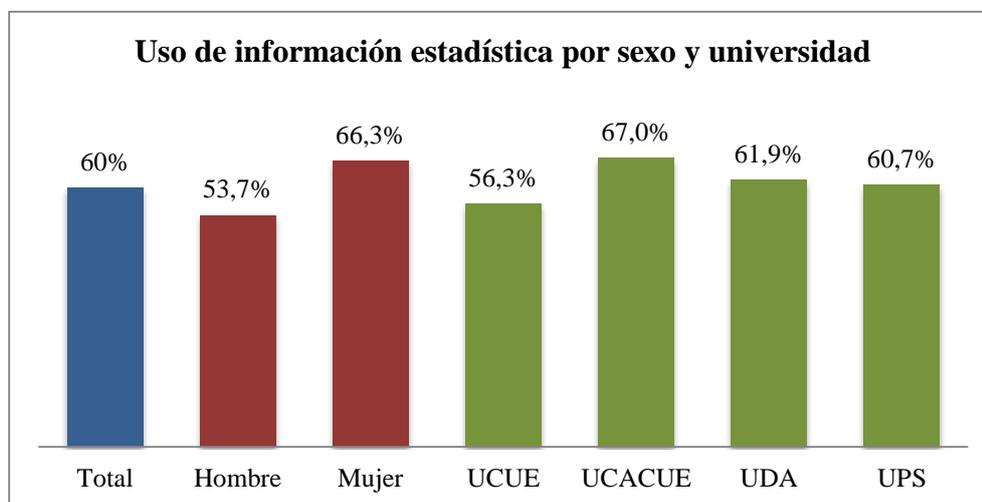


Figura 19: Uso de información estadística por sexo y universidad.

Fuente: Elaborado por el autor.

3.2. VALORACIÓN DE CIERTAS COMPETENCIAS PARA OBTENER INFORMACIÓN

En este apartado se empleó una medición de escala de intervalo “donde se utilizan los números para calificar” (Malhotra, 2008, pág. 255), asignando valores del uno al cinco, y empleando un esquema similar al de Likert conocido como la “escala de medición con cinco categorías de respuesta” (Malhotra, 2008, pág. 274), siendo cinco la máxima calificación y uno la calificación más baja.

El objetivo es conocer ciertos inconvenientes que tienen los estudiantes al obtener información estadística, luego de valorar las afirmaciones planteadas. La muestra corresponde a 354 personas quienes manifestaron haber utilizado algún tipo de información estadística.

Total de puntos y promedio individual de competencias para obtener información

| N = 354 | Total puntos | Promedio |
|--|--------------|----------|
| Sabe donde buscar información | 1.061 | 3 |
| Conoce de rutas para realizar búsquedas | 928 | 2,62 |
| Conoce de información disponible | 929 | 2,62 |
| Conoce o tiene referencia de atención rápida en oficinas | 946 | 2,67 |
| Es necesario de una persona para guiar búsqueda | 1.138 | 3,21 |
| Existe orden en contenidos | 1.038 | 2,93 |
| Existe información que necesita | 1.105 | 3,12 |
| No existe problema con navegador de internet | 1.281 | 3,62 |

Tabla 3: Total de puntos y promedio individual de competencias para obtener información.

Fuente: Elaborado por el autor.

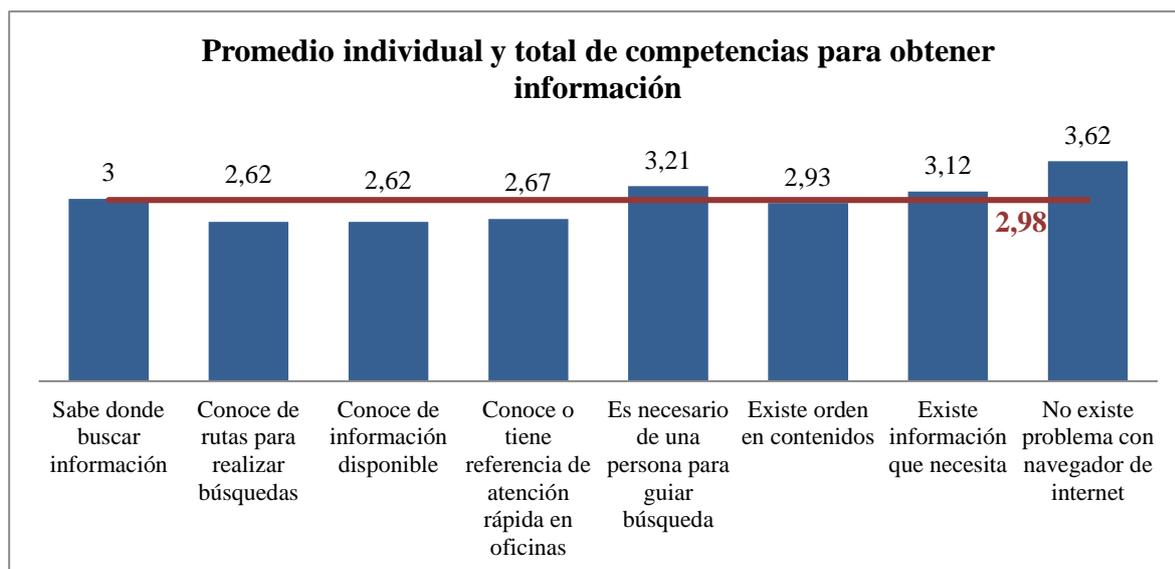


Figura 20: Promedio individual y total de competencias para obtener información.

Fuente: Elaborado por el autor.

La Tabla 3 visualiza el total de puntos de cada afirmación, así como también su promedio; mientras que en la Figura 20, además de los promedios individuales consta el promedio del total de competencias 2,98; en este tipo de análisis se emplean dos decimales para conseguir mayor diferencia entre las opciones. Según el total de puntos y promedios, las afirmaciones con valoraciones más bajas son: conoce de rutas para realizar búsquedas, conoce de información disponible, conoce o tiene referencia de atención rápida en oficinas y la existencia de orden en contenidos; cuyos promedios se ubican por debajo del promedio del total de competencias.

Al proponer el modelo de servicios se dará principal atención en proporcionar una guía para realizar búsquedas de información, agilizar la atención en la oficina de biblioteca y contar con un orden en los contenidos.

3.3. VALORACIÓN DE CIERTAS COMPETENCIAS PARA MANIPULAR E INTERPRETAR INFORMACIÓN

El objetivo es conocer los mayores inconvenientes con los que se encuentran los estudiantes al manipular e interpretar información estadística. Se emplea nuevamente la medición de escala de intervalo, asignando valores del uno al cinco, y empleando un esquema similar al de Likert, en el que se pide a los encuestados valorar un listado de temas respecto al manejo y análisis de estadísticas. La muestra corresponde a 354 personas.

Valoración de competencias para manipular e interpretar información

| N = 354 | Total puntos | Promedio |
|---|--------------|----------|
| Información disponible no causa confusión al emplear estadísticas | 1.148 | 3,24 |
| Sabe como usar bases de datos y aplicaciones | 987 | 2,79 |
| Sabe como calcular ciertos indicadores | 865 | 2,44 |
| Existe información actualizada para uso eficiente de estadísticas | 1.123 | 3,17 |
| Sabe como analizar datos | 1.043 | 2,95 |
| Sabe como citar bibliografía | 1.133 | 3,2 |
| Conceptos y glosarios son fáciles de entender | 1.172 | 3,31 |
| Existe suficiente teoría para entender estadísticas | 1.173 | 3,31 |

Tabla 4: Valoración de competencias para manipular e interpretar información.

Fuente: Elaborado por el autor.

La Tabla 4 visualiza el total de puntos de cada afirmación, así como también su promedio; mientras que en la Figura 21, además de los promedios individuales consta el promedio del total de competencias 3,05. Según el total de puntos y promedios, las afirmaciones con valoraciones más bajas son: sabe como calcular ciertos indicadores, sabe

como usar bases de datos y aplicaciones, y sabe como analizar datos. Los promedios de estas afirmaciones se encuentran por debajo del promedio total 3,05.

Los datos obtenidos permitirán incluir en el modelo de servicios, información que facilite al estudiante calcular ciertos indicadores y, utilizar y analizar bases de datos.

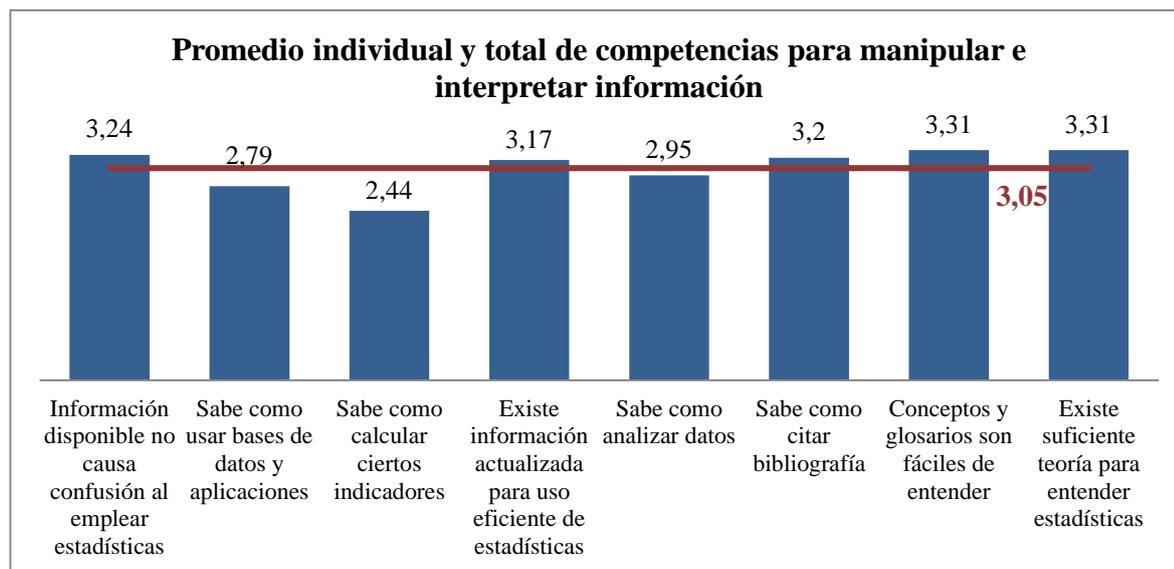


Figura 21: Promedio individual y total de competencias para manipular e interpretar información.

Fuente: Elaborado por el autor.

3.4. RUTA QUE UTILIZA O UTILIZARÍA PARA OBTENER INFORMACIÓN

Del universo total investigado, el 56,3% indica que al obtener información estadística lo hacen por cuenta propia a través de un sitio web y el 33,2% usaría el servicio de biblioteca; los porcentajes que mencionan el uso de llamadas telefónicas y oficios son menores al 10%, Figura 22.

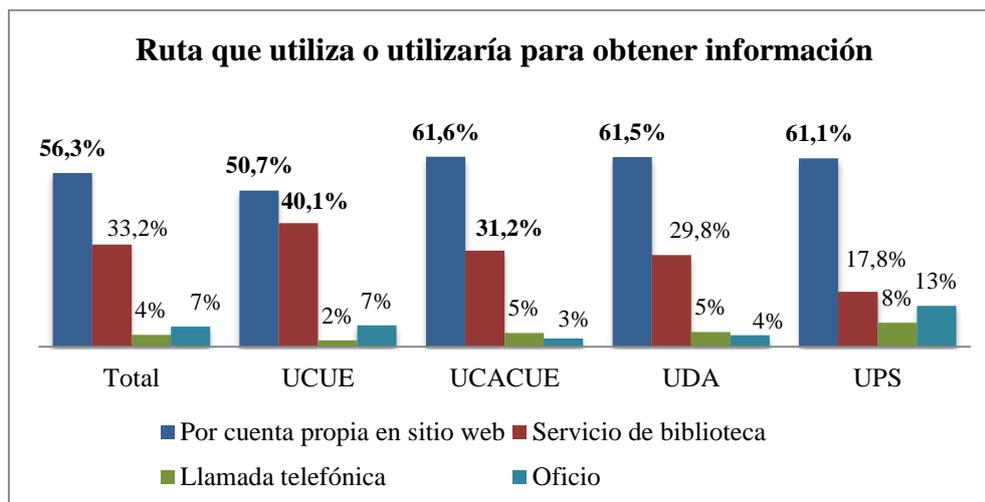


Figura 22: Ruta que utiliza o utilizaría para obtener información.

Fuente: Elaborado por el autor.

En esta interpretación se considera la pregunta “*universidad*” como variable de control; el detalle del cruce de información ofrece una idea de la ruta que utilizan los estudiantes de cada universidad, y posterior a ello, tomar acciones estratégicas de acuerdo a los resultados. En todas las universidades, la ruta por cuenta propia mediante un sitio web posee porcentajes superiores al 50%; el uso del espacio de una biblioteca tiene mayor aceptación en las universidades de Cuenca y Católica de Cuenca; y, el empleo de oficios tiene leve notoriedad en la universidad Politécnica Salesiana.

3.5. TIPO DE INFORMACIÓN QUE CONSULTA O LE GUSTARÍA CONSULTAR

El universo corresponde al total de encuestados, con la opción de que los estudiantes mencionen hasta tres respuestas sobre el tipo de información que ha consultado o le gustaría consultar. De igual manera, se considera en el análisis la variable de control “*universidad*” con el objetivo de conocer el comportamiento del tipo de información investigada en cada establecimiento educativo. Esto permitirá la implementación de tácticas posteriores, principalmente para enfatizar el uso de temas que no son habitualmente investigados.

Del total de respuestas, los valores más altos corresponden a temas de población y demografía con 33,6%, estadísticas sociales con 22,1% y estadísticas económicas con 14,7%. El mismo comportamiento se observa en las universidades de Cuenca y del Azuay, Figura 23.

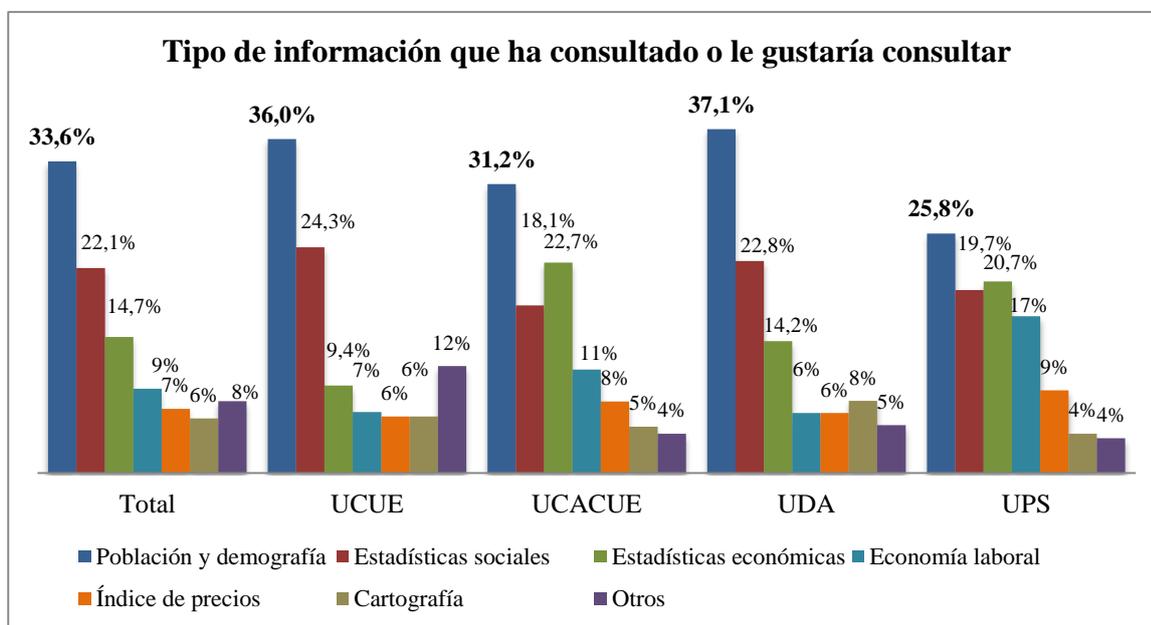


Figura 23: Tipo de información que ha consultado o le gustaría consultar.

Fuente: Elaborado por el autor.

Por su parte, en las universidades Católica de Cuenca y Politécnica Salesiana, luego del tema de población y demografía, las estadísticas económicas ocupan el segundo lugar, desplazando a las sociales. En la universidad Politécnica Salesiana la distribución de los porcentajes es más pareja a comparación del resto, sumándose un valor elevado en temas de economía laboral con el 17%.

En la opción “*otros*” constan temas pobreza, estadísticas ambientales y estadísticas agropecuarias.

3.6. INSTITUCIONES QUE PROPORCIONAN INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Se consulta al total de la muestra respecto al conocimiento o no de instituciones que proporcionen información estadística, el 74,2% presenta una respuesta afirmativa, Figura 24.

A ellos se les consultó el nombre de dicha institución. Esta indagación proporciona “la conciencia de recordación espontánea o top of mind” (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2012, pág. 524).



Figura 24: Conocimiento de instituciones que proporcionen estadísticas.

Fuente: Elaborado por el autor.

Del listado de instituciones mencionadas, se citan las 10 primeras. El INEC presenta el mayor porcentaje de recordación con el 46,6%, a continuación el Banco Central del Ecuador con el 18,3%; esto ratifica el nivel de conocimiento de las dos instituciones que aportan mayor cantidad de estadísticas en el país (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013), Tabla 5.

Recordación de instituciones que otorgan estadísticas

| No. | Institución | % |
|-----|---|-------|
| 1 | Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC | 46,6% |
| 2 | Banco Central del Ecuador | 18,3% |
| 3 | Municipio de Cuenca | 5,3% |
| 4 | Sistema Nacional de Información SIN | 4,6% |
| 5 | Ministerio de Salud Pública MSP | 4,1% |

| | | |
|----|---|------|
| 6 | Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP | 3,2% |
| 7 | Cámara de la Construcción de Cuenca | 3,0% |
| 8 | Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO | 2,7% |
| 9 | Ministerio de Turismo | 2,1% |
| 10 | Contraloría General del Estado | 2,1% |
| | Otros | 8,1% |

Tabla 5: Recordación de instituciones que otorgan estadísticas.

Fuente: Elaborado por el autor.

A la categoría “*otros*” corresponden instituciones como la Cámara de Comercio de Cuenca, Servicio de Rentas Internas SRI, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, Ministerio de Transporte y Obras Públicas MTOP, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Trabajo, entre otros. Instituciones agrupadas por presentar un bajo porcentaje.

3.7. CONOCIMIENTO ACERCA DEL INEC

Al formular la pregunta si han escuchado hablar del INEC o no, tiene por objetivo profundizar el nivel de recordación en toda la muestra investigada en referencia a si realmente distinguen o no esta institución, esto ayudará abrir espacio para contestar las preguntas posteriores. Así lo expresa la Figura 25, el 73,6% del total de población manifiesta una afirmación a la interrogante, valor superior a la pregunta sobre el nombre de instituciones que proporcionen información estadística, donde apenas se obtuvo el 46,6% a favor del INEC.

El porcentaje de conocimiento del total de mujeres es mayor que en los hombres, 76,2%, frente al 70,9%; mientras que los valores superiores en las universidades corresponden a la Católica de Cuenca y Politécnica Salesiana con el 76,8% y 76,4%, respectivamente. Más adelante se conocerá si realmente estas opciones que presentan altos porcentajes son quienes utilizaron estadísticas producidas por el INEC.

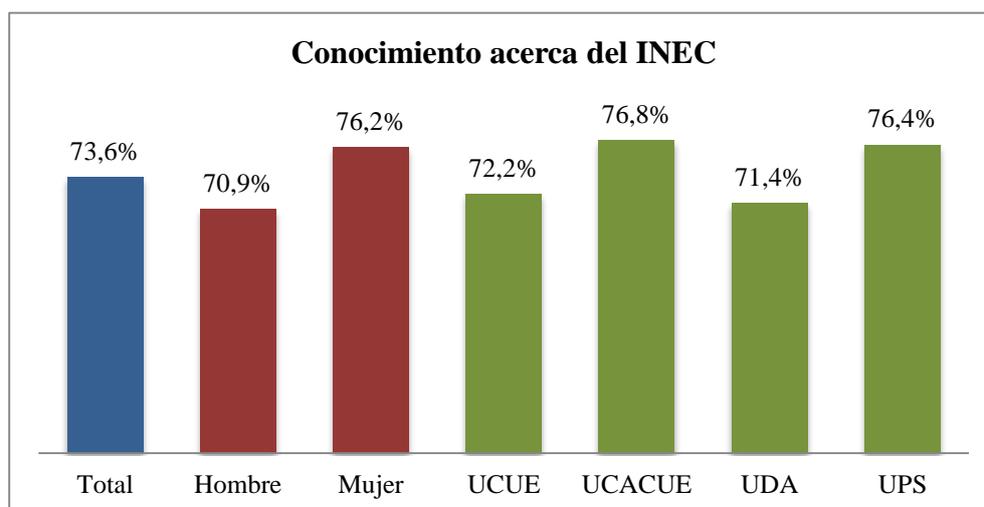


Figura 25: Conocimiento acerca del INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

De los estudiantes que manifestaron haber escuchado acerca del INEC, 434 personas, en su mayoría lo hicieron a través del internet con el 27%. A medios como los amigos y docentes les corresponden el 21,4% y 20%, respectivamente; las ferias y charlas informativas, medios de comunicación y familiares, pasan a un plano posterior con valores menores al 10%, Figura 26.

A este análisis se incluye la variable de control “*universidad*” para entender los medios de mayor acceso en cada una de ellas, y optar por estrategias para incrementar el conocimiento del Instituto de Censos. Como resultado, el medio de mayor proporción es el internet, excepto en la universidad Católica de Cuenca, donde los principales canales son los amigos y docentes con el 29,1% y 24,4%, respectivamente. Otro aspecto a resaltar son las ferias informativas en la universidad de Cuenca, el porcentaje supera el 10%.

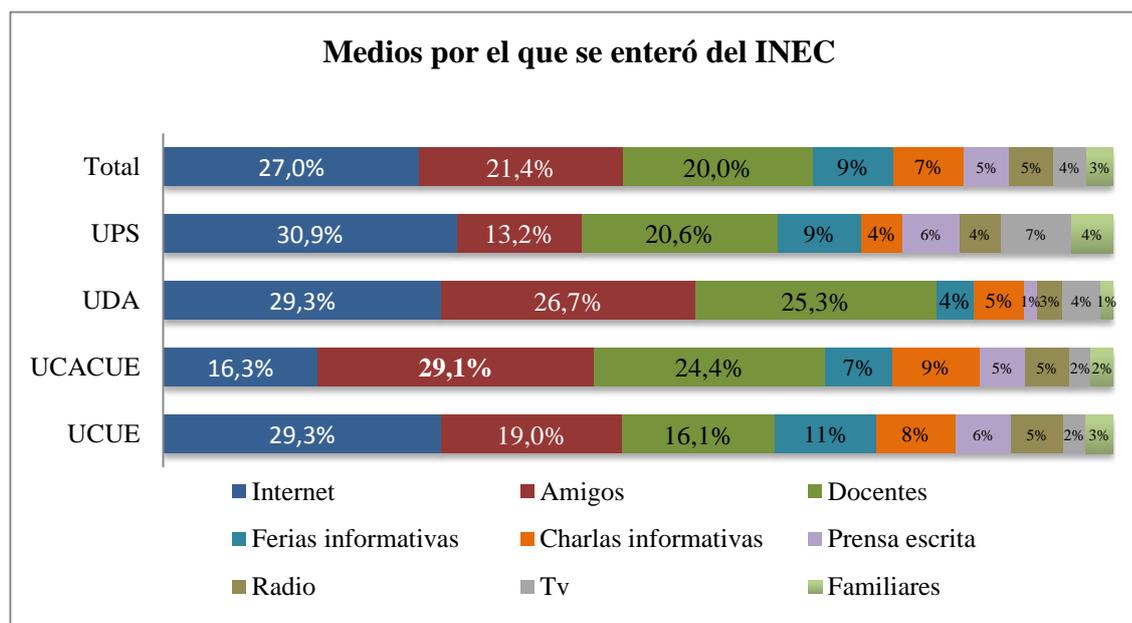


Figura 26: Medios por el que se enteró del INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

3.8. CONSULTAS DE INFORMACIÓN DEL INEC

De los estudiantes que expresaron saber del INEC, 434 personas, el 55,5% sí realizó consultas de información en esta institución, Figura 27. Se utilizan nuevamente las variables de control “*sexo*” y “*universidad*” para contrastar con los porcentajes que reflejan el conocimiento de la entidad en estudio, presentados en la Figura 25.

Del total de mujeres, el 61,6% consultó estadísticas, y de los hombres, el 49%; el orden de los valores es similar en la pregunta de conocimiento sobre la institución.

Mientras tanto, los estudiantes por universidades que más utilizan este tipo de información son la de Cuenca y del Azuay con el 59% y 58,7%, respectivamente; el orden no es el mismo que el presentado en el cuadro de porcentajes de conocimiento, allí sucede lo contrario, las universidades Católica de Cuenca y Politécnica Salesiana ostentan los valores altos. En consecuencia, las universidades que más utilizan información del INEC, no son necesariamente las que más conocen de su existencia.

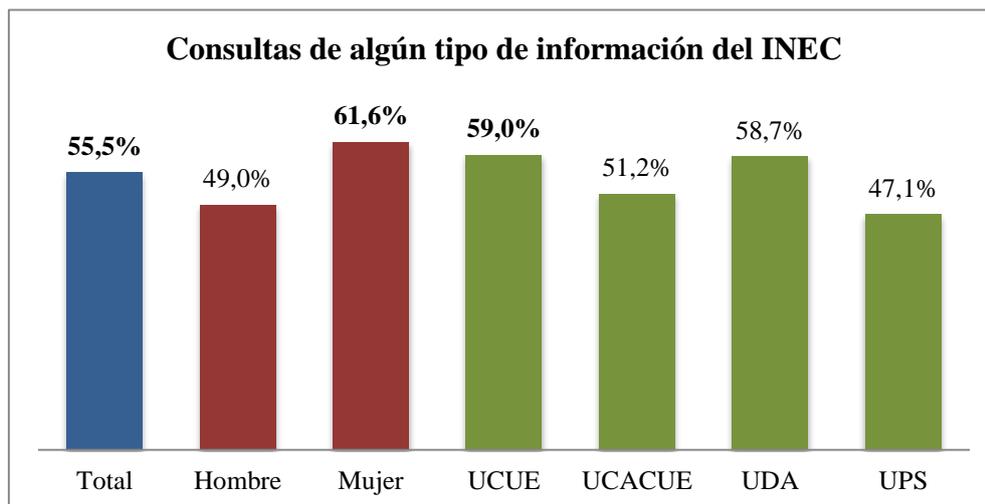


Figura 27: Consultas de algún tipo de información del INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

3.9. VISITAS A LA BIBLIOTECA Y ACCESO A PÁGINA WEB DEL INEC

Para interpretar la Figura 28, se consideran las respuestas de 241 personas, a consecuencia de haber consultado algún tipo de información del INEC. Se emplean las variables de control “*sexo*” y “*universidad*” para mayor detalle del acceso.

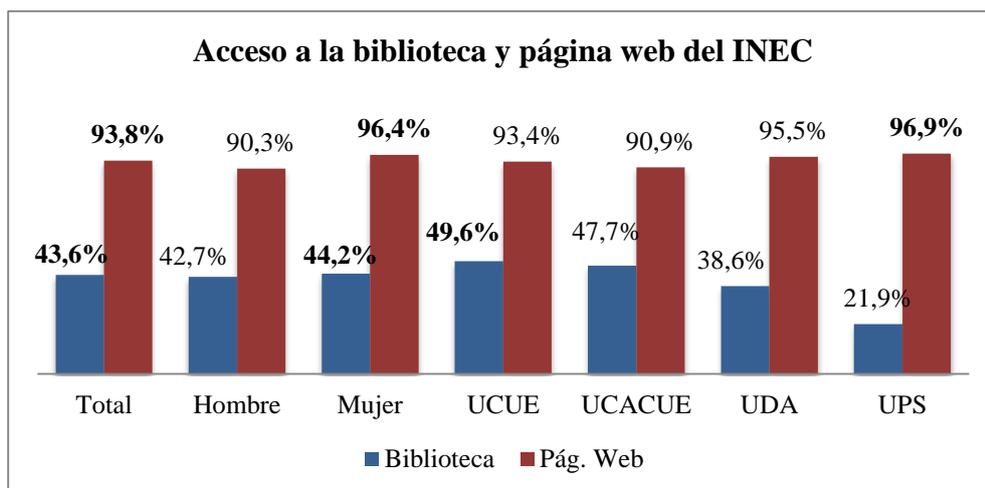


Figura 28: Acceso a la biblioteca y página web del INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

El porcentaje del total de visitas a la biblioteca es del 43,6%; entre los totales de hombres y mujeres existen valores próximos. En las universidades de Cuenca y Católica de Cuenca registran mayor número de visitas con el 49,6% y 47,7%, respectivamente; la universidad Politécnica Salesiana registra el menor porcentaje, 21,9%.

Respecto al acceso a la página web, se registra un alto porcentaje en el total de respuestas, el 93,8%; al comparar los totales de hombres y mujeres, ellas ingresaron en mayor porcentaje, 96,4% frente al 90,3%; y, al comparar los datos de las universidades, la Politécnica Salesiana y la del Azuay registran los valores más elevados, 96,9% y 95,5%, respectivamente. Como detalle complementario del uso de la página web, apenas el 28% de los estudiantes recuerdan la dirección electrónica.

En consecuencia, al comparar los totales es evidente la diferencia entre visitar la biblioteca y acceder a la página web. Es importante detallar que según la experiencia del autor, las personas que visitan la biblioteca pueden también consultar la información en el sitio web.

Las mujeres en mayor número visitan la biblioteca y acceden al sitio web; mientras las universidades que menos frecuentan la biblioteca son quienes mayor uso hacen de la web.

3.10. CALIFICACIÓN DE CIERTAS COMPETENCIAS DE LA BIBLIOTECA DEL INEC

Para el modelo de servicios que se plasmará en el siguiente capítulo, es necesario disponer de información sobre la valoración de ciertas competencias de la biblioteca ubicada en la ciudad de Cuenca. Se utiliza la medición de escala de intervalo, asignando valores del uno al cinco, y empleando un esquema similar al de Likert. Se solicita a los estudiantes valorar un listado de ítems que engloban el trabajo que cumple la biblioteca, el objetivo es conocer aquellas consideraciones que deben ser mejoradas para optimizar el servicio. La

muestra corresponde a 105 personas, quienes afirmaron haber consultado información en este lugar.

Total de puntos y promedio individual de competencias de la biblioteca

| N = 105 | Total puntos | Promedio |
|---|--------------|----------|
| Ubicación de biblioteca | 298 | 2,84 |
| Horario de atención | 378 | 3,6 |
| Ambiente (espacio físico, señalización, etc.) | 413 | 3,93 |
| Conocimientos de la persona que le atendió | 421 | 4,01 |
| Tiempo empleado para obtener información | 366 | 3,49 |
| Acceso a la información | 380 | 3,62 |
| Satisfacción con información consultada | 372 | 3,54 |
| Material de apoyo | 304 | 2,9 |
| Respuesta a inquietudes | 378 | 3,6 |

Tabla 6: Total de puntos y promedio individual de competencias de la biblioteca.

Fuente: Elaborado por el autor.

La Tabla 6 representa el total de puntos de cada valoración, así como su promedio; mientras que en la Figura 29, además de los promedios individuales, presenta el promedio del total de competencias 3,5.

De acuerdo al total de puntos y promedios, los ítems con valoraciones más bajas y que se encuentran por debajo del promedio total son: ubicación de la biblioteca, material de apoyo y tiempo empleado para obtener información.

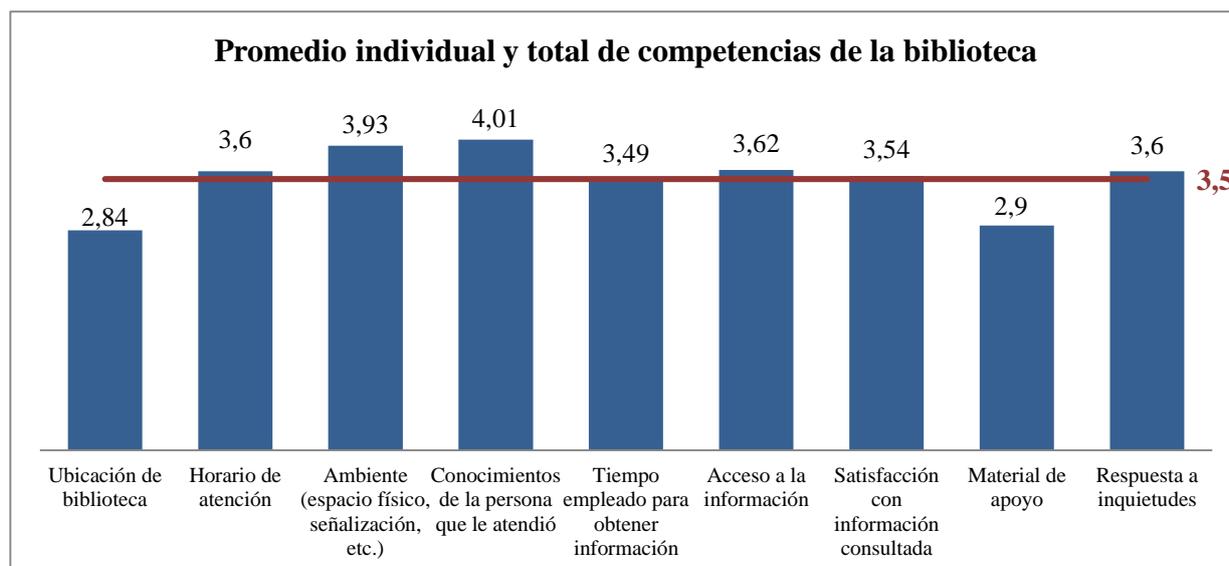


Figura 29: Promedio individual y total de competencias de la biblioteca.

Fuente: Elaborado por el autor.

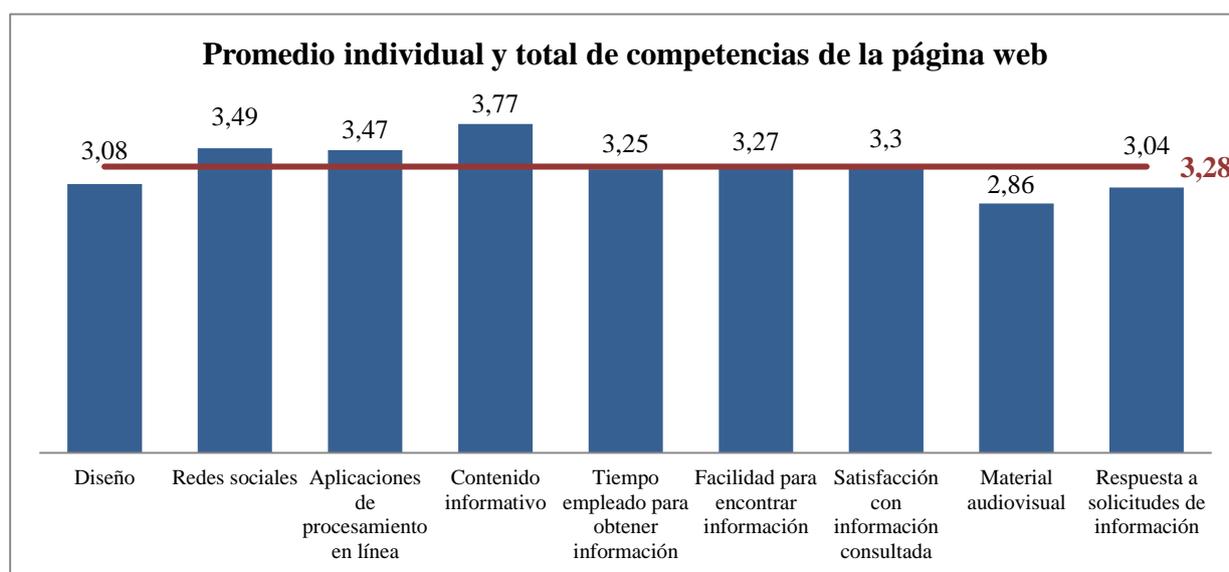
Para otorgar un mejor servicio en el espacio de biblioteca se deberá hacer énfasis en contar con material de apoyo y mejorar los tiempos de atención a los usuarios para entregar información. Respecto a la ubicación de la biblioteca, por ser un espacio asignado, no se considera una reubicación de la misma.

3.11. CALIFICACIÓN DE CIERTAS COMPETENCIAS DE LA PÁGINA WEB DEL INEC

Así como se valoraron ciertas competencias de la biblioteca, es necesario contar con la misma información respecto a la apreciación de la página web. Aplicando la medición de escala de intervalo con valores del uno al cinco, y empleando un esquema similar al de Likert, los estudiantes asignaron un valor al listado de opciones respecto a las competencias que engloban la página web. El objetivo es conocer los aspectos que deben ser mejorados para optimizar el servicio a través de la página web. La muestra corresponde a 226 personas, quienes afirmaron su consulta de información en esta web.

Total de puntos y promedio individual de competencias de la página web

| N = 226 | Total puntos | Promedio |
|--|--------------|----------|
| Diseño | 695 | 3,08 |
| Redes sociales | 789 | 3,49 |
| Aplicaciones de procesamiento en línea | 785 | 3,47 |
| Contenido informativo | 851 | 3,77 |
| Tiempo empleado para obtener información | 735 | 3,25 |
| Facilidad para encontrar información | 738 | 3,27 |
| Satisfacción con información consultada | 745 | 3,3 |
| Material audiovisual | 646 | 2,86 |
| Respuesta a solicitudes de información | 687 | 3,04 |

Tabla 7: Total de puntos y promedio individual de competencias de la página web.**Fuente:** Elaborado por el autor.**Figura 30:** Promedio individual y total de competencias de la página web.**Fuente:** Elaborado por el autor.

La Tabla 7 representa el total de puntos de cada valoración, así como su promedio; mientras que en la Figura 30, además de los promedios individuales, presenta el promedio del total de competencias 3,28.

Respecto al total de puntos y promedios, los ítems con valoraciones más bajas y que se encuentran por debajo del promedio total son: material audiovisual, respuesta a solicitudes de información, diseño, tiempo empleado para obtener información y facilidad para encontrar información.

Para optimizar el servicio a través de la página web se deberá poner atención al material audiovisual, facilitar una canal de respuesta a las inquietudes de los usuarios, diseño y, proporcionar una guía de búsqueda que acorte tiempos y facilite las consultas.

3.12. CALIFICACIÓN AL SERVICIO ACTUAL DE BIBLIOTECA Y PÁGINA WEB

Al consultar las valoraciones a ciertos aspectos que se desarrollan dentro de la biblioteca y en la página web, se anexaron dos ítems con el objetivo de conocer la valoración del servicio actual en estos dos espacios.

Valoración del servicio de biblioteca y página web

| N = 105 (biblioteca) | | |
|-----------------------------------|--------------|----------|
| N = 226 (pág. web) | Total puntos | Promedio |
| Servicio general de la biblioteca | 371 | 3,53 |
| Servicio general de la página web | 760 | 3,36 |

Tabla 8: Valoración del servicio de biblioteca y página web.

Fuente: Elaborado por el autor.

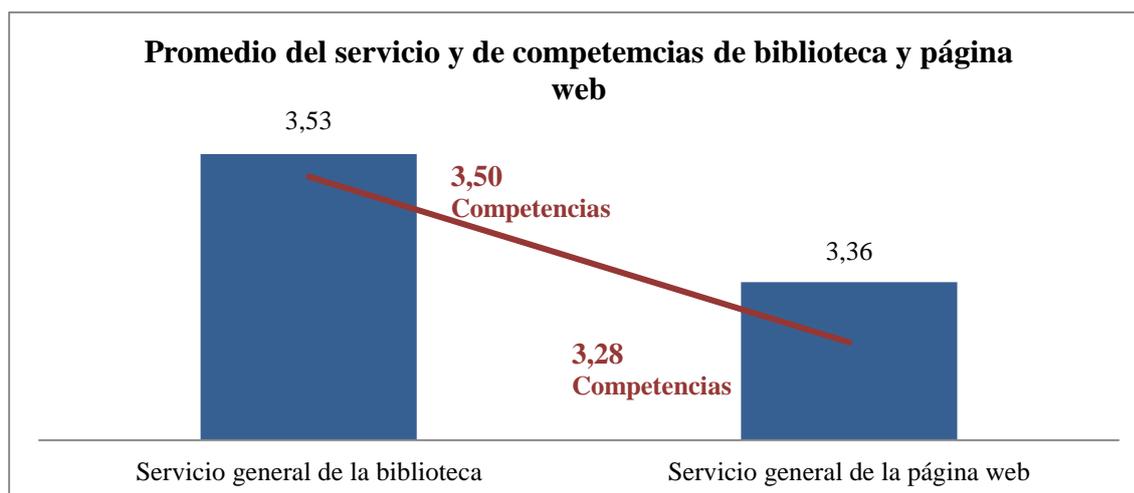


Figura 31: Promedio del servicio y de competencias de biblioteca y página web.

Fuente: Elaborado por el autor.

La Tabla 8 visualiza el total de puntos de cada valoración, así como el promedio respectivo; mientras que la Figura 31, además de los promedios individuales, presenta el promedio total de las competencias tanto de biblioteca como de la página web.

Tomando cuenta que las muestras son diferentes, el valor promedio del servicio general de la biblioteca es superior que de la página web; mientras que los dos promedios se ubica por encima de los promedios totales de competencias, 3,53 frente al 3,50, y 3,36 ante el 3,28, respectivamente.

3.13. VALORACIÓN DE COMPETENCIAS AL OBTENER INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DESDE LA PÁGINA WEB

Con la intención de conocer los ítems de mayor y menor valoración que los usuarios consideren al momento de obtener información estadística desde la página web, se planteó un listado de opciones para que los estudiantes valoren del uno al cinco. Se emplea la medición de escala de intervalo, utilizando un esquema similar al de Likert. La muestra corresponde al total de personas encuestadas.

Total de puntos y promedio individual de competencias al obtener información estadística desde la página web

| N = 590 | Total puntos | Promedio |
|--|--------------|----------|
| Información actualizada | 2.744 | 4,65 |
| Información fácil de encontrar | 2.761 | 4,68 |
| Información veraz | 2.522 | 4,27 |
| Información variada | 2.526 | 4,28 |
| Información tabulada o publicaciones digitales | 2.561 | 4,34 |
| Disponer de una persona como guía de búsqueda | 2.336 | 3,96 |
| Apoyo de investigación con publicaciones físicas | 2.177 | 3,69 |
| Material físico que facilite la búsqueda | 2.252 | 3,82 |
| Material audiovisual que facilite la búsqueda | 2.135 | 3,62 |
| Catálogo de proyectos o temas disponibles | 2.327 | 3,94 |
| Diseño de la página | 2.196 | 3,72 |
| Rapidez al navegar | 2.705 | 4,58 |
| Compatibilidad de aplicaciones con navegadores | 2.316 | 3,93 |
| Interactividad online (chat de consulta) | 2.549 | 4,32 |
| Opción para remitir inquietudes | 2.603 | 4,41 |

Tabla 9: Total de puntos y promedio individual de competencias para obtener información estadística desde la página web.

Fuente: Elaborado por el autor.

La Tabla 9 visualiza el total de puntos de cada opción planteada, así como el valor promedio; mientras que en la Figura 32, además de los promedios individuales consta el promedio del total de las competencias propuestas 4,15. Según el total de puntos y promedios,

las opciones con valoraciones más altas y que superan el promedio total son: información fácil de encontrar, información actualizada, rapidez al navegar, opción para remitir inquietudes, información tabulada o publicaciones digitales, interactividad online, e información variada y veraz.

Los ítems con valoraciones altas serán considerados en el planteamiento del modelo de servicios con el fin de que el servicio a través de la web cumpla con las exigencias de los estudiantes. De acuerdo a lo expuesto en la Tabla 9 y Figura 32, es importante que el sitio web cuente con un manual de búsqueda que facilite encontrar la información, una herramienta que permita interactuar al usuario con funcionarios de la institución y un catálogo de publicaciones.

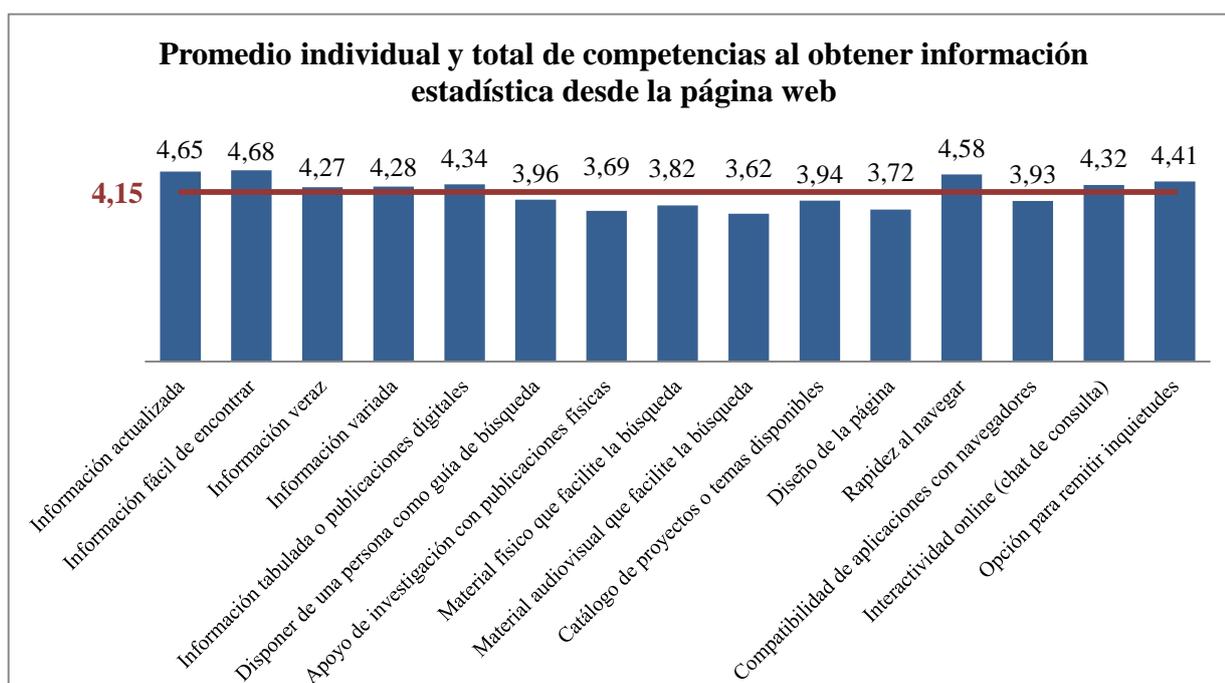


Figura 32: Promedio individual y total de competencias al obtener información estadística desde la página web.

Fuente: Elaborado por el autor.

3.14. OTRAS OPCIONES PARA RECIBIR ASESORÍA

Además de la asesoría otorgada en un espacio de biblioteca para manipular información estadística desde una página web, se consultó respecto a qué otra opción los estudiantes creen conveniente utilizar para recibir la misma indicación. Se considera la variable “*universidad*” para efectos de interpretación comparativa, que servirá para operar con acciones posteriores en cada una de ellas.

La Figura 33 da respuesta a esta inquietud, del total del universo encuestado, el 52% opta por charlas informativas, en menor porcentaje están las ferias informativas con el 24,7% y el servicio en línea (chat) ocupa el 15,4%. El mismo orden se registra al obtener la información por universidades, con el detalle de que en la universidad del Azuay prefieren mayoritariamente las charlas informativas con el 62,9%.

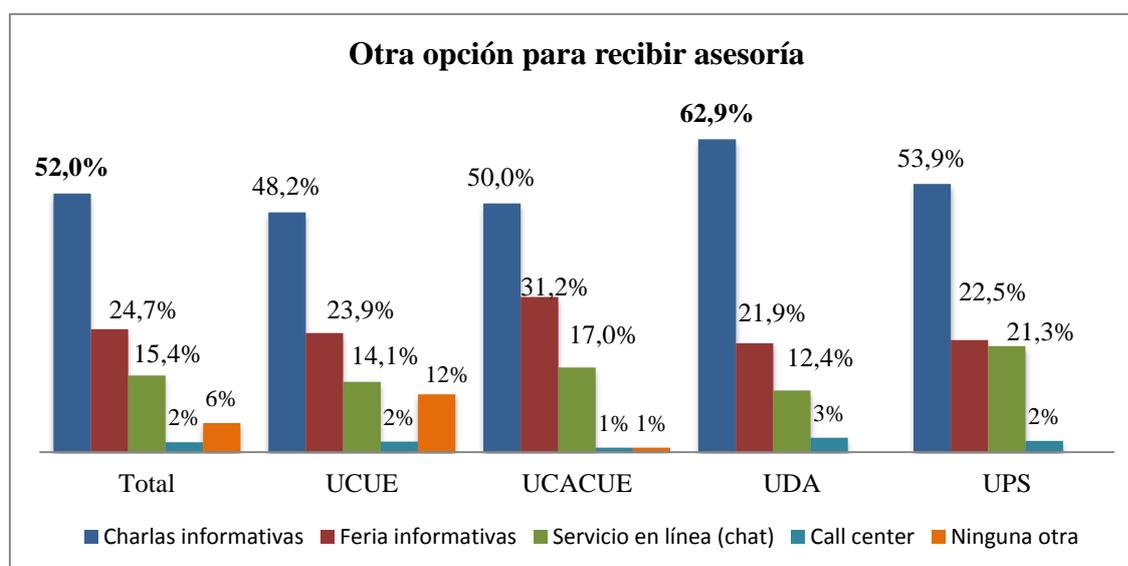


Figura 33: Otra opción para recibir asesoría.

Fuente: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO 4

4. MODELO DE SERVICIOS

Luego de conocer los inconvenientes y necesidades respecto al servicio, manipulación e interpretación de información estadística de los estudiantes universitarios del cantón Cuenca, se procede a elaborar el Modelo de Servicios para satisfacer y cumplir con las exigencias que demanda el uso correcto de datos oficiales de la página web del INEC.

Partiendo de los resultados de la encuesta, donde seis de cada 10 estudiantes utilizaron algún tipo de información estadística, y que los canales de consulta con mayor porcentaje son “*por cuenta propia desde un sitio web*” y mediante el “*servicio de biblioteca*”, se procede a plantear el presente modelo.

Antes de presentar la estructura, se pone en conocimiento que de acuerdo al tema planteado, el modelo de servicios será de uso para quienes requieran información desde la página web del INEC, siendo:

- a) Por cuenta propia del estudiante.
- b) A través de la biblioteca con asistencia de un funcionario.

Se toma en cuenta la asistencia del funcionario por varias razones: de acuerdo a la experiencia del autor, durante los últimos años existe este tipo de ayuda; en la encuesta al calificar las competencias de la biblioteca del INEC, los “*conocimientos de la persona que le atendió*” fue la más alta; y, al consultar sobre las generalidades para obtener información desde la página web, los universitarios consideraron el disponer de una persona como guía de búsqueda con una puntuación de 3,96 sobre una escala de cinco.

El prototipo tendrá como sustento la implementación de las 8 *Ps* planteadas por Lovelock y Wirtz (2009): “producto, lugar y tiempo, precio y otros costos para el usuario, y promoción y educación”, y cuatro elementos asociados con la entrega del servicio “proceso, entorno físico, personal y, productividad y calidad” (pág. 24).

4.1. PRODUCTO

Como lo indica Kotler y Armstrong (2007) “los productos no sólo son bienes tangibles”, sino que “los servicios son una forma de producto” que consiste en actividades o beneficios que se pueden ofrecer y que son intangibles (pág. 237).

En la presente tesis se considera como producto al servicio otorgado por la institución a través de la página web y biblioteca para que los estudiantes obtengan información estadística.

Al disponer del servicio, se procede a elaborar un diagrama de flujo para visualizar el producto elemental que ofrece las principales soluciones al usuario (Lovelock & Wirtz, 2009).

Diagrama de flujo del servicio para obtener estadísticas desde el sitio web por cuenta propia del estudiante

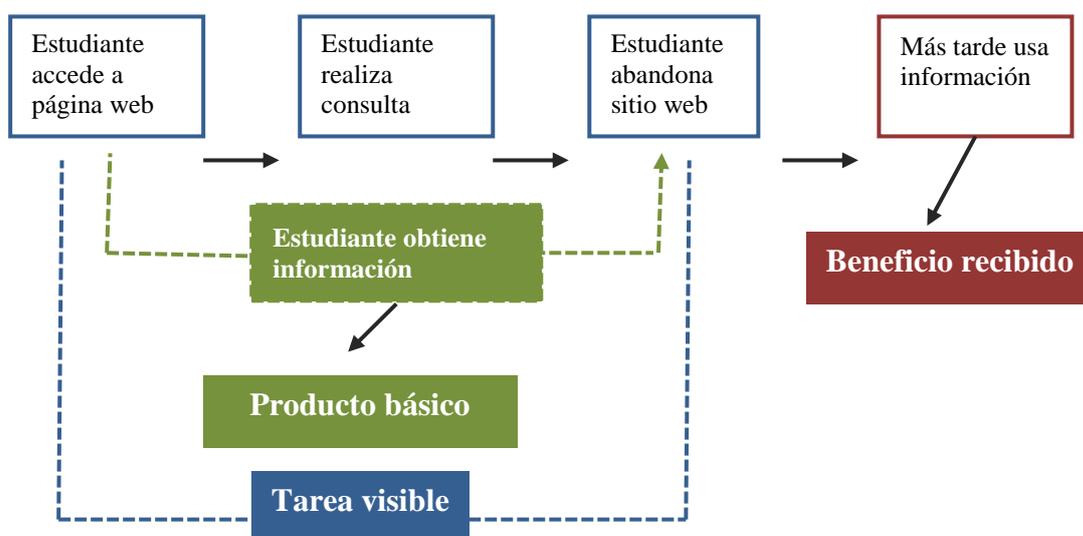


Figura 34: Diagrama de flujo del servicio para obtener estadísticas desde el sitio web por cuenta propia del estudiante.

Fuente: Elaborado por el autor.

En las figuras 34 y 35 se aprecian los diagramas de flujo para obtener información estadística de la página web del INEC por cuenta propia del estudiante, así como del servicio

otorgado en un espacio de biblioteca para obtener el mismo beneficio, donde es asistido por un funcionario. En los dos casos, el producto básico es la información estadística que el usuario requiere para satisfacer sus necesidades académicas.

Diagrama de flujo del servicio para obtener estadísticas desde el sitio web en la biblioteca asistido por un funcionario

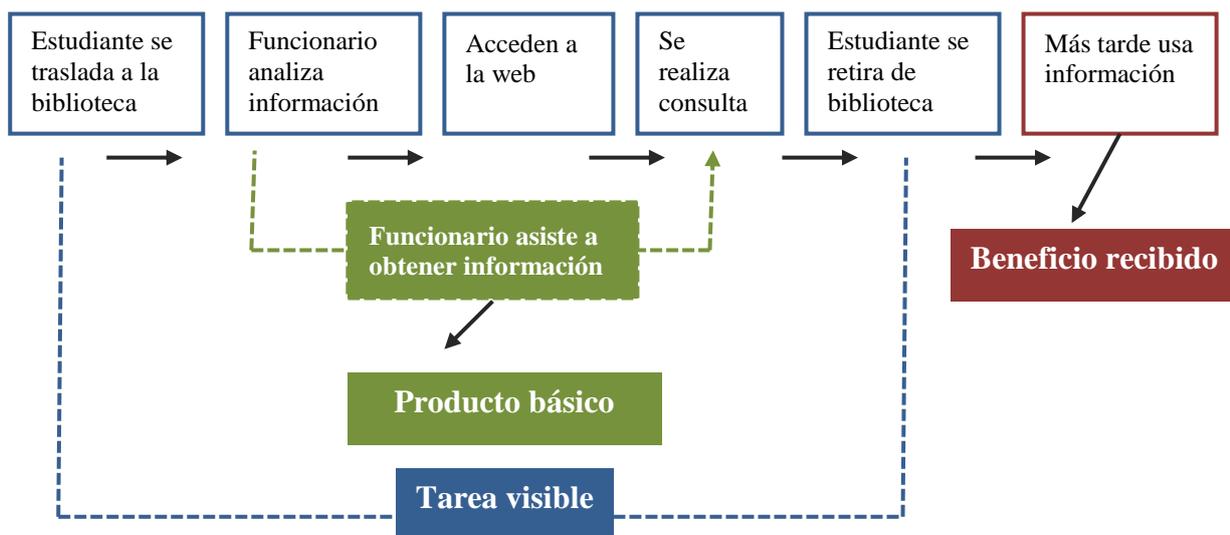


Figura 35: Diagrama de flujo del servicio para obtener estadísticas desde el sitio web en la biblioteca asistido por un funcionario.

Fuente: Elaborado por el autor.

4.2. CANALES

Como se mencionó en el ítem anterior, en el modelo se implementan dos canales de servicios para la entrega de información estadística:

a) Autoservicio: El estudiante participa activamente en el proceso de la entrega del servicio (Hoffman & Bateson, 2012), y adopta el ciberespacio para tener acceso a la página web del INEC por cuenta propia. Allí encontrará un sitio que reproduce los servicios de un

asistente informado y capacitado al direccionarle hasta obtener la información requerida. Al optar por el autoservicio el estudiante deberá:

- Ingresar a la página web
- Revisar el manual de consultas de información
- Revisar el catálogo de proyectos ejecutados por el INEC
- Acceder al tema de consulta
- Descargar la información requerida
- Realizar consultas en línea si así lo desea
- Salir de la web

b) Estudiante se dirige a la biblioteca: Adopta la estrategia de carácter personal, donde el universitario visita la biblioteca del INEC con el objetivo de ser asistido por un funcionario para obtener estadísticas desde la página web. El estudiante al optar por este canal deberá:

- Ingresar a la biblioteca
- Es recibido por el funcionario del INEC
- Funcionario analiza el requerimiento de información
- Funcionario y estudiante acceden a la página web del INEC
- Revisan el catálogo de proyectos ejecutados por esta institución
- Acceden al tema de consulta
- Descargan la información requerida
- Estudiante completa la encuesta de satisfacción
- Se retira de la biblioteca

Las características de la página web, así como la comodidad del local de biblioteca y la disponibilidad de los recursos que son necesarios para otorgar un excelente servicio serán detalladas más adelante.

4.3. PRECIO

El Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, órgano rector de la estadística nacional, es la encargada de generar estadística oficial del Ecuador, a la que se considera “información pública con fines estadísticos, ligada a la planificación nacional, producidas y difundidas por las entidades que conforman el Sistema Estadístico Nacional” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015, pág. 43).

Así mismo, de acuerdo a lo que estipula el Programa Nacional de Estadística en el Código de Buenas Prácticas, en el apartado de Producción Estadística, respecto a la accesibilidad y claridad se menciona que:

Los miembros del Sistema Estadístico Nacional deberán garantizar el acceso transparente, libre y equitativo a las estadísticas oficiales, sus bases de datos y su documentación de respaldo a fin de facilitar su correcta interpretación, su posibilidad de réplica y su comparación a través de medios y condiciones idóneas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014, pág. 29).

4.4. PROMOCIÓN

Las actividades de promoción son creadas para incitar el uso de estadísticas oficiales producidas por el INEC. Si bien es cierto, existe un alto porcentaje de conocimiento sobre las instituciones que proporcionan información estadística (74,2%), de haber escuchado acerca del INEC (73,6%) y del uso de información estadística (60%), es necesario realizar promociones periódicas con el objetivo de que nuevas generaciones de universitarios conozcan y utilicen el servicio.

Al considerarse un elemento de comunicacional (Lovelock & Wirtz, 2009), se implementan varios elementos de la mezcla de comunicaciones de marketing que constituyen los medios que se utilizarán para “informar, persuadir y recordar” (Kotler & Keller, 2012,

pág. 476) a los estudiantes sobre el acceso a la información estadística desde la página web, ya sea ingresando por cuenta propia o visitando la biblioteca de la ciudad de Cuenca.

Se emplearán ciertas herramientas de comunicación personal e impersonal, que serán puestas en práctica de acuerdo al calendario de asistencia a clases de las universidades.

- **Comunicación personal:** El propósito es establecer una relación directa con el estudiante con el afán de socializar los canales y rutas de acceso para obtener información estadística.
 - Atención al usuario en biblioteca
 - Charlas informativas en universidades
- **Comunicación impersonal:** Se trata de que los estudiantes se familiaricen principalmente con la dirección electrónica de la página web del INEC y accedan por cuenta propia, además de la ubicación de la biblioteca donde recibirán asesoría para obtener estadísticas desde el sitio web, canales implementados en el desarrollo del presente modelo.
 - **Publicidad:** Roll up, activación en redes sociales.
 - **RRPP:** Notas de prensa con información de proyectos recientes, participación en eventos y ferias informativas.
 - **Material instructivo:** Catálogo de proyectos y flyers que faciliten la búsqueda de información, pudiendo ser físico o digital.
 - **Promoción de ventas:** Esferográficos y agendas.
 - **Diseño corporativo:** Tarjetas de presentación.

4.5. MAPA DE PROCESOS

De acuerdo a los canales establecidos para la entrega de información estadística, se plantean mapas de procesos propuestos por Zeithaml Valerie et al. (2009), con el objetivo de

que las personas que están en contacto con los estudiantes lo entiendan y ejecuten correctamente.

En primera instancia se presenta el mapa de procesos donde los estudiantes obtienen estadísticas desde la página web del INEC por cuenta propia, y luego el mapa para que hagan uso de estadísticas de la web asistidos por funcionarios en biblioteca; en el último caso se realiza también un esquema por módulos de servicios planteado por Hoffman y Bateson (2012) que permitirá medir tiempos y conocer el recurso humano y tecnológico necesarios para una óptima atención. Los procedimientos en cada mapa se encuentran divididos en tres panoramas planteados por Lovelock y Wirtz (2009): apertura, entrega de servicios y conclusión; que establecen la secuencia de acciones en una línea de tiempo.

4.5.1. DESDE LA WEB POR CUENTA PROPIA

Este plano de servicios facilitará la obtención de estadísticas desde la página web del INEC, en el que se aplican ciertas competencias que los estudiantes priorizaron al momento de ser encuestados, entre ellas: rapidez para encontrar estadísticas, conocer proyectos disponibles, rutas de acceso e información para manipular indicadores, material audiovisual, datos tabulados o publicaciones digitales y opción para remitir inquietudes como el chat online. Figura 36.

- **Apertura:**
 - El estudiante accede a una computadora con internet.
- **Entrega de servicio:**
 - Ingresa a la dirección electrónica *www.ecuadorencifras.gob.ec*
 - Al abrir la página y a manera de aviso, se despliega el “*manual de consultas*”, que también se ubicará en el panel izquierdo de la página.
 - El manual le indica que debe acceder al “*catálogo de proyectos*” disponibles en la página web al dar clic sobre el aviso.

Plano de servicios para obtener información estadística desde la página web del INEC por cuenta propia

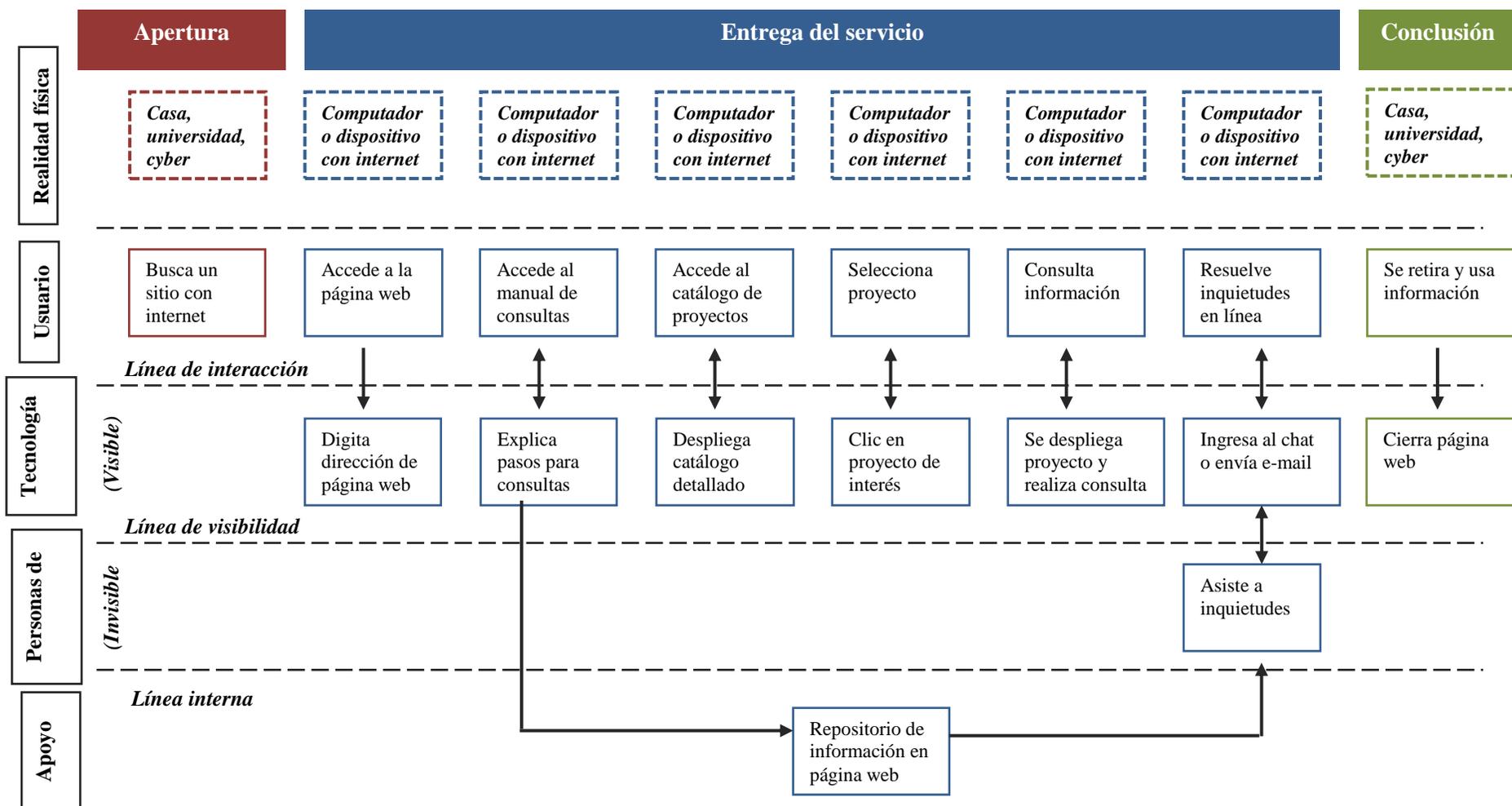


Figura 36: Plano de servicios para obtener información estadística desde la página web del INEC por cuenta propia.

Fuente: Elaborado por el autor.

– En el catálogo se escogerá el proyecto a consultar de acuerdo a la necesidad de información, accediendo con un clic sobre el nombre de la investigación a consultar. Igualmente estará a disposición en el panel izquierdo de la página si el usuario desea volver a revisar.

– Una vez ubicado en el proyecto de consulta, el estudiante encontrará una breve descripción y un video explicativo. Además de información descargable en diferentes formatos que serán utilizados de acuerdo a su requerimiento: presentación, publicación digital, tablas en excel, bases de datos y sintaxis, formularios e información histórica correspondiente a investigaciones anteriores.

– Si el estudiante tiene inquietudes accede a los “*servicios en línea*” disponibles en el panel izquierdo de la página de inicio. Allí tiene la opción de enviar un correo electrónico o ingresar a la sala de chat en línea. En los dos casos será atendido de manera inmediata por funcionarios del INEC en la matriz de la ciudad de Quito.

- **Conclusión:**

– El universitario cierra la página web y posteriormente hará uso de la información estadística consultada.

4.5.2. DESDE LA WEB ASISTIDO POR FUNCIONARIO EN BIBLIOTECA

El plano de servicios servirá para agilizar el proceso de entrega de estadísticas de la página web en la biblioteca del INEC con la asistencia de un funcionario de esta institución, Figura 37. En el diseño, a más de priorizar algunas competencias investigadas para agilizar el proceso durante el manejo de la web, se da preferencia a aquellas que corresponden directamente al servicio de la biblioteca: atención inmediata, material de apoyo, disponer de una persona como guía de búsqueda y satisfacción con información investigada.

- **Apertura:**

- Estudiante llega a la oficina del INEC ubicada en el Ex CREA, ave. México y Unidad Nacional, planta baja.
- Se dirige a la oficina de biblioteca, dispone de dos accesos debidamente señalizados.
- Funcionario del INEC recibe al universitario en su puesto de trabajo.

- **Entrega de servicio:**

- El estudiante solicita información al funcionario, quien analiza y si está disponible en la página web, procede; caso contrario busca otra alternativa como la entrega de publicaciones físicas, solicitud a través de oficio, o de no disponer en la institución la información, el usuario es direccionado a otra entidad.
- El usuario con la asistencia del funcionario accede a la página web del INEC, este último explica los pasos para obtener datos estadísticos, que constan en el *“manual de consultas”* explicado en el punto anterior.
- Ingresan al proyecto de consulta y obtienen la información requerida.

- **Conclusión:**

- Luego de obtener los datos solicitados, el estudiante recibe material físico de apoyo como el manual de consultas y el catálogo de proyectos, que posteriormente le servirán para acceder a la página web por cuenta propia, y conocer de las investigaciones que realiza el INEC. Así mismo, antes de retirarse del espacio de biblioteca recibirá una encuesta de satisfacción, en la que se incluirán datos personales y calificación al servicio para posterior evaluación.

Plano de servicios para obtener información estadística desde la página web del INEC asistido por funcionario en biblioteca

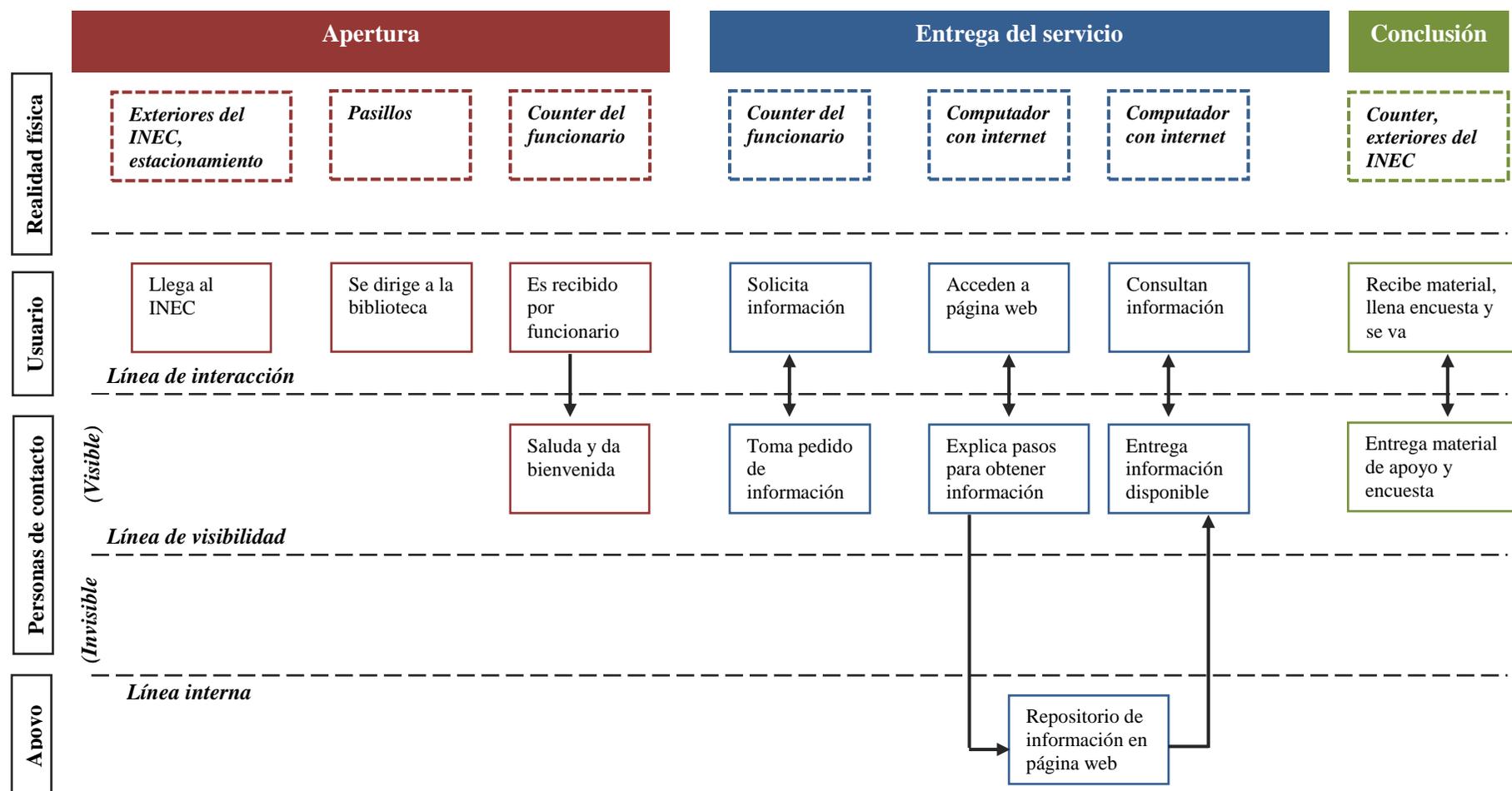


Figura 37: Plano de servicios para obtener información estadística desde la página web del INEC asistido por funcionario en biblioteca.

Fuente: Elaborado por el autor.

4.5.2.1. ESQUEMA POR MÓDULOS

Como se especificó en capítulos anteriores, en la Unidad de Comunicación Social laboran dos personas, quienes a más de ayudar a los usuarios que buscan información, cumplen actividades de relaciones públicas y comunicación interna y externa. Asimismo según información recopilada por el autor en octubre de 2014, el funcionario del INEC emplea un promedio de 24 minutos para asistir a un usuario en la entrega de información estadística desde la página web, tiempo que incluye analizar la petición de información y la asesoría en la web.

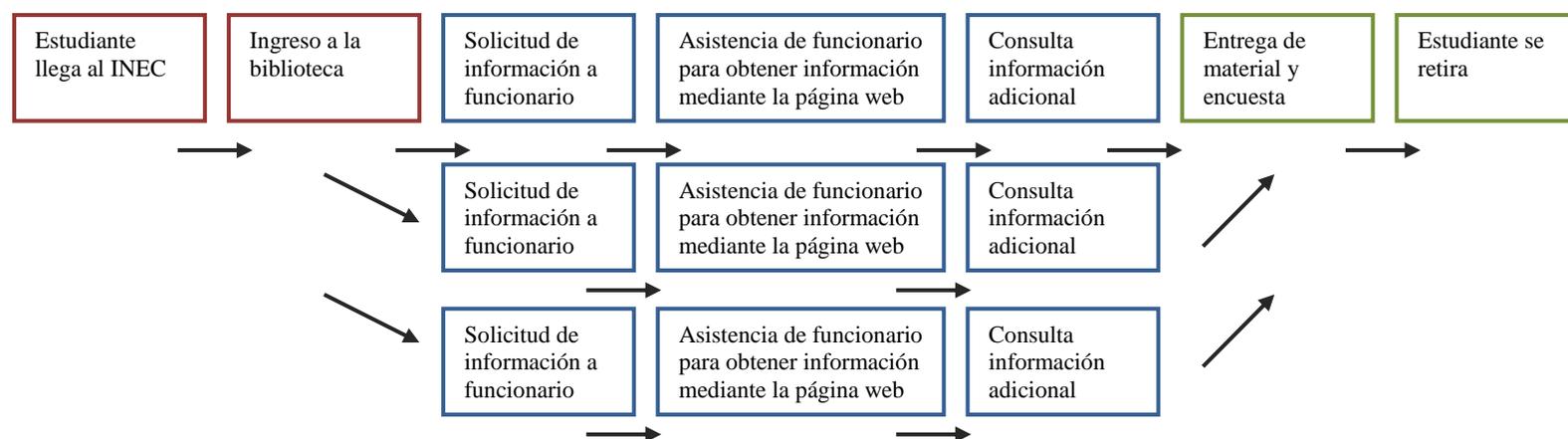
Por las razones expuestas se procede con el diseño del esquema por módulos con el fin de mejorar los tiempos de entrega de información. El mismo permitirá identificar los cuellos de botella y a la vez proponer soluciones para mejorar el proceso del servicio en la entrega de información. Figura 38.

El procedimiento se efectúa de manera similar que en el plano de servicios descrito anteriormente; únicamente se anexa un módulo al instante de realizar la consulta en la web, al que se denomina “*consulta de información adicional*”, donde el estudiante tiene la opción de navegar en la página en busca de otros datos que le pueden ser útiles. El propósito es tener el detalle del tiempo empleado por el usuario al adquirir estadísticas.

De acuerdo a la experiencia del autor se asignan los tiempos para cada estación de trabajo.

Originalmente, el contar con dos personas para la atención a usuarios de biblioteca, provocaba un cuello de botella durante la asistencia del funcionario para obtener información desde la página web, con una producción máxima de siete personas atendidas por hora. Por esta razón, se incrementó otra estación para que sean tres las personas que asesoren, mejorando la producción a 10 personas por hora.

Esquema de servicios por módulos para obtener información estadística desde la página web del INEC asistido por funcionario en biblioteca



| | | | | | | | |
|-----------------------------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|
| <i>Número de estaciones</i> | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 |
| <i>Tiempo de actividad</i> | 180 seg. | 180 seg. | 360 seg. | 1080 seg. | 300 seg. | 180 seg. | 180 seg. |
| <i>Tiempo de proceso</i> | 180 seg. | 180 seg. | 120 seg. | 360 seg. | 100 seg. | 180 seg. | 180 seg. |
| <i>Producción máx./hora</i> | 20 | 20 | 30 | 10 | 36 | 20 | 20 |

Figura 38: Esquema de servicios por módulos para obtener información estadística desde la página web del INEC asistido por funcionario en biblioteca.

Fuente: Elaborado por el autor.

Por tratarse de información pública (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015), no se incluye en el esquema el precio del trabajo por hora, ni el costo del servicio.

4.6. ENTORNO

Según lo expuesto por Zeithaml Valerie et al. (2009) para la planificación y diseño del ambiente se consideran los escenarios de autoservicio y servicio entre varias personas:

4.6.1. AUTOSERVICIO

Forma parte de este escenario el acceso a la información estadística desde la página web por cuenta propia del estudiante, para ello:

- Se incluirá al diseño homologado por el Plan Nacional de Gobierno Electrónico, cuya norma de estandarización de sitios web se refiere a “facilitar la usabilidad y accesibilidad de los sitios web de las instituciones de la Administración Pública central, institucional y dependiente de la Función Ejecutiva” (Gobierno Electrónico, 2014) y considerando lo expuesto por la Secretaría Nacional de la Administración Pública SNAP respecto a las plantillas de diagramación de sitios web, “también se acopla a las particularidades que cada institución posee” (Secretaría Nacional de la Administración Pública, s.f., pág. 30), una página que visualizará el “*Manual de consultas de información*” antes de acceder a la página de inicio, la misma que puede ser cerrada por el usuario de manera inmediata si así lo desea, Figura 39. El contenido del manual se resume en cuatro pasos que el estudiante debe seguir para descargar estadísticas: ingresar al catálogo de proyectos, seleccionar el tema de consulta, ingresar y descargar la información, y acceder a los servicios en línea. Este documento se ubica en los anexos de la presente tesis.

Visualización del manual de consultas de información al ingresar a la página web del INEC



Figura 39: Visualización del manual de consultas de información al ingresar a la página web del INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

- En el menú izquierdo de la página de inicio se incluirán las opciones “Manual de Consultas”, “Catálogo de proyectos” y “Servicios en línea”, Figura 40. En el primer caso, el estudiante visualizará nuevamente al manual. Con el catálogo se accede a la información general de los proyectos disponibles como el nombre, institución responsable, objetivo, unidad de análisis, nivel de desagregación, metodología de recolección, temas, principales variables y periodicidad, documento que consta en los anexos del presente trabajo, Figura 41. Y en los servicios en línea existen las opciones de enviar consultas por correo electrónico que tendrán respuesta al e-mail colocado por el usuario, e ingresar a la sala de chat para interactuar con un funcionario de la institución, quien estará en la capacidad

para dar respuestas inmediatas; el acceso es gratuito y es obligación otorgar información en los campos requeridos, Figura 42. Los contenidos del catálogo y de los servicios en línea constan como documentos anexos.

Visualización de nuevas opciones de acceso para el usuario



Figura 40: Visualización de nuevas opciones de acceso para el usuario.

Fuente: Elaborado por el autor.

- En las páginas cuyo contenido es el resultado de cada proyecto investigado se detalla: nombre del proyecto, video que describe el mismo, breve explicación, presentación, publicación digital, tablas, bases de datos y sintaxis, formularios e información histórica. Figura 43. Esto facilitará la búsqueda y descarga de información, una vez que el estudiante haya seleccionado el proyecto de consulta.

Acceso al catálogo de proyectos del INEC



Figura 41: Acceso al catálogo de proyectos del INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

Acceso a los servicios en línea para usuarios

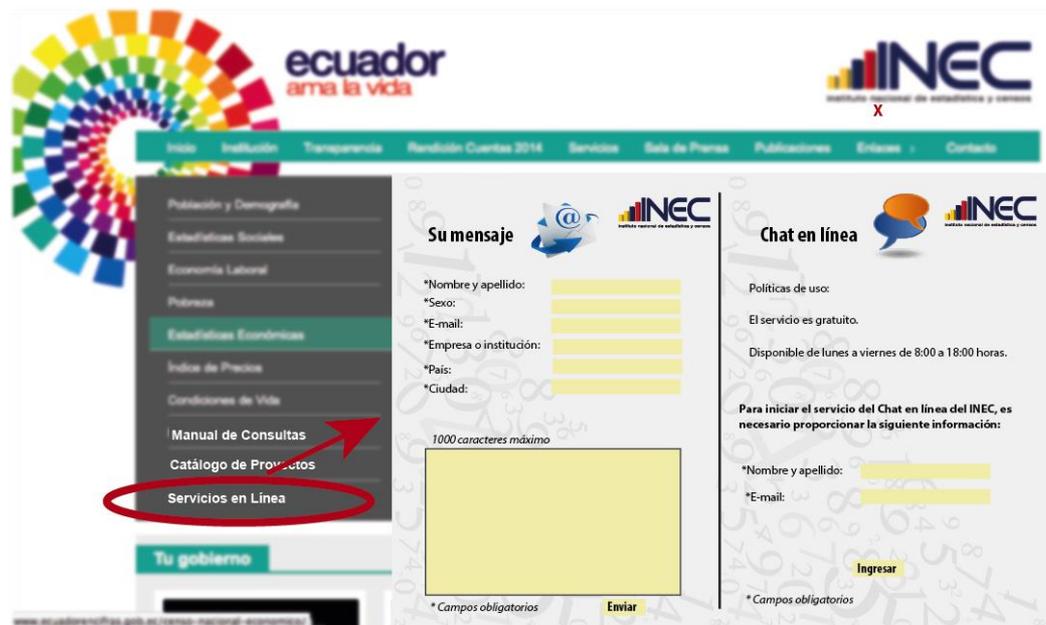


Figura 42: Acceso a los servicios en línea para usuarios.

Fuente: Elaborado por el autor.

Visualización del contenido de cada proyecto ejecutado por el INEC

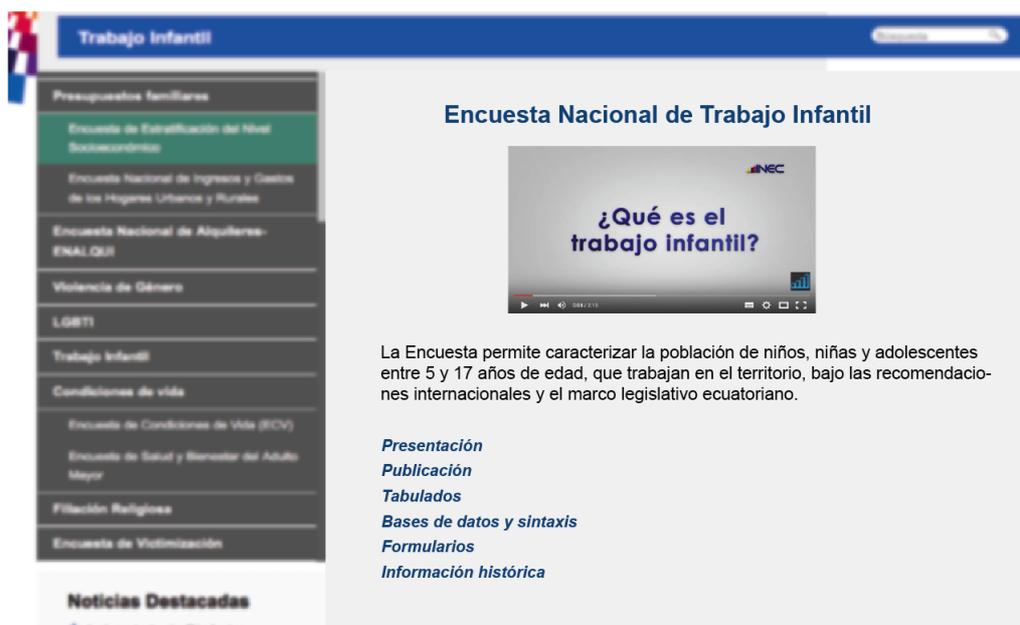


Figura 43: Visualización del contenido de cada proyecto ejecutado por el INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

4.6.2. SERVICIO ENTRE VARIAS PERSONAS

Para este escenario se considera el espacio de biblioteca donde el estudiante recibe asistencia para obtener estadísticas desde la página web.

Según lo expuesto en la elaboración del mapa de procesos, el espacio físico está distribuido de manera que el usuario sienta comodidad, facilidad para realizar las consultas y esté debidamente señalado.

Tomando en cuenta la estructura física del espacio asignado para la Unidad de Comunicación Social y biblioteca del INEC en la ciudad de Cuenca, los usuarios cuentan con dos puertas de acceso; en el espacio de consultas se ubican dos de los funcionarios que asisten a las consultas, mientras que en un espacio semi cerrado se sitúa la persona responsable del área mencionada, completando las tres estaciones de trabajo. Figura 44.

Esquema del espacio físico de la biblioteca del INEC

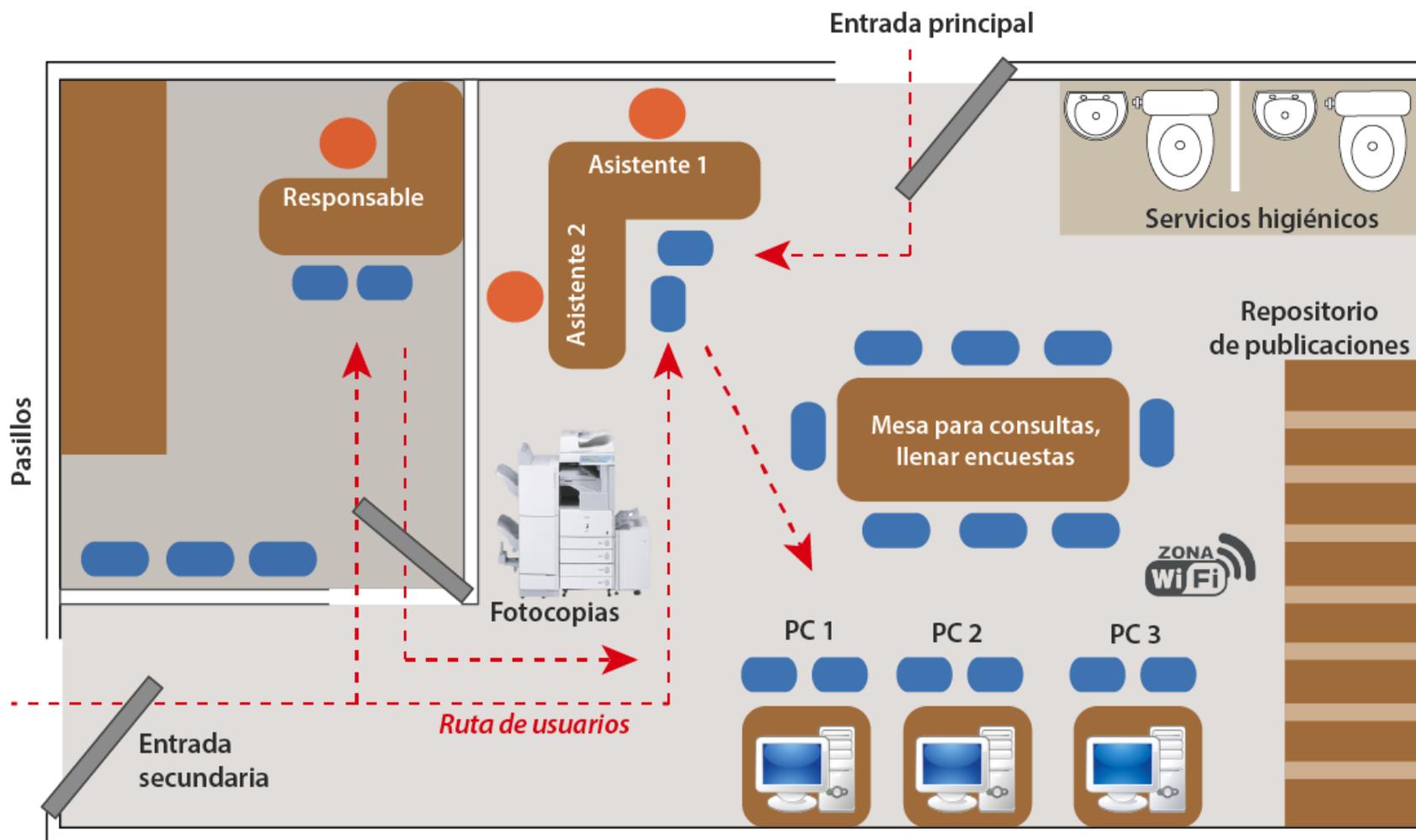


Figura 44: Esquema del espacio físico de la biblioteca del INEC.

Fuente: Elaborado por el autor.

Así mismo, se dispone de tres computadoras de escritorio para que cada funcionario asista en las consultas a los estudiantes; zona wifi para aquellos que disponen de dispositivos móviles o computadoras portátiles; una mesa de trabajo en el que se ubicará material de apoyo para los usuarios, y servirá para realizar consultas con publicaciones físicas, encuestas o simplemente como sitio de espera para quienes realicen investigaciones; y, servicios higiénicos para hombres y mujeres.

4.7. EMPLEADOS

Los funcionarios que estarán a cargo de recibir y asistir a los estudiantes para obtener información estadística desde la página web, deben contar con los conocimientos suficientes para desempeñar sus funciones y estar en la capacidad de resolver inquietudes del usuario.

Es necesario la capacitación y actualización sobre la información producida por el INEC y que esté disponible, nuevos proyectos en ejecución, manejo de bases de datos e indicadores, y aplicaciones en línea. Además de cursos en relaciones humanas, considerando que el personal de biblioteca es el servicio y los ojos del usuario (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).

Así mismo se les otorgará los insumos materiales y tecnológicos necesarios para un correcto desempeño en la entrega del servicio.

4.8. CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD

Para contar con indicadores sobre la calidad del servicio se tomará en cuenta la evaluación que el estudiante realice sobre el proceso que realizó para obtener información, en función de que si ha cumplido o no las necesidades y expectativas (Hoffman & Bateson, 2012).

La encuesta será aplicada únicamente a personas que consultan información en la biblioteca. Por experiencia del autor, no se ubica la encuesta en la página web debido a que no

se la toma en cuenta, no se completa de la manera correcta, y de acuerdo al formato de páginas web de instituciones públicas no se visualiza este tipo de documento.

En el modelo de encuesta que se ubica en los anexos de la tesis, se consideran varios juicios expuestos por Lovelock y Wirtz (2009) de una investigación particular, tales como: acceso a la información, espacio físico, cordialidad, respuesta a inquietudes, destreza y trato del funcionario. Además de datos generales como: nombre de la institución, edad, sexo, tema y tiempo de consulta.

La información registrada en la encuestada será tabulada mensualmente, y así contar con estadísticas que permitan percibir la calidad del servicio que se está entregando y el nivel de productividad respecto al número de usuarios que son atendidos.

CONCLUSIONES

- El servicio está constituido por labores visibles e invisibles que son ejecutadas por personas y otros recursos, con el propósito de entregar información estadística como beneficio para satisfacer las necesidades de un público exigente; el cual, por su intangibilidad requiere ser administrado en forma eficaz, cumpliendo procesos y contando con empleados capaces de responder inquietudes y necesidades.
- Los estudiantes universitarios son el segmento con mayor uso de información estadística, quienes por su nivel de instrucción, comodidad y conseguir información en el menor tiempo posible, utilizan como canal principal el acceso a la página web por cuenta propia; sin dejar atrás el servicio de biblioteca para obtener el mismo beneficio. Mediante un diagnóstico, las preocupaciones del estudiante respecto a la página web del INEC pasan por el material audiovisual, respuesta a solicitudes de información, diseño, tiempo empleado para realizar la consulta y facilidad para encontrar información; mientras con respecto a la biblioteca se refieren a la ubicación, material de apoyo, tiempo para investigar, satisfacción que los datos consultados y horario de atención.
- El autoservicio a través del uso de la tecnología facilita al estudiante conseguir información estadística desde cualquier lugar con acceso a internet; pero al mismo tiempo, el usuario carece de competencias necesarias para el correcto entendimiento al instante de obtener y manipular datos estadísticos, hallándose con inconvenientes que limitan el uso del servicio. Entre los problemas están la falta de conocimiento sobre la información disponible, las rutas o procedimientos para acceder a las estadísticas, el cálculo de ciertos indicadores, y el análisis y manejo de indicadores.
- El modelo de servicios planteado satisface y cumple con las exigencias que demanda el uso correcto de estadísticas oficiales obtenidas en la página web del INEC. La

propuesta fundamentada en ocho aristas: producto, canales, precio, promoción, mapa de procesos, entorno, empleados y calidad; determina un esquema de atención tanto para estudiantes que ingresan a la página web por cuenta propia desde un computador de escritorio, portátil, o dispositivos móviles; así como para quienes visitan la biblioteca. En los esquemas se considera el fácil acceso a la información a través de un manual de consultas que en pocos pasos indica al usuario los procedimientos necesarios para obtener estadísticas; el catálogo de productos pone en conocimiento el detalle de los proyectos ejecutados por el INEC, proporcionando los insumos necesarios para indagar y adquirir datos requeridos; la sencilla ubicación de los elementos en las páginas que corresponden a cada proyecto, que incluye material audiovisual para describir el tema, ayudan al investigador con una mejor orientación y seleccionar la opción de descarga que más le convenga; los servicios en línea logran una comunicación interactiva entre el estudiante y la institución, en los que se atienden inquietudes, sugerencias y comentarios que a la vez fortalecen el servicio. Mientras que el esquema de atención en la biblioteca suministra ventajas adicionales para el usuario que accede a la información estadísticas a través de la página web, al disponer de un amplio y cómodo espacio que cuenta con el recurso humano y tecnológico necesario, suficiente para entregar un servicio de calidad.

- La atención oportuna en la biblioteca que consigue optimizar los tiempos en la entrega de información e incrementar la productividad con respecto al número de usuarios atendidos, se ve solventada con la implementación de tres estaciones de trabajo, una adicional a las existentes. La intención de la institución es ofrecer una atención preferencial y personalizada por tratarse del ente rector de estadísticas en el Ecuador, incluyendo asesoría que demanda exigencia en los conocimientos del personal para otorgar soluciones ágiles y oportunas a los pedidos de información.

- El esquema de atención brinda soluciones inmediatas en los estudiantes universitarios que utilizan regularmente estos canales para adquirir estadísticas, así como también para los que acceden por primera vez. El servicio se basa en el uso tecnológico como recurso principal para la adquisición de datos, en la asistencia personalizada y sobre todo en la facilidad que se otorga al usuario para contar con datos oficiales y posterior toma de decisiones.
- Los resultados de la evaluación periódica del servicio que será producto de la comunicación personal entre funcionarios y estudiantes durante las charlas informativas, y de las encuestas que se realicen al final de una consulta en biblioteca, proporcionan los ingredientes necesarios para contar con una retroalimentación oportuna, capaz de corregir falencias ocasionadas en los procesos.

RECOMENDACIONES

- Al plantear un modelo de servicios, debe orientarse a satisfacer las necesidades del cliente, optimizando rutas de acceso y tiempos de entrega. El modelo debe brindar las facilidades, ser comprendido por toda la institución, y poner a disposición de los funcionarios los suministros suficientes para adquirir los resultados deseados con la entrega del servicio.
- Se debe realizar un seguimiento y evaluación al desarrollo del servicio utilizando los insumos necesarios y disponibles. Al final se conseguirán mejores resultados en beneficio de la institución. La intención es aportar con iniciativas que ayuden a la optimización de procesos, eficiencia y mejor servicio.
- Es importante el uso tecnológico que ofrece facilidad y comodidad al usuario para ingresar a portales web de consulta, desde un computador de escritorio, portátil o dispositivos móviles. Además de la implementación del trabajo en equipo dentro de la institución, donde cada uno realiza su labor, pero todos con un objetivo en común.
- Es necesario contar con personas dedicadas únicamente a la atención de requerimientos de información. Realizar otras actividades en forma paralela reduce la calidad del servicio por la falta de atención hacia el usuario, inclusive disminuyendo el nivel de productividad en la institución.
- El modelo planteado para el Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC, con sede en la ciudad de Cuenca, como se ha mencionado, está encaminado significativamente a mejorar los resultados del servicio estadístico, y puede ser aplicado en otras Coordinaciones Zonales de la institución o por otras entidades públicas del país, cuya prestación del servicio sea la entrega de información estadística o se asemeje a esta.

BIBLIOGRAFÍA

- Aracena, H. (21 de Julio de 2015). Atención al usuario. (M. Sinche, Entrevistador)
- Benassini, M. (2009). *Introducción a la Investigación de Mercados: Enfoque para América Latina* (2 ed.). México: Pearson Educación.
- Borbón, B. (9 de Julio de 2015). Modelo de servicios para entregar información. (M. Sinche, Entrevistador)
- CEPAL. (20 de 06 de 2007). *CEPAL*. Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Redatam+SP: http://www.cepal.org/publicaciones/xml/6/28576/GINIPLUS_Esp.pdf
- CEPAL. (s.f.). *CEPAL*. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de Acerca de la CEPAL: <http://www.cepal.org/es/about>
- CEPAL. (s.f.). *CEPAL*. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de Estados miembros: <http://www.cepal.org/es/estados-miembros>
- CEPAL. (s.f.). *CEPAL*. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de Programa de Enlace de la Biblioteca: <http://biblioguias.cepal.org/enlace>
- CEPAL. (s.f.). *CEPAL*. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de Pregunte a un Bibliotecario: <http://www.cepal.org/es/servicios/pregunte-un-bibliotecario>
- CEPAL. (s.f.). *CEPAL*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Bibliotecas de la CEPAL: <http://www.cepal.org/es/biblioteca>
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones. (2014). *Historia de las telecomunicaciones en el Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- El Comercio. (17 de 08 de 2014). *El Comercio.com*. Recuperado el 11 de 05 de 2015, de El uso de Internet en Ecuador creció 11 veces en siete años : <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.html>

- Gil, J. (2003). La estadística en la investigación educativa. *Revistas Científicas de la Universidad de Murcia*, 21(1), 231-248. Recuperado el 07 de 05 de 2015, de La Estadística en la Investigación Educativa: <http://revistas.um.es/rie/article/viewFile/99191/94791>
- Gobierno Electrónico. (2014). *Gobierno Electrónico*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2015, de Plan Nacional de Gobierno Electrónico: <http://www.gobiernoelectronico.gob.ec/planv1/index.html>
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2007). *Investigación de Mercados*. México: McGraw-Hill.
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Marketing de Servicios* (4 ed.). México: Cengage Learning.
- INEGI. (s.f.). *INEGI*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Acerca del INEGI: <http://www.inegi.org.mx/inegi/acercade/default.aspx>
- INEGI. (s.f.). *INEGI*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Contato: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contacto/default.aspx>
- INEGI. (s.f.). *INEGI*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de Chat uno a uno: <http://www.inegi.org.mx/inegi/chat/#top>
- INEGI. (s.f.). *INEGI*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de Solicitud de información estadística y geográfica: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/buzon/buzon.aspx?c=2652&s=inegi>
- INEGI. (s.f.). *INEGI*. Recuperado el 06 de Diciembre de 2015, de Presencia internacional: <http://www.inegi.org.mx/inegi/acercade/default.aspx>
- INEGI. (s.f.). *INEGI*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de Objetivo del servicio: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/CConsulta/Eserv.aspx?c=2987&s=inegi>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos . (Diciembre de 2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos* . Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de Formularios:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/FORMULARIO%20ENEMDU%20XLII%20DICIEMBRE2013%20TIC%b4S.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2009). *Encuesta de Salud, Bienestar y Envejecimiento, SABE 2009 - Manual del Encuestador*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (9 de Marzo de 2009). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 30 de Octubre de 2014, de Ley de Estadística: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/%20Informacion-Legal/Normas-de-Creacion/Ley-de-Creacion/Ley+de+Estadistica.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Banco de Información: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/banco-de-informacion/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de Sistema Integrado de Consultas: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 09 de 05 de 2015, de Cuestionario Censal: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Poblacion_y_demo/Cuestionario_censal/cuestionario_censal.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (09 de Agosto de 2013). Definición y cálculo de principales indicadores censales. *Indicadores*. Quito, Ecuador.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (3 de Septiembre de 2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 02 de Mayo de 2015, de Programa Nacional de Estadística: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Normativas%20Estadisticas/Planificacion%20Estad%EDstica/Programa%20Nacional%20de%20Estadistica.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de Mayo de 2015, de Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales - Presentación:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de Mayo de 2015, de Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales - Boletín: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales - Metodología y Resultados:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de Mayo de 2015, de BDD Encuesta de Ingresos y Gastos:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Sintaxis:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de Mayo de 2015, de Formularios:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

[hogares-urbanos-y-rurales/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Tabulados:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

[hogares-urbanos-y-rurales/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Documentos de Apoyo -ENIGHUR:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

[hogares-urbanos-y-rurales/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de Mayo de 2015, de ENIGHU 2004:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

[hogares-urbanos-y-rurales/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de Tecnologías de la Información y

Comunicaciones (TIC´ S) 2013: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

[inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (3 de Septiembre de 2013). *Instituto Nacional de*

Estadística y Censos. Recuperado el 30 de Octubre de 2014, de Programa Nacional de

Estadística: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Normativas%20Estadisticas/Planificacion%20Estad%EDstica/Programa%20Nacional%20de%20Estadistica.pdf)

[inec/Normativas%20Estadisticas/Planificacion%20Estad%EDstica/Programa%20Naci-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Normativas%20Estadisticas/Planificacion%20Estad%EDstica/Programa%20Nacional%20de%20Estadistica.pdf)

[onal%20de%20Estadistica.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Normativas%20Estadisticas/Planificacion%20Estad%EDstica/Programa%20Nacional%20de%20Estadistica.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (02 de 05 de 2013). *Youtube*. Recuperado el 06 de 05 de 2015, de INEC responde: ¿Qué es la ENIGHUR?: <https://www.youtube.com/watch?v=bQ18oKEbCws&feature=youtu.be>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (20 de 12 de 2013). *YouTube*. Recuperado el 2015, de INEC Responde: REDATAM: ¿Qué es y cómo usarlo?: https://www.youtube.com/watch?v=XRYI_ScmhUs

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). El crédito de desarrollo humano asociativo en la economía social y solidaria de la provincia de Tungurahua-Ecuador. (P. Medina, Ed.) *Analítika*, 7, 84.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2015, de Planificación Estadística: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Normativas%20Estadisticas/Planificacion%20Estadistica/Programa_Nacional_de_Estadistica_L.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (20 de 10 de 2014). *YouTube*. Recuperado el 08 de 05 de 2015, de VDATOS La Estadística en tus manos: <https://www.youtube.com/watch?v=DR1V2AKLY88>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 08 de Julio de 2015, de Rendición de Cuentas 2014: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Rendicion_de_cuentas_2014/Fase_2/Adm_Central/03_PPT_FINAL_RENDICION_DE_CUENTAS_26-03-2015.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 08 de 05 de 2015, de VDatos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/vdatos/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 15 de Septiembre de 2015, de Aseguramiento de Calidad:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sistema_Estadistico_Nacional/Aseguramiento_de_la_calidad/manual_certificacion_libro.pdf)

[inec/Sistema_Estadistico_Nacional/Aseguramiento_de_la_calidad/manual_certificacion_libro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sistema_Estadistico_Nacional/Aseguramiento_de_la_calidad/manual_certificacion_libro.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 25 de Abril de 2015, de Historia del INEC:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Institucion/Historia.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 30 de Octubre de 2014, de Objetivos / Políticas:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/objetivos-politicas/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 02 de 05 de 2015, de Historia del INEC:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Institucion/Historia.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 03 de 05 de 2015, de Inicio: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 05 de 05 de 2015, de Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los

Hogares Urbanos y Rurales : [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

[de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Sí Emprende:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/si-emprende/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*.

Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Mirador Empresarial:
<http://visualizador.ecuadorencifras.gob.ec:8080/homediee/home.html>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*.

Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Visualizador de Estadísticas Agropecuarias del Ecuador:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/procesador-de-estadisticas-agropecuarias-3/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*.

Recuperado el 6 de Noviembre de 2015, de La Institución:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/la-institucion/>

Jankowiak, M. (2015). *Distribución de los servicios*. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de

Distribución de los servicios a través de canales físicos electrónicos:
<https://prezi.com/uvxkpehfbn5t/distribucion-de-los-servicios-a-traves-de-canales-fisicos-e/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica* (11 ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). México: Pearson Educación.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia* (6 ed.). México: Pearson Educación.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (5 ed.). México: Pearson Educación.

Real Academia Española. (2015). *Real Academia Española*. Recuperado el 08 de 05 de 2015, de Diccionario de la lengua española: <http://lema.rae.es/drae/>

Saldaña, J., & Cervantes, J. (2000). Mercadotecnia de servicios. *Contaduría y Administración*, 75-90.

Secretaría Nacional de la Administración Pública. (s.f.). Manual de estilos para uso de sitios web en las entidades gubernamentales. Quito, Pichincha, Ecuador.

Smith, M., & Kollock, P. (2003). *Nuevas tecnologías y sociedad*. Barcelona, España: UOC.

Unesco. (s.f.). *Unesco*. Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de Las TIC en la Educación:
<http://www.unesco.org/new/es/unesco/themes/icts/>

Universidad de Cuenca. (s.f.). *Centro de Documentación Regional Juan Bautista V.*
Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de Catálogo: Detalle de búsqueda:
<http://biblioteca.ucuenca.edu.ec/index.php/mmcatalogodetalledebusquedas>

Universidad de Valencia. (s.f.). *Universidad de Valencia*. Recuperado el 08 de 05 de 2015, de
Sintaxis Spss: <http://www.uv.es/friasnav/SintaxisSPSS.pdf>

Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios* (5 ed.). México D.F.,
México: McGraw Hill.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta aplicada a estudiantes universitarios

Encuesta sobre el uso de información estadística

No. ___

Estimada/o estudiante, la presente Encuesta tiene por objetivo conocer los inconvenientes y necesidades respecto al servicio, manipulación e interpretación de información estadística.

Universidad: _____

Edad: _____

Facultad: _____

Género: M F

1. ¿Usted ha utilizado algún tipo de información estadística?

Sí No (Pase a la pregunta 4)

2. Según su experiencia, califique las siguientes afirmaciones referentes a la obtención de información estadística, siendo 5 la máxima y 1 la más baja calificación.

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Sé donde buscar información | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Conozco de rutas para realizar búsquedas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Conozco de la información disponible | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Conozco o tengo referencia de que la atención en oficinas es inmediata | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ha sido necesario contar con una persona como guía de búsqueda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Existe orden en los contenidos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Existe la información que necesito | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mi navegador de internet se acopla a la búsqueda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Otro: ¿Cuál? _____ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

3. Según su experiencia, califique las siguientes afirmaciones referentes a la manipulación e interpretación de información estadística, siendo 5 la máxima y 1 la más baja calificación.

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Información disponible no me causa confusión al emplear las estadísticas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sé como utilizar bases de datos y aplicaciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Conozco del cálculo de ciertos indicadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Existe información actualizada que me permite usar mejor las estadísticas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sé como analizar los datos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sé como citar bibliografía | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Conceptos y glosario de términos me son de fácil comprensión | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Existe suficiente contenido teórico que me permite entender la información | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Otro: ¿Cuál? _____ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

4. ¿Cuál es la ruta que Usted con más frecuencia utiliza o utilizaría para obtener información estadística? (1 resp.)

Por cuenta propia en un sitio web Mediante oficio
 Servicio de biblioteca Otra: ¿cuál? _____
 Realizar llamada telefónica

5. ¿Qué tipo de información ha consultado o le gustaría consultar? (Hasta 3 resp.)

Población y demografía Estadísticas económicas Estadísticas ambientales
 Estadísticas sociales Índice de precios Cartografía
 Economía laboral Pobreza Otra: ¿Cuál? _____
 Estadísticas agropecuarias

6. ¿Usted conoce de instituciones que proporcionen información estadística?

Sí (Mencione una) _____ No

7. ¿Usted ha escuchado hablar del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)?

Sí No (Pase a la pregunta 15)

8. ¿A través de qué medio se enteró sobre la existencia del INEC? (1 resp.)

Radio Amigos Charlas informativas
 Tv Docentes Ferias informativas
 Prensa escrita Familiares Otro: ¿Cuál? _____
 Internet

9. ¿Usted consultó algún tipo de información producida por el INEC?

Sí No (Pase a la pregunta 15)

10. ¿Usted ha visitado la biblioteca del INEC?

Si

No (Pase a la pregunta 12)

11. Si visitó la biblioteca del INEC, califique los siguientes aspectos, siendo 5 la máxima y 1 la más baja calificación.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Ubicación de la biblioteca | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Horario de atención | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ambiente (espacio físico, señalización, etc.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Conocimientos de la persona que le atendió | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tiempo empleado para obtener información | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Acceso a la información | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Satisfacción con la información consultada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Material de apoyo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Respuesta a inquietudes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Servicio en general | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

12. ¿Usted ha ingresado a la página web del INEC?

Si

No (Pase a la pregunta 15)

13. ¿Recuerda la dirección electrónica de la página web del INEC?

Si

No

14. Si ingresó a la página web del INEC, por cuenta propia o con asesoría de otra persona, califique califica los siguientes aspectos, siendo 5 la máxima y 1 la más baja calificación.

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Diseño | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Redes sociales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Aplicaciones de procesamiento en línea | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Contenido informativo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tiempo empleado para obtener información | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Facilidad para encontrar información | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Satisfacción con la información consultada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Material audiovisual | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Respuesta a solicitudes de información | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Servicio en general | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

15. Califique la importancia que Usted otorga a los siguientes aspectos al momento de conseguir información estadística desde un sitio web, siendo 5 la máxima y 1 la más baja calificación.

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Información actualizada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Información fácil de encontrar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Información veraz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Información variada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Información tabulada o publicaciones digitales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Disponer de una persona como guía en búsquedas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Apoyo de investigación con publicaciones físicas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Material físico que facilite la búsqueda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Material audiovisual que facilite la búsqueda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Catálogo de proyectos o temas disponibles | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Diseño de la página | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rapidez al navegar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Compatibilidad de navegadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Interactividad online (chat de consulta) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Opción para remitir inquietudes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

16. Además de la asesoría otorgada en un espacio de biblioteca para manipular información estadística desde una página web ¿qué otra opción Usted cree conveniente utilizar para recibir la misma asesoría? (1 resp.)

Charlas informativas en universidades

Ferias informativas

Servicio en línea (chat en línea)

Call center

Otro: Cuál?

Ninguna otra

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2: Manual de consultas de información**MANUAL DE CONSULTAS DE INFORMACIÓN**

Estimado Usuario/a, el presente manual tiene por objetivo dar a conocer los pasos a seguir para obtener información estadística desde nuestra página web www.ecuadorencifras.gob.ec

1. Ingrese al “**Catálogo de proyectos**” que se ubica en el menú izquierdo de nuestra página o marque clic en esta opción.
2. Revise detalladamente los proyectos y seleccione con un clic el que desea consultar.
3. Descargue la información que necesite: publicaciones digitales en formato pdf, tabulados en formato excel, bases de datos y sintaxis, formularios e información histórica correspondiente a periodos anteriores.
4. Si tiene dudas o necesita ayuda, diríjase al menú de la izquierda y acceda al “**Servicio en línea**”, allí podrá emitir un correo electrónico u optar por el chat en línea. Sus requerimientos serán atendidos y procesados por personal capacitado en el menor tiempo posible.

¡Gracias por usar nuestros servicios!



Anexo 3: Catálogo de proyectos



CATÁLOGO DE PROYECTOS

NOMBRE DEL PROYECTO: Encuesta Nacional de Trabajo Infantil

INSTITUCIÓN RESPONSABLE: Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC

OBJETIVO: Actualizar los datos nacionales sobre trabajo infantil por abolir, relevando información sobre la edad de los niños, niñas y adolescentes y la naturaleza del trabajo.

UNIDAD DE ANÁLISIS: Personas

NIVEL DE DESAGREGACIÓN: Nacional, Regional, Provincial, Urbano, Rural

METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN: Encuesta

TEMAS: Trabajo

PRINCIPALES VARIABLES: Nivel socioeconómico, estado conyugal, nivel de escolaridad, ocupación e ingresos.

PERIODICIDAD: Cuatrienal



Anexo 4: Estructura de los servicios en línea

Su mensaje



*Nombre y apellido:

*Sexo:

*E-mail:

*Empresa o institución:

*País:

*Ciudad:

1000 caracteres máximo

Enviar

** Campos obligatorios*

Chat en línea



Políticas de uso:

El servicio es gratuito.

Disponible de lunes a viernes de 8:00 a 18:00 horas.

Para iniciar el servicio del Chat en línea del INEC, es necesario proporcionar la siguiente información:

*Nombre y apellido:

*E-mail:

Ingresar

** Campos obligatorios*

Anexo 5: Encuesta para usuarios de biblioteca



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

La presente encuesta tiene por objetivo conocer el nivel de satisfacción sobre el servicio otorgado por la biblioteca del INEC en la entrega de información estadística.

Sexo: M ___ F ___ Edad: ___

Institución: _____

Tema de consulta: _____

Tiempo de consulta: _____

Califique los siguientes aspectos, considerando 5 muy bueno y 1 muy malo:

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|---|---|---|---|---|
| Acceso a la información | | | | | |
| Espacio físico | | | | | |
| Cordialidad | | | | | |
| Respuesta a inquietudes | | | | | |
| Destreza del funcionario | | | | | |
| Trato del funcionario | | | | | |



¡Gracias por su ayuda!