



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRIA EN GERENCIA PÚBLICA

TEMA:

**“LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y LA ACEPTACIÓN DE LOS
CLIENTES DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS DE
LA OFICINA REGIONAL DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE AMBATO”**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
MAGISTER EN GERENCIA PÚBLICA**

AUTORA: Dra. Adm. Gladys Susana Apráez Picón

DIRECTOR DE TESIS: Ing. M.Sc. Héctor Ruiz

Ambato – Ecuador

2010

Al Consejo de Posgrado de la Universidad Técnica de Ambato

El Comité de Defensa de la Tesis de Grado “*LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y LA ACEPTACIÓN DE LOS CLIENTES DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS, DE LA OFICINA REGIONAL DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE AMBATO*”, presentada por la Dra. Gladys Susana Apráez Picón; y conformada por: Ing. M.Sc. Luis Velásquez Medina, Presidente del Tribunal de Defensa; Señores Miembros del Tribunal de Defensa, Dra. M.Sc. Zoila López, Ing. MBA Jaime Ortiz O., Ing. MBA Santiago Peñaherrera Z, Ing. MSc. Héctor Ruiz, Director de Tesis de Grado, una vez escuchada la defensa oral y revisada la Tesis de Grado escrita en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas por el Tribunal de Defensa de la Tesis, remite la presente Tesis para uso y custodia en las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.

.....
Ing. M.Sc. Luis Velásquez Medina
Presidente del Tribunal de Defensa

.....
Ing. M.Sc. Luis Velásquez Medina
DIRECTOR DEL CEPOS

.....
Ing. M.Sc. Héctor Ruiz
Director de Tesis

.....
Ing. M.Sc. Zoila López
Miembro del Tribunal

.....
Ing. MBA Jaime Ortiz O.
Miembro del Tribunal

.....
Ing. MBA Santiago Peñaherrera Z.
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido de la Tesis de Grado "LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y LA ACEPTACIÓN DE LOS CLIENTES DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS DE LA OFICINA REGIONAL DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE AMBATO" nos corresponde exclusivamente a la Dra. Susana Apraez Picón y al Ing. M.Sc. Héctor Ruiz; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato.

Dra. Adm. Susana Apraez Picón

AUTORA

Ing. M.Sc. Héctor Ruiz

DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

A Dios por la oportunidad de darme la vida, y de culminar esta meta que me he propuesto realizarla....

A la Universidad Técnica de Ambato de manera especial al CEPOS, la misma que me ha permitido lograr alcanzar mi título.

A mi tutor Ing. MSc. Héctor Ruiz

Mi agradecimiento muy especial a la Dra. M.Sc. Zoila López, quien desinteresadamente me guió con sus conocimientos en la ejecución del presente trabajo.

Susana

DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida y la sabiduría para la realización del presente trabajo.

*A mis padres y hermanos que me han apoyado de alguna manera para la
culminación de
este Proyecto.*

Susana

ÍNDICE GENERAL

A.- PÁGINAS PRELIMINARES

Página de título y portada.....	i
Página de aprobación de tribunal de grado.....	ii
Página de autoría de la Tesis.....	iii
Página de agradecimiento.....	iv
Página de dedicatoria	v
Índice general de contenidos.....	vi
Índice de gráficos.....	ix
Índice de figura.....	x
Índice de tablas.....	x
Índice de ecuaciones.....	xi
Resumen Ejecutivo.....	xii
B.- INTRODUCCIÓN.....	xiii

CAPÍTULO I.

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.2.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1.- CONTEXTUALIZACIÓN.....	1
1.2.2.- ANÁLISIS CRÍTICO.....	3
1.2.3.- PROGNOSIS.....	5
1.2.4.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.2.5.- PREGUNTAS DIRECTRICES.....	6
1.2.6.- DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.2.6.1.- Delimitación Espacial.....	6
1.2.6.2.- Delimitación Temporal.....	7
1.2.6.3.- Unidades de Observación.....	7
1.3.- JUSTIFICACIÓN.....	7
1.4.- OBJETIVOS.....	8
1.4.1.- OBJETIVO GENERAL.....	8

1.4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
------------------------------------	---

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	10
2.2.- FUNDAMENTACIÓN FILOSÒFICA.....	11
2.2.1. FUNDAMENTACIÒN ONTOLÒGICA.....	12
2.2.2. FUNDAMENTACIÒN EPISTEMOLÒGICA.....	12
2.2.3. FUNDAMENTACIÒN AXIOLÒGICA.....	13
2.2.4. FUNDAMENTACIÒN METODOLÒGICA.....	13
2.3.- FUNDAMENTACIÒN LEGAL.....	14
2.4.- CATEGORIAS FUNDAMENTALES.....	17
2.4.1.- Información Estadística (Variable Independiente) Administración.....	18
2.4.2.- Aceptación de los clientes (Variable Dependiente) Comunicación.....	27
2.5.- HIPÓTESIS.....	54
2.6.- IDENTIFICACIÒN DE LAS VARIABLES.....	54

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.- ENFOQUE.....	55
3.2.- MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÒN.....	55
3.2.1 INVESTIGACIÒN BIBLIOGRÁFICA.....	56
3.2.2 INVESTIGACIÒN DE CAMPO.....	56
3.3.- NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÒN.....	56
3.3.1. INVESTIGACIÒN EXPLORATORIA.....	57
3.3.2. INVESTIGACIÒN DESCRIPTIVA.....	57
3.3.3. INVESTIGACIÒN CORRELACIONAL.....	57
3.3.4. INVESTIGACIÒN EXPLICATIVA.....	58
3.4.- POBLACIÒN Y MUESTRA.....	58
3.4.1. Población.....	58
3.4.2.- Muestra.....	58
3.5.- OPERACIONALIZACIÒN DE VARIABLES.....	62

3.6.- PLAN DE RECOLECCIÒN DE LA INFORMACIÒN.....	65
3.7.- PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÒN.....	65

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	67
4.2.- INTERPRETACIÒN DE DATOS.....	67
4.3.- VERIFICACIÒN DE HIPÒTESIS.....	80
4.3.1.- NIVEL DE SIGNIFICACIÒN.....	82
4.3.2.- ZONA DE ACEPTACIÒN O RECHAZO.....	82

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.- CONCLUSIONES.....	88
5.2.- RECOMENDACIONES.....	90

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1.- DATOS INFORMATIVOS.....	92
6.1.1.- TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	92
6.1.2.- INTRODUCCIÒN.....	92
6.2.- ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	93
6.3.- JUSTIFICACIÒN.....	94
6.4.- OBJETIVOS.....	95
6.4.1.- OBJETIVO GENERAL.....	95
6.4.2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	96
6.5.- ANÀLISIS DE FACTIBILIDAD.....	96
6.6.- FUNDAMENTACIÒN.....	97
6.7.- METODOLOGIA.- MODELO OPERATIVO.....	98
6.7.1.- DESCRIPCIÒN DE LA PROPUESTA.....	98
6.7.1.1.- DIAGNÒSTICO DE PROBLEMAS.....	99
6.7.1.2.- POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.....	101
6.7.2.- VISIÒN.....	101
6.7.3.- MISIÒN.....	101
6.7.4.- VALORES Y PRINCIPIOS.....	101

6.7.5.- ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS.....	109
6.7.5.1.- OBJETIVO 1.....	110
6.7.5.2.- OBJETIVO 2.....	114
6.7.5.3.- OBJETIVO 3.....	117
6.7.5.4.- OBJETIVO 4.....	120
6.7.6- MATRIZ DEL PLAN ESTRATÉGICO 2010.....	123
6.7.7.- INDICADORES.....	128
6.8.- ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	128
6.8.1.- RECURSOS HUMANOS.....	128
6.8.2.- RECURSOS MATERIALES.....	128
6.8.3.- RECURSOS ECONÓMICOS.....	129
6.8.4. EVALUACIÓN.....	130
6.8.5.- PARÁMETROS DE EVALUACIÓN.....	130
6.8.6.- ALCANCE DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS.....	130
6.8.7.- EFECTOS NEGATIVOS PREVISIBLES EN CASO DE NO EJECUTARSE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS.....	130
6.9.- PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	131
BIBLIOGRAFÍA.....	134
ANEXOS.....	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: SUPERORDINACIÓN DE VARIABLES.....	53
GRÁFICO N° 2: DATOS DEL INEC SON CONFIABLES.....	68
GRÁFICO N° 3: INDICADORES ESTADÍSTICOS DEL INEC.....	69
GRÁFICO N° 4: ENTREGA OPORTUNA DE LA INFORMACIÓN.....	71
GRÁFICO N° 5: ÓPTIMA COBERTURA DEL INEC.....	72
GRÁFICO N° 6: LAS ESTADÍSTICAS DEL INEC.....	73
GRÁFICO N° 7: NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	74
GRÁFICO N° 8: PUBLICACIONES DEL INEC.....	75
GRÁFICO N° 9: INFORMACIÓN DEL INEC.....	77
GRÁFICO N° 10: QUE TIEMPO LE GUSTARÍA RECIBIR.....	78
GRÁFICO N° 11: VEEDURÍA PARA EL CONTROL DE CALIDAD.....	79
GRÁFICO N° 12: REGIÓN DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO.....	87
GRÁFICO N° 13: DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	99
GRÁFICO N° 14: VALORES CORPORATIVOS.....	102

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA Nº 1: TEORÍA DE LA INFORMACIÓN.....	30
FIGURA Nº 2: MODELO SIMPLE DE COMUNICACIÓN	30
FIGURA Nº 3: EMISOR Y RECEPTOR.....	31
FIGURA Nº 4: ACTO DE COMUNICACIÓN.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1: INSTITUCIONES ENCUESTADAS	61
TABLA Nº 2: VARIABLE INDEPENDIENTE.....	63
TABLA Nº 3: VARIABLE DEPENDIENTE.....	64
TABLA Nº 4: PREGUNTA 1.....	68
TABLA Nº 5: PREGUNTA 2.....	69
TABLA Nº 6: PREGUNTA 3.....	70
TABLA Nº 7: PREGUNTA 4.....	72
TABLA Nº 8: PREGUNTA 5.....	73
TABLA Nº 9: PREGUNTA 6.....	74
TABLA Nº 10: PREGUNTA 7.....	75
TABLA Nº 11: PREGUNTA 8.....	76
TABLA Nº 12: PREGUNTA 9.....	78
TABLA Nº 13: PREGUNTA 10.....	79
TABLA Nº 14: CUADRO DE PREGUNTAS.....	84
TABLA Nº 15: CÁLCULO DE X^2	84
TABLA Nº 16: MATRIZ FODA.....	106
TABLA Nº 17: MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS.....	107
TABLA Nº 18: MATRIZ DE FACTORES INTERNOS.....	108
TABLA Nº 19: OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.....	124
TABLA Nº 20: OBJETIVO ESTRATÉGICO 2.....	125
TABLA Nº 21: OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.....	126
TABLA Nº 22: OBJETIVO ESTRATÉGICO 4.....	127
TABLA Nº 23: PRESUPUESTO.....	129

ÍNDICE DE ECUACIONES

ECUACIÓN N° 1: TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	59
ECUACIÓN N° 2: PRUEBA DEL CHI-CUADRADO.....	82
ECUACIÓN N° 3: ZONA DE ACEPTACIÓN O RECHAZO.....	83

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo está orientado al diseño de estrategias administrativas, para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos y que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato; con el fin de lograr los objetivos de aceptación de los clientes, con la participación e involucramiento de responsables de las diferentes áreas del INEC Regional del Centro.

Primeramente se elaboró un diagnóstico donde se determinan las diversas causas y efectos de la aceptación de los clientes, que el problema central es: "La inoportuna información estadística incide en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la ciudad de Ambato". Son diversas las situaciones que impiden el desarrollo de las actividades estadísticas, tales como: limitada relación entre la oferta y la demanda estadística, limitada cultura estadística de informantes y clientes, limitada difusión.

Las estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos, es útil en la medida en que logra llegar a más usuarios de una manera ágil, completa, económica y rápida; con lo cual también se logra difundir la extensa utilidad de los resultados estadísticos a toda la sociedad, generando un nivel de confianza no solo a los clientes sino a las fuentes.

INTRODUCCIÓN

El diseño de estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos y que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato, es una herramienta administrativa del Instituto Nacional de Estadística y Censos Regional del Centro, que mediante capacitaciones a los usuarios estadísticos, se vaya creando la cultura estadística en la sociedad, por cuanto en las últimas décadas se ha ido extendiendo de tal manera que ya no son los gobiernos o la administración pública los únicos destinatarios de la estadística oficial, la sociedad en general ha crecido de forma paulatina sus necesidades de información estadística.

El INEC es una institución que está al servicio de la sociedad, como tal ha considerado la utilización de las estrategias administrativas, a fin de alcanzar la mayor audiencia posible; tales medios incluyen el Internet, publicaciones impresas y electrónicas, organización de seminarios y conferencias, biblioteca institucional, difusión de notas de prensa, con la finalidad de facilitar y apoyar a la toma de decisiones públicas o privadas. La información estadística es útil en la medida que esté disponible para su uso e interpretación.

Este texto desarrollado en seis capítulos contiene y describe la problemática que la inoportuna información estadística incide en la aceptación de los clientes así como las posibles soluciones para capacitar y concienciar a la población sobre la cultura estadística, para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Ambato.

Capítulo I. Consta del planteamiento del problema; su contextualización a nivel nacional, regional y de la ciudad de Ambato, se presentan los resultados de un sondeo realizado sobre la utilización de la información estadística, determinando el

problema existente que no solo afecta a la ciudad de Ambato, sino a nivel de país y diríamos también a nivel mundial.

Capítulo II. Contiene el marco teórico, se mencionan los antecedentes de la investigación, la fundamentación filosófica en los campos de totalidad concreta, se describe algunos conceptos de varios autores en función del problema y se plantea la hipótesis con las variables correspondientes.

Capítulo III. Corresponde a la metodología que se empleó para la investigación, los instrumentos utilizados y los métodos que se aplicaron para recopilar la información y operacionalización de las variables, para luego realizar el procesamiento de la información obtenida.

Capítulo IV. Se refiere al análisis e interpretación de resultados de la investigación, el resultado de las preguntas de la encuesta, organizado en cuadros de gráficos individuales. Este análisis estadístico facilita la verificación de la hipótesis y la conclusión de los resultados.

Capítulo V. Obtenida y procesada la información se llegó a establecer las conclusiones de acuerdo con los objetivos específicos que se diseñan en la investigación y se plantean las recomendaciones.

Capítulo VI. Consta la propuesta, donde se formula y elabora el diseño de estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística, del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato; en la que se detalla la participación de todos los involucrados.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- TEMA DE INVESTIGACIÓN

La Información estadística y la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato.

1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1.- CONTEXTUALIZACIÓN

Es necesario plantear el problema en su contexto y en su red de relaciones para tener un acercamiento perceptivo del porqué la información estadística no es utilizada como un mecanismo para la toma de decisiones en el quehacer sectorial y territorial por parte de los clientes.

Para muchos clientes no especializados en estadística, los datos que se presentan son simplemente símbolos o números que no reflejan una realidad; sin embargo, la transformación de estos datos en información estadística, permitirá un mayor acercamiento al conocimiento de la realidad nacional y se podrá establecer socialmente los aspectos que merecen mayor atención y dedicación por parte de las autoridades de gobierno.

La tecnología día a día va avanzando y entregando a los sectores públicos y privados mejoras que repercuten en los resultados que pretende alcanzar la administración en todas las instituciones, es por ello, que la Información Estadística, es una herramienta útil para el cumplimiento de objetivos y el logro

de resultados esperados dentro de las instituciones que necesitan desarrollar sus actividades. En el **contexto nacional**, la información estadística oficial es esencial para el desarrollo del **país**, y en particular para mejorar las condiciones de vida de la población, en la medida que permita sustentar el diseño y formulación de las políticas públicas y decisiones privadas, así como para facilitar la adopción de mejores acciones para elevar la competencia del **país** y a la creación de riqueza nacional.

En el marco de una estrategia de desarrollo institucional de corto y mediano plazos y de carácter institucional y funcional, el INEC efectuó en 1992 una consulta a los usuarios para establecer el grado de utilización de la información estadística y conocer sus apreciaciones en torno a la calidad de la información estadística y oportunidad con las que se las consigue, así como sus principales requerimientos sobre la información estadística que debe producir el Instituto.

A continuación se presentan los resultados de dicho sondeo:

Fueron consultadas 706 Instituciones Públicas y Privadas del país, de las cuales el (87,7%) fueron Públicas y el (12,3%) Privadas. Un tercio de ellas declaró no ser usuario de ninguna información estadística del INEC. Las instituciones consultadas emitieron 1961 calificaciones sobre las estadísticas del INEC y presentaron 494 solicitudes de nuevas investigaciones o nuevas variables que debe realizar el Instituto. Menos de un cuarto de las calificaciones registradas considera que la calidad de la información que produce el INEC es “Excelente”. Es más frecuente la queja de que la información estadística del INEC se la consigue con retraso. Hay un pronunciamiento mayoritario para que se perfeccionen las investigaciones estadísticas existentes. Las solicitudes provenientes de las instituciones privadas enfatizan más el requerimiento de nueva información a través de investigaciones nuevas en el INEC.

La problemática del INEC, **Regional del Centro**, consiste en que la Institución no ha alcanzado una producción estadística óptima, a consecuencia de una limitada oferta estadística, con una leve normatividad técnica y de coordinación a nivel del

SEN (Sistema Estadístico Nacional). Restringida difusión estadística, normatividad jurídica desactualizada; a pesar de los loables esfuerzos recientes, todavía restan por mejorar algunos aspectos como: poco uso de la tecnología de la información en los procesos estadísticos, la capacidad técnica de los recursos humanos, cierta insatisfacción de la demanda de información estadística desagregada, falta de vinculación con los entes particulares de producción, problemas de oportunidad en la disponibilidad de algunas estadísticas. En consecuencia la actividad estadística del INEC tiene un amplio espectro para continuar contribuyendo al desarrollo regional.

El INEC, que se encuentra en la **ciudad de Ambato** es una institución que está al servicio de la sociedad, como tal debe implementar una política de amplio acceso a la información estadística que produce, para garantizar su uso en apoyo en las decisiones públicas y privadas.

La información estadística es útil en la medida que está disponible para su uso e interpretación, de otro modo la información pierde valor. La amplia difusión de la información estadística permite sustentar mejor el diseño, formulación, implementación y evaluación de las políticas de las autoridades locales, encaminadas a promover el desarrollo regional. Asimismo, promueve el fortalecimiento de la democracia en la medida que permite tener una sociedad mejor informada.

ANEXO 1: ÀRBOL DE PROBLEMAS

1.2.2.-ANÀLISIS CRÍTICO

Es importante observar al problema no desde su perspectiva general, sino encontrar las causas y efectos que originan la problemática de por qué las Instituciones Públicas y Privadas no utilizan la información estadística para la toma de decisiones, sino por el contrario se basan en estudios de sondeo de información; por consiguiente podemos mencionar que existe el desconocimiento

en un alto porcentaje de la población de la ciudad de Ambato, sobre las estadísticas que produce el INEC.

Sin embargo, a pesar de la importancia que tiene la información estadística en la actualidad existen diversas situaciones que impiden el desarrollo de las actividades estadísticas, tales como: escaso financiamiento, falta de capacitación del personal involucrado en las diversas etapas del trabajo estadístico, limitada relación entre la oferta y la demanda estadística, limitada cultura estadística de informantes y clientes, limitada difusión, acceso y oportunidad de la información; y falta un sistema estadístico descentralizado e información, desagregada para los ámbitos geográficos menores.

Los clientes deberían ser atendidos de la mejor manera por lo que sería necesario que el personal responsable de entregar la información esté capacitado sobre este aspecto. La capacitación continúa del personal en aspectos técnicos y metodológicos, su participación en eventos académicos o en conferencias y seminarios nacionales e internacionales, estimula y promueve el desarrollo de la capacidad técnica del personal, y redundan en la calidad de la información.

Las publicaciones son impresas después de mucho tiempo de haber realizado las investigaciones. El INEC, debe mantener un compromiso de que inmediatamente sea publicada la información estadística de las distintas investigaciones que realiza el INEC, sin que este compromiso, ponga en riesgo la calidad de la información estadística y la credibilidad institucional.

Las publicaciones del INEC, no son distribuidas oportunamente, especialmente a aquellas instituciones que tienen suscripciones. El INEC debería atender las necesidades de información estadística de los clientes, por ello es necesario identificar quienes son los principales clientes y que investigaciones son las más requeridas. Identificar la demanda de la información estadística es clave para garantizar el éxito de la gestión estadística de la Institución.

El INEC, debería orientar su política de difusión de la información estadística con sentido de atención y servicio del cliente, en la medida que está al servicio de la ciudadanía, considerando el criterio de accesibilidad y el concepto de bien

público, la mayoría de la información estadística debería estar al alcance de la sociedad de modo libre. Es necesario sistematizar y difundir la metodología utilizada en la producción estadística para asegurar que los datos sean manejados de manera adecuada.

1.2.3.- PROGNÓISIS

El desconocimiento de la información estadística no permitiría adoptar planes y programas gubernamentales que eleven los niveles de empleo y por lo tanto no impulsaría el crecimiento económico ni contribuiría a una equitativa distribución de la riqueza, insatisfaciendo el bienestar de la mayoría de la población.

La no utilización de la información estadística por parte de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos, traería consecuencias graves por cuanto se diseñarían y se formularían las políticas públicas y privadas de forma empírica, con resultados negativos para el desarrollo del país.

Lo indicado en el párrafo anterior estaría implicando múltiples efectos en el uso de la información estadística, tales como la no satisfacción de la demanda de información estadística; problemas de oportunidad, de calidad y de credibilidad en la información; disponibilidad de estadísticas no integradas; falta de sistemas de información y desconocimiento de la oferta por parte de los clientes. Como consecuencia de estos efectos, se puede deducir que habría un uso limitado de información estadística para apoyar el diseño y formulación de políticas, planes y programas públicos y privados; desconocimiento de los efectos de las políticas públicas en el bienestar de los hogares.

Por lo tanto diríamos, que la actividad estadística del INEC estaría contribuyendo de modo limitado al desarrollo de la ciudad de Ambato.

1.2.4.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué incidencia tiene la inoportuna información estadística en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato?

1.2.5.- PREGUNTAS DIRECTRICES

- ¿Qué grado de desconocimiento de la información estadística existe por parte de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato.
- ¿Qué índice de la población tiene desconocimiento de la información estadística del INEC?
- ¿Existe la necesidad de implantar mecanismos de difusión de la información estadística del INEC, para disminuir el porcentaje de la no aceptación de los clientes?

1.2.6.-DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

- **CAMPO:** Público
- **AREA:** INEC
- **ASPECTO:** Aceptación de los clientes

1.2.6.1.-Delimitación Espacial

Esta investigación se realizará en la Oficina Regional del Centro del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la ciudad de Ambato, ubicada en las calles Rocafuerte y Lalama, frente a la Medalla Milagrosa.

1.2.6.2.- Delimitación Temporal

Esta investigación se tomará en consideración la información de los años 2006 al 2008.

1.2.6.3.- Unidades de Observación

La investigación se realizó a los Rectores de los Colegios, Rectores de las Universidades, Jefe de Planificación del Municipio de Ambato, Cámaras de Comercio e Industrias, periodistas, directivos de instituciones públicas y privadas.

1.3.- JUSTIFICACIÓN

La investigación, “La información estadística del INEC y aceptación de los clientes” constituye un aporte al Instituto Nacional de Estadística y Censos, para identificar las necesidades y exigencias de los clientes, y constituya para el Cantón Ambato una nueva opción, para que las instituciones públicas y privadas; y público en general soliciten información oportuna y actualizada la misma que servirá para la planificación de proyectos y de esta manera satisfacer las necesidades de los habitantes.

El desarrollo de una estrategia administrativa para la difusión de la información estadística a un costo moderado, con la personalización y soporte técnico para el INEC Regional del Centro, con miras a generalizar un modelo que servirá para ejemplificar la forma en que un departamento de difusión y la atención a los clientes, deba ser apoyado por un sistema de Marketing, para no limitar sus áreas de operación, sino para que se constituya en un elemento decisivo e innovador en la toma de decisiones.

El tema a investigar es de actualidad y su estudio y análisis servirá de apoyo para implementar estrategias administrativas con una política de amplio acceso a la información estadística que produce el INEC, con la finalidad de facilitar el uso en apoyo a las decisiones públicas y privadas. La información estadística es útil en

la medida que está disponible para su uso e interpretación, de otro modo esta pierde valor.

La información estadística del INEC se enmarcará en los lineamientos de la Política Estadística Nacional. Se considerará los medios más eficaces a fin de alcanzar la mayor audiencia posible. Tales medios incluirán Internet, publicaciones impresas y electrónicas, organización de seminarios y conferencias, biblioteca institucional, difusión de notas de prensa. La práctica de difusión contemplará también la divulgación de la información metodológica y de los hechos relevantes sucedidos en los procesos de producción, para facilitar el uso e interpretación de los datos a los usuarios.

Es muy importante también, se capacite sobre la cultura estadística a todos los usuarios, su manejo y utilización.

La presente investigación es factible por cuanto dispone de herramientas, como son estadísticas del período a ser analizado y se tiene acceso a la información, lo cual es imprescindible para que la investigación sea clara, objetiva y veraz.

1.4.- OBJETIVOS

1.4.1.- OBJETIVO GENERAL

Determinar que incidencia tiene la inoportuna información estadística en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la ciudad de Ambato.

1.4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer a través de datos estadísticos cuales son las causas de la limitada información estadística del Instituto Nacional de Estadística y Censos.

- Analizar el índice de desconocimiento por parte de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos, para determinar estrategias de difusión de las Estadísticas del INEC.
- Proponer estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Las nuevas dinámicas económicas, sociales y demográficas que rigen el accionar de los países, muestran cada vez con más fuerza la necesidad de contar con políticas de información estadística claras y útiles. En este sentido una política pública de información se interpreta como una guía general, que orienta y delimita la producción y uso de información estadística, así mismo, se fundamenta en los criterios de bien público, función pública de los servicios estadísticos y derecho de los ciudadanos a tener acceso a la información.

Para el desarrollo del presente proyecto se ha revisado los archivos que reposan en el INEC; sitios WEB que tratan sobre temas similares; manuales e instructivos realizados por las Instituciones Gubernamentales de Estadísticas.

No existe estudio alguno realizado con respecto a este tema específico: Qué incidencia tiene el desconocimiento de la información estadística en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos, en la ciudad de Ambato, por ende este estudio sería un aporte que permitiría a las partes involucradas una toma de conciencia y un replanteo de políticas y medidas a adoptarse.

Se ha revisado varios documentos, entre ellos, el documento de trabajo de la primera reunión de expertos gubernamentales en difusión de la información estadística "Lineamientos de una Política Comunitaria de Difusión de Información Estadística", realizado en Lima en el año 2004, cuya

investigación presenta el diagnóstico de los servicios estadísticos de cinco países, en cuanto a la situación actual de la difusión de la información estadística en las páginas Oficiales Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Colombia <http://www.dane.gov.co>; Instituto de Estadísticas de Venezuela, <http://www.ine.gov.ve>; Instituto de Estadísticas de Perú, <http://www.inei.gob.pe>; Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, <http://www.inec.gov.ec>, Instituto de Estadística de Bolivia, <http://www.ine.gov.bol>,

El análisis tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- La existencia de una política de difusión de información estadística.
- Carácter y operatividad de las oficinas de difusión
- Categorización de los usuarios de acuerdo con las exigencias
- Coordinación entre los distintos productores nacionales de información estadística
- Difusión por Internet;
- Servicios de información al público;
- Relaciones con los medios de comunicación;
- Producción editorial y política de precios.

2.2.- FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Los sujetos humanos son conceptualizados como agentes activos, se relacionan la ciencia con el sujeto. El estudio que nos encontramos realizando se relaciona a la investigación social, por lo que nos ubicamos en el paradigma crítico propositivo por lo cuanto en las dos variables presentan al individuo como sujeto de acción, que permite desenvolverse en un mundo dinámico, activo, cambiante y globalizado. La investigación no solamente es una práctica social, sino una ciencia que permite al grupo de las ciencias sociales, con características desde el punto de vista teórico en dos categorías sociales propiamente dichas, orientadas a satisfacer las necesidades.

Tomando en cuenta los antecedentes indicados, específicamente los clientes o usuarios de la información estadística como son las Instituciones Públicas o Privadas y público en general y el Instituto Nacional de Estadística y Censos, involucradas en el presente proyecto sobre la aceptación de las estadísticas, debe contar con estrategias de difusión y con instrumentos técnicos legales reglamentarios que normen la optimización de la información estadística.

2.2.1.- FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA

La realidad está siendo entendida como un mundo cambiante y dinámico, esto hace que la ciencia sus leyes y la verdad no sean absolutas, sino relativas, perfectibles, cuanto más se acerquen a la realidad. La difusión de las estadísticas influye en la aceptación de la información, la cual está en continuo cambio, por lo tanto los resultados del estudio no es la última palabra, es simplemente un aporte. Intervienen varios actores y factores como son las instituciones públicas, privadas y público en general, la educación o cultura estadística, difusión de las estadísticas.

2.2.2.- FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

La realidad tiene sentido cuando se comprende en la interrelación con las diferentes dimensiones del contexto histórico social, ideológico, político, científico, técnica económica y cultural en donde todos los factores intervienen. Como ya se ha mencionado es un trabajo que no quedará en una simple información sino que hay que llevarlo a la práctica, por lo tanto este no puede quedarse como una simple propuesta sino hay que llevarlo al cambio a la transformación: La aceptación estadística de los usuarios que es el área de estudio en donde intervienen varios actores y factores como son las instituciones públicas, privadas y público en general, la cultura estadística y la difusión de las estadísticas.

2.2.3.- FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA

La ciencia no puede ser neutra, está influenciada por valores. La ética o valores consisten en normas de conducta para las personas y la sociedad. Esas normas tienen su origen en muchas fuentes, entre otras, la religión, las tradiciones culturales y la reflexión, lo que explica en parte la complejidad de cada punto de vista de los valores. Como sistema de normas, la ética se vale de muchos conceptos constitutivos, entre otros: obligaciones y derechos, virtudes de carácter, patrones de valor y bondad con que se valoran los resultados y las consecuencias de acciones, y patrones de equidad y justicia para la asignación de recursos y la atribución de recompensas y castigos.

Porque busca rescatar valores, desarrollando al individuo como persona, es decir que sea comprometido al bien común de la comunidad, por lo tanto debe ser participativo, crítico, reflexivo, en todo ambiente.

Con los conocimientos científicos, razonados y estudiados, se tratará de transformar la realidad, buscando vías de solución que conduzcan al equilibrio social de que los clientes tengan conocimiento de la información estadística en base a análisis y criterios sustentados críticamente.

En este ámbito la propuesta de investigación analiza la naturaleza del problema e intenta llegar a encontrar alternativas que minimicen el desconocimiento de los clientes.

2.2.4.- FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

La construcción del conocimiento se hace a través de la investigación cualitativa que se logra con la participación de los sujetos sociales involucrados y comprometidos con el problema. Por tal razón el propósito de esta investigación se ubica en el paradigma crítico propositivo hace de su trabajo científico un compromiso de búsqueda para una mejor calidad de vida del ser humano, una transformación positiva para nuestra sociedad.

El proyecto de investigación pretende adquirir un compromiso con la sociedad, propendiendo al desarrollo del ser humano, al cultivo de valores que en concordancia con la ciencia afronte la problemática de la difusión.

2.3.- FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Al INEC se lo crea como una entidad de derecho público con personería jurídica adscrito a la Junta Nacional de Planificación y Coordinación.

Al retornar el país a un régimen de Derecho, se expide una nueva Constitución Política en la que se creó el Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE), cuyas funciones fueron reguladas a través de la publicación de la Ley Orgánica del Consejo Nacional de Desarrollo (Registro oficial No 109 del 11 de enero de 1986), ley que determinó en el Art. 29 que eran entidades adscritas al CONADE, entre otras el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC); en el Art. 115, reformado, de la Constitución Política de la República (Registro Oficial No 73, Suplemento, de 27 de mayo de 1997), se estableció que el CONADE estaba presidido por un delegado del Presidente de la República. Adicionalmente, para la aplicación de la Ley Orgánica del CONADE se publica, en el Registro Oficial No 185 del 14 de mayo de 1986, el respectivo reglamento, destacándose que en el Art. 17 de este reglamento se estableció que el Sistema Nacional de Planificación estaría integrado por el CONADE y, entre otros, por los organismos adscritos al mismo en el Art. 26.

La Constitución Política expedida el 10 de agosto de 1998 publicada en el Registro Oficial No 1 del 11 de Agosto del mismo año, vigente hasta la presente fecha, suprimió el CONADE y el presidente de la República Jamil Mahuad, mediante decreto ejecutivo No. 3, del 10 de agosto de 1998, publicado en el Registro Oficial N. 3 del 13 de agosto del mismo año, adscribió al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos al Ministerio de Finanzas, tal como consta en el Art. 5 del referido decreto.

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) ha asumido un papel protagónico en el Gobierno del economista Rafael Correa. Como es natural, el elemento más importante para una correcta planificación constituye la información; por esta razón, mediante Decreto Ejecutivo No. 490 del 20 de julio del 2007, publicado en el Registro Oficial No. 141 del 3 de agosto del 2007, se adscribe al INEC a la SENPLADES.

La formulación del Plan Estratégico Institucional, tiene como marco de referencial los aspectos legales y de orientación que se enmarcan en la Ley de Estadística; Ley Orgánica de Responsabilidad, Estabilización y Transparencia Fiscal; y Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado.

1. Ley de Estadística (Decreto No 323)

Art. 2.- Del Sistema Estadístico Nacional: El Sistema Estadístico Nacional estará orientado a la investigación, estudio Planificación y distribución de las Estadísticas Nacionales que faciliten el análisis económico – social, para los programas de desarrollo, de acuerdo con la realidad nacional.

Art. 9.- El Instituto Nacional de Estadística y Censos, con sede en la capital de la república, es una entidad de derecho público, con personería jurídico adscrita a la Junta Nacional de Planificación y Coordinación.

Notas:

Por disposición del Art. 5 del D.E. 3, publicado en el R.O. 3 de 13 de agosto de 1998, se adscribe el Instituto Nacional de Estadística y Censos al Ministerio de Finanzas y Crédito Público, actualmente el Ministerio de Economía y Finanzas (D.E. 366, R.O. 81, 19-V-2000).

Art. 10.- Al Instituto Nacional de Estadística y Censos le corresponde:

a) Elevar a consideración del Consejo Nacional de Estadística y Censos el Programa Nacional de Estadística;

- b) Realizar las labores que le sean asignadas en el Programa Nacional de Estadística;
- c) Coordinar y supervisar la ejecución de los programas y planes de trabajo que deben realizar las demás instituciones del Sistema Estadístico Nacional;
- d) Operar como centro oficial general de información de datos estadísticos del país;
- e) Hacer inventarios estadísticos y mantener un archivo centralizado de todos los formularios, boletas, cuestionarios, instrucciones, y más instrumentos de registro, que utilice el Sistema Nacional, para la obtención de sus estadísticas;
- f) Canalizar la actualización y la preparación, a través del Instituto Geográfico Militar, de la cartografía necesaria para la ejecución de las ocho investigaciones que realicen las dependencias que conforman el Sistema Estadístico Nacional.*CIONAL20072*
- g) (Reformado por Art. 2 del D.S. 2693, R.O. 639, 31-VII-78) realizar los censos de población y vivienda, agropecuarios, económicos y otros, y publicar y distribuir sus resultados, `previo conocimiento de la Secretaría General del Consejo de Seguridad Nacional y del Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas;
- h) Coordinar el funcionamiento de las comisiones especiales;

El Instituto Nacional de Estadística y Censos es un organismo gubernamental por lo cual debe su creación a una serie de Decretos, Leyes y Registros Oficiales pero los más relevantes son los siguientes:

Que mediante Decreto Nro. 760 de 9 de agosto de 1944, promulgado en el Registro Oficial Nro. 44 del 17 de agosto del mismo año, se expidió la Ley de Estadística Nacional y se creó, adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas, la Dirección General de Estadísticas y Censos;

Que el Decreto Supremo Nro. 595, de 13 de Octubre de 1970, publicado el Registro Oficial Nro. 81, de 16 de los mismos mes y año, dispone que las funciones de estadísticas y censos sean ejercidas por el Instituto Nacional de

Estadística, que se regirá por la Ley de la materia y funcionará adscritas a la Junta Nacional de Planificación y Coordinación Económica;

Que mediante Decreto Supremo Nro. 404, de 12 de Abril de 1973, publicado en el Registro Oficial Nro. 293, de 25 de los mismos mes y año, se creó la Oficina de Censos Nacionales, también adscrita a la Junta Nacional de Planificación y Coordinación, con la finalidad específica de levantar el III Censo de Población, II de Vivienda y II Censo Agropecuario en el país.

REGLAMENTO INTERNO

Art. 61 COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS.- Constituye un proceso gobernador de valor, cuya misión es propender y mantener una cultura estadística en la población ecuatoriana mediante la difusión de la información estadística a través de los medios de comunicación, contribuyendo a la utilización de los productos que ofrece el INEC, para la toma de decisiones en el quehacer nacional, sectorial y territorial; además de la detención y satisfacción de requerimientos de los clientes.

61.1 Plan Operativo de Comunicación Social (Anual).- Sistematizar las actividades que el proceso de Comunicación Social va a realizar durante un año, a fin de contar con un instrumento que determine las responsabilidades y el tiempo de ejecución de los productos que brindarán al INEC.

2.4.- CATEGORIAS FUNDAMENTALES

Con el propósito de fundamentar científicamente la investigación se reunió aportes de los diferentes autores y enfoques.

2.4.1. INFORMACIÓN ESTADÍSTICA (VARIABLE INDEPENDIENTE)

Las nuevas dinámicas económicas, sociales y demográficas que rigen el accionar de los países, muestran cada vez con más fuerza la necesidad de contar con políticas de información estadística claras y útiles. En este sentido la información estadística se interpreta como una guía general, que orienta y delimita la producción y uso de información estadística, así mismo, se fundamenta en los criterios de bien público, función pública de los servicios estadísticos y derecho de los ciudadanos a tener acceso a la información.

La información estadística es útil, puesto que permite que los resultados de las operaciones estadísticas de diferentes temas lleguen a un mayor número posible de usuarios, básicamente debe tener en cuenta las categorías de los usuarios, formas y medios de difusión, características de las publicaciones y régimen de precios. Para que las estadísticas oficiales cumplan su objetivo de informar al público, deben gozar de la confianza de sus usuarios. A su vez, la confianza en las estadísticas se convierte en última instancia en una cuestión de confianza y objetividad y el profesionalismo del organismo que las elabora. Un elemento fundamental para generar esta confianza es la transparencia de las prácticas y los procedimientos. Para que más población tenga acceso a servicios, en un entorno de cooperación de alcance local, regional, nacional e internacional, es necesario que se desarrollen diversas tecnologías de información y comunicaciones, que permitan solo la innovación y modernización de infraestructura, sino también la homologación y armonización de las normas de cada región.

El libre acceso a la información estadística, significa que los ciudadanos puedan obtener de manera fácil y rápida los datos en bruto y a los datos intermedios, y no solo los datos finales, ya elaborados, con la salvedad de no violar la intimidad de las fuentes, es decir la existencia de un derecho de acceso no supone hacerlo de manera automática, ilimitada e incondicional.

La información estadística debe difundirse y caracterizarse por ser breve, claro, importante y de interés, ya sea que éste se haga a través de medios impresos o en línea, tienen la responsabilidad de definir los formatos de presentación e

interpretación de los resultados. Las oficinas de prensa y comunicaciones de los servicios estadísticos nacionales cumplen un papel importante puesto que son el enlace entre las oficinas técnicas que generan los datos y el análisis y los medios.

ADMINISTRACIÓN

Podemos analizar a la administración como disciplina y como proceso. Como disciplina es un cuerpo acumulado de conocimientos que incluye principios, teorías, conceptos, etc. La administración como proceso comprende funciones y actividades que los administradores deben llevar a cabo para lograr los objetivos de la organización. En este sentido, podríamos decir que:

La administración es conducción racional de actividades, esfuerzos y recursos de una organización, resultándole algo imprescindible para su supervivencia y crecimiento.

La Teoría General de la Administración (TGA) es el campo del conocimiento que se ocupa de la administración de las organizaciones.

Ciencia es comprensión, explicación y análisis dinámico de la realidad (investiga y explica).

La técnica opera los objetos según procedimientos y reglas que normalizan la operación y los transforman. Transforma la realidad (opera la realidad). La técnica completa a la ciencia.

Sin la técnica las explicaciones de la ciencia quedan a escala teórica, no pueden ser instrumentadas ni puede operarse sobre los objetos de la misma. La técnica es el vehículo natural de instrumentación de los descubrimientos de la ciencia.

La técnica realimenta a la ciencia al determinar la necesidad de mayor investigación y profundización de ciertas áreas.

El arte se realiza en forma individual, subjetiva y vivencial. Es el desarrollo que el objeto puede motivar en el ser humano. Al respecto, Hermida, Serra y Kastika sostienen en "Administración y estrategia, Teoría y práctica" (Ediciones Macchi,

1993), que " resulta imposible considerar a la administración como un arte, dado que en ella no caben las vivencias ni las interpretaciones subjetivas de la realidad".

La administración podría ser concebida como una ciencia que estudia a las empresas y las organizaciones con fines descriptivos, para comprender su funcionamiento, evolución, crecimiento y conducta. Esta actividad se desarrolla en las universidades.

Si la técnica actuara sin el conocimiento de lo que está sucediendo, se estaría ante un ensayo empírico, actuando en forma no científica.

DEFINICIÓN DE ADMINISTRACIÓN

Dentro de los principales pioneros de la administración, encontramos a los siguientes, los cuales definen a la administración como:

1.- Henry Sisk Mario

Es la coordinación de todos los recursos a través del proceso de planeación, dirección y control, a fin de lograr los objetivos establecidos.

2.- José A. Fernández Arena

Es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo coordinado.

3.- George R. Terry

Consiste en lograr un objetivo predeterminado mediante el esfuerzo ajeno.

La administración es ciencia y técnica.

La administración es una disciplina que tiene por finalidad dar una explicación acerca del comportamiento de las organizaciones, además de referirse al proceso de conducción de las mismas.

La administración es una ciencia fáctica, que tiene un objeto real (las organizaciones).

La técnica de la administración implica aceptar la existencia de unos medios específicos utilizables en la búsqueda del funcionamiento eficaz y eficiente de las organizaciones. Incluye principios, normas y procedimientos para la conducción racional de las organizaciones.

La administración no solo busca explicar el comportamiento de las organizaciones, sino que comprende un conjunto de reglas, normas y procedimientos para operar y transformar esa realidad que son las organizaciones.

La administración ha sido una necesidad natural, obvia y latente de todo tipo de organización humana. Desde siempre, cada tipo de organización ha requerido de control de actividades (contables, financieras o de marketing) y de toma de decisiones acertadas para alcanzar sus objetivos - cualquiera que sean estos- de manera eficiente, es por esto que han creado estrategias y métodos que lo permitan.

RELACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN CON OTRAS MATERIAS

La administración al ser interdisciplinarias, se fundamenta y relaciona con diversas ciencias y técnicas. Como es lógico todas las disciplinas necesitan unas de otras para poder desarrollarse, es por eso que la administración no deja de ser parte de ello.

La administración necesita de las siguientes materias para poder desenvolverse como tal y en pleno.

a) Ciencias Sociales:

- **Sociología:** ciencia que trata de la constitución y de las sociedades humanas.
- **Psicología:** ciencia que trata del alma, de los fenómenos de la conciencia. Carácter, modo de ser.

- **Derecho:** estudio del conjunto de leyes y disposiciones a las cuales está sometida toda sociedad civil.
- **Economía:** ciencia que se encarga del estudio de los mecanismos que regulan la producción, repartición y consumo de las riquezas.
- **Antropología:** ciencia que trata del estudio del hombre.

b) Ciencias Exactas:

- **Matemáticas:** ciencia que se encarga del estudio de los sistemas abstractos (números, figuras geométricas, etc.)

c) Disciplinas Técnicas

- **Ingeniería industrial:** aplicación de los conocimientos científicos a la investigación, perfeccionamiento y utilización de la técnica industrial en todas sus ramas.
- **Contabilidad:** ciencia de llevar las cuentas.
- **Ergonomía:** conocida también como ingeniería humana, diseño de los instrumentos, equipo e instalaciones de trabajo, conforme a las características anatómicas humanas incluyendo los aspectos psicológicos.
- **Cibernética:** ciencia que estudia los mecanismos automáticos de las máquinas.

El procedimiento administrativo se configura como una garantía que tiene el ciudadano de que la administración no va a actuar de un modo arbitrario y discrecional, sino siguiendo las pautas del procedimiento técnico, el mismo que por otra parte el administrado puede conocer y que por tanto no va a generar indefensión.

El procedimiento administrativo ha sido definido diciendo: " Que es el conjunto de trámites que debe observar la administración al desarrollar su actividad..." Por lo expuesto, no parece sustancial si el procedimiento se documenta de manera tradicional o si se registra electrónicamente, salvo las particularidades que emanan del soporte utilizado. En ese sentido el instrumento informático trata la información de una forma especial a la que debe adaptarse los permisos y autorizaciones de ingreso, por los funcionarios, incluido el jerarca, y las comunicaciones a terceros.

ORGANIZACIÓN

Grupo social compuesto por personas, tareas y administración, que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno y así poder satisfacer su propósito distintivo que es su misión.

Organización: Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización solo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común.

Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento deben sujetarse a todos sus miembros y así valer el medio que permite a una empresa. La organización es el acto de disponer y coordinar los recursos disponibles (materiales, humanos y financieros). Funciona mediante normas y bases de datos que han sido dispuestas para estos propósitos.

Las **organizaciones** son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

Grupo social compuesto por personas, tareas y administración, que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno y así poder satisfacer su propósito distintivo que es su misión.

Existen varias escuelas filosóficas que han estudiado la organización como sistema social y como estructura de acción, tales como el estructuralismo y el empirismo.

Para desarrollar una teoría de la organización es preciso primero establecer sus leyes o al menos principios teóricos para así continuar elaborando una teoría sobre

ellos. Un camino sería clasificar y mostrar las diferentes formas de organizaciones que han sido más estudiadas, tales como la burocracia como administración o elementos que componen la organización y que igualmente han sido ya muy tratados, tales como el liderazgo formal e informal.

Organización.- Para que podamos entender este concepto, debemos saber que el ser humano siempre ha tenido la necesidad de encontrar el éxito en cualquiera de sus actividades. Muchas veces no podemos lograr ese objetivo debido a nuestras propias limitaciones. Es por ello que se recurre a la colaboración o ayuda de otras personas, formando así una organización. Ésta puede estar conformada por dos o más personas que necesariamente se comunicarán y velarán en conjunto por alcanzar su propósito. La ciencia que estudia la manera de administrar una organización se denomina la Administración de Empresas.

Una organización hace posible que muchas personas funcionen como una unidad; para asegurar que cada una de ellas cumpla a cabalidad con su papel dentro de esta estructura, la organización debe estar muy bien diseñada, estableciendo un orden y normas que todos los participantes deben conocer bien. Además, es necesario que esas normas y los recursos de la empresa (humanos, técnicos, materiales y financieros) estén orientados a alcanzar los fines que se propone. Estos fines o metas deben, necesariamente, existir en una entidad o el concepto de organización no tendría razón de ser, ya sea para generar bienes o no. En el caso de una empresa, el fin es, de hecho, generar bienes o servicios.

El conjunto de todos estos elementos que usa una organización como medio para alcanzar sus objetivos, se llama estructura de organización. Su existencia es indispensable para que la organización sea más productiva y económica. En ésta se establecen la disposición y correlación de las actividades, jerarquía y funciones requeridas para alcanzar los objetivos.

Otro elemento de la organización es la sistematización, que establece la coordinación de las actividades y los recursos de la empresa; la idea es facilitar el trabajo y la eficiencia. La agrupación y asignación de actividades y responsabilidades es un tercer elemento que promueve la especialización

jerárquica, debido a la necesidad de establecer autoridad y responsabilidades en la empresa. Con el objeto de realizar el trabajo del modo más eficaz, la organización establece los métodos más sencillos. Así surge un cuarto elemento llamado simplificación de funciones.

La organización se divide en unidades administrativas llamadas departamentos; cada uno tiene funciones y responsabilidades diferentes. Son dirigidos por una autoridad llamada gerente, el cual está encargado de actividades específicas dentro de la empresa. Estas unidades necesariamente deben relacionarse entre sí para obtener la eficiencia que se busca.

Algunas ventajas de una buena organización son: lograr un contexto en el que el personal trabaje en conjunto en lugar de hacerlo en contra; facilitar el logro de los propósitos de la empresa; proporcionar comunicaciones efectivas y eficientes; reducir la duplicidad del esfuerzo al mínimo; dar a conocer a los empleados las redes o rutas de mando; proporcionar métodos para realizar actividades con un mínimo de esfuerzo; incrementar la productividad y reducir los costos al evitar la lentitud o ineficiencia en las actividades.

PROCESO DE DIFUSIÓN

La **difusión** es un proceso de comunicación y aceptación del producto por el mercado a lo largo del tiempo. Supone dar a conocer la existencia, características y ventajas de los productos. Puede llevarse a cabo de forma verbal y personal, por medio de los vendedores de la empresa o de los propios usuarios del producto.

La **adopción** es un proceso de decisión que supone la aceptación del nuevo producto, bien en primera compra o en compra de repetición. Si el producto es de compra frecuente, el proceso de adopción se completará cuando se utilice el producto de forma regular, una vez efectuada la primera compra o prueba del producto. Si, por el contrario, el producto es de compra esporádica y el período de tiempo que puede transcurrir entre la primera compra y la recompra es muy largo,

el proceso de adopción se considera concluido una vez efectuada la primera compra.

Los consumidores que adoptan el producto por propia iniciativa y que han tenido conocimiento de la existencia del producto por la publicidad u otras informaciones aparecidas en los medios de comunicación o de forma directa por los vendedores de la empresa se denominan **innovadores**. En cambio, los que compran el producto como consecuencia del ejemplo dado y de las experiencias transmitidas por anteriores adoptadores del producto se denomina imitadores.

Una innovación puede tener un proceso de difusión de duración muy distinta según el cambio de hábitos que impliquen la adopción del producto y el esfuerzo de aprendizaje y adaptación que requiera su uso. Si el producto nuevo es una mejora de otro anterior, el proceso de adopción puede ser muy rápido, porque no requiere un cambio sustancial en los hábitos sociales ni un esfuerzo de adaptación. Por el contrario, si el producto es realmente una novedad para el mercado y su utilización implica un cambio de costumbres del consumidor, el proceso de difusión será mucho más largo. Hay 5 características del producto que pueden modificar la tasa de velocidad a la que se desarrolla el proceso de adopción:

1. Ventaja relativa: cuanto mayor sea, más rápidamente se adoptará.
2. Compatibilidad: un producto es compatible en la medida que se adapta a los valores culturales y hábitos del mercado. Cuanto más se enfrente a ellos, menores serán sus posibilidades de éxito.
3. Complejidad: dificultad de comprender o usar el producto. Si el producto es complejo, el proceso de difusión precisará de más tiempo.
4. Divisibilidad: si el producto es divisible y puede usarse en cantidades o dosis distintas, se facilita la promoción del mismo, al poderse suministrar muestras gratuitas para prueba del producto.

5. Posibilidad de comunicación: en la medida que los resultados del producto puedan ser observados de modo evidente o descritos fácilmente, su adopción será más rápida.

2.4.2. ACEPTACIÓN DE LOS CLIENTES (VARIABLE DEPENDIENTE)

El cliente por definición compra la satisfacción de un deseo, lo que los clientes de una organización consideran valioso es tan complicado que, en general, sólo puede ser respondido por ellos mismos. El valor se puede definir como calidad o precio, pero usted debe tener en mente que el cliente nunca compra un producto.

El profesor Philip Kotler, de la Northeastern University, nos recuerda que muchas organizaciones tienen muy claras las necesidades que les gustaría satisfacer, pero no comprenden esas necesidades desde la perspectiva de sus clientes. Hacen suposiciones basándose en su propia interpretación de las necesidades de los clientes. Pero éstos, casi sin excepción, se comportan de acuerdo con sus propias realidades y sus propias situaciones. Se debe detectar las necesidades de los clientes con la mayor precisión posible y luego determine con que grado de acierto usted satisface esas necesidades.

Para tener éxito debemos considerar las necesidades de los diferentes tipos de personas comprendidas en la organización a la que usted presta servicios. Sólo cuando sabe qué valora cada grupo se puede establecer objetivos sobre la base de sus respectivas necesidades. Así que debe inventar modos de reunir información sobre satisfacción del cliente.

COMUNICACIÓN

El estudio de la comunicación está en estrecha relación con otras ciencias, de las cuales toma parte de sus contenidos o los integra entre sí. Son muchas las discusiones abiertas en el campo académico sobre lo que en realidad constituye la

comunicación y de allí que existan numerosas definiciones al respecto, muchas de las cuales se circunscriben a determinados campos o intereses de la ciencia. Pero en su definición más estricta, comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro. De hecho, muchos estudiosos de la comunicación toman esta conclusión como una definición de trabajo junto a la sentencia de Lasswell "quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto", como maneras de circunscribir la teoría de la comunicación.

Otros estudiosos sugieren que un proceso ritual de comunicación existe, uno que no puede ser divorciado de un contexto social y una historia particular. La comunicación se fundamenta esencialmente en el comportamiento humano y en las estructuras de la sociedad, lo que hace que los estudiosos encuentren difícil un estudio de la misma con la exclusión de lo social y los eventos del comportamiento. Dado que la teoría de la comunicación es un campo relativamente joven, este es integrado en muchas ocasiones a otras disciplinas tales como la filosofía, la psicología y la sociología y es posible que no se encuentre un consenso conceptual sobre la comunicación vista desde los diferentes campos del saber. En la actualidad, no existe un paradigma del cual los estudiosos de la comunicación puedan trabajar. Una de las contestaciones de los estudiosos al respecto es que establecer una meta teoría sobre la comunicación negaría la investigación y sofocaría el amplio cuerpo del conocimiento en el cual la comunicación funciona.

Comunicación humana comunicación es un proceso de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa poner en común e implica compartir. La comunicación es un fenómeno asociado a especies biológicas grupales. La comunicación animal se basa en códigos y lenguaje no verbal y carece de estructura gramatical propiamente dicha. A pesar de que existen formas de comunicación sonora, gestual, olfativa y química en muchas especies, la comunicación humana es la única que tiene una estructura gramatical, siendo esa característica distintiva de la comunicación humana.

La persona humana, al igual que los individuos de otras especies gregarias, no se realiza en el aislamiento. Desde que nacemos vivimos vinculados a un grupo y en él desarrollamos nuestras capacidades. La comunicación constituye una dimensión clave de la existencia humana. Casi podríamos decir que la totalidad de nuestras actividades o son comunicación directa o se asientan sobre algún hecho de comunicación. Ahora bien, al hablar aquí de comunicación, no la entendemos como un simple fenómeno exterior de intercambio o relación, sino como una capacidad y una actitud básica en el ser del hombre. Además de la comunicación verbal y no verbal, el hombre también se distingue por la capacidad de comunicarse con el mismo a través del pensamiento; a esto se le llama **comunicación intrapersonal**.

Todos los días los seres vivos se comunican de diferentes maneras, pero sólo los seres humanos podemos hacerlo racionalmente; llevando a cabo infinidad de actividades, tales como: conversar, reír, llorar, leer, callar, ver televisión entre otras; por ello se dice que la comunicación humana es un proceso:

- Dinámico: porque está en continuo movimiento y no se limita a una relación Emisor--->Receptor estático, pues los roles se intercambian.
- Inevitable: Pues es imposible no comunicar, incluso el silencio comunica.
- Irreversible: porque una vez realizada, no puede regresar, borrarse o ignorarse.
- Bidireccional: porque existe una respuesta en ambas direcciones.

- Verbal y no verbal: porque implica la utilización de ambos lenguajes -en algunos casos.

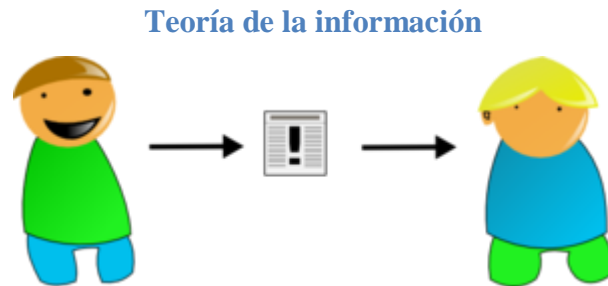


Figura 1.- TEORÍA DE LA INFORMACIÓN

Fuente: INTERNET

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Un modelo simple de comunicación con un emisor que transmite un mensaje a un receptor.

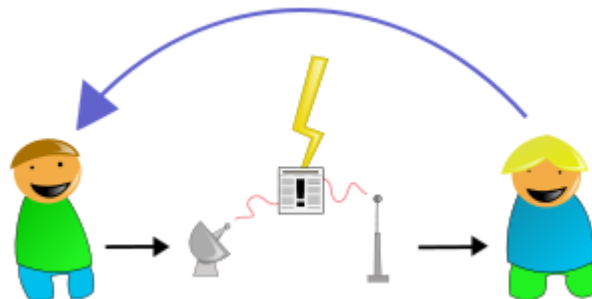


Figura 2.- MODELO SIMPLE DE COMUNICACIÓN

Fuente: INTERNET

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Esta gráfica pertenece al modelo de comunicación desarrollado por Claude Elwood Shannon y Warren Weaver en 1949 y representa la fuente de la información, el codificador que envía el mensaje a través del medio de comunicación o canal de comunicación, el cual podría ser interrumpido o distorsionado por el *ruido* (representado en el rayo que cae) y que llega a un decodificador y de este al receptor el cual podría emitir a su vez una respuesta.

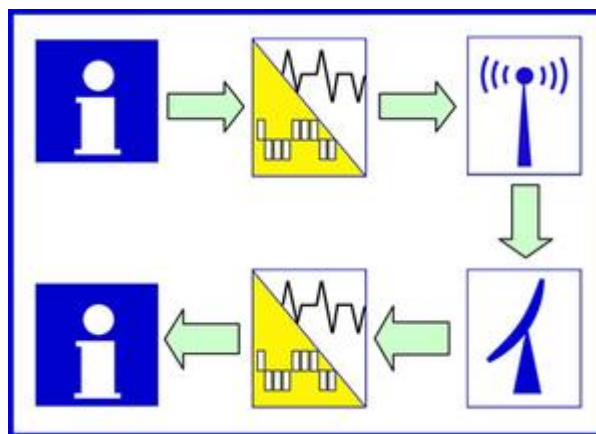


Figura 3: EMISOR Y RECEPTOR
Fuente: INTERNET
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Otro esquema simple del proceso de comunicación o transmisión de la información.

En muchos casos la teoría de la comunicación suele confundirse con la teoría de la información, la cual corresponde a la teoría matemática de Claude E. Shannon que estudia la información (canales, comprensión de datos, criptografía y todo lo que se le relaciona) como magnitud física. Esta emplea una unidad de medida de la información a la que denomina el "BIT", es decir, la menor unidad que puede aprenderse. Esta unidad de medida de la información se sustenta en la alternativa **sí** o **no** en cada determinación que pueda dar elementos para el conocimiento de los objetos. Así, por ejemplo, la sexualidad de un sujeto puede darse por un BIT, simplemente, *macho* o *hembra*. Para fijar la posición de una pieza de ajedrez sobre un tablero de 64 casillas se necesitará al menos 6 BITS o 6 preguntas binarias.

Si bien la teoría de la información es útil a la teoría de la comunicación como apartante matemático y a la comprensión lógica de los procesos, dicha teoría no corresponde en concreto a la preocupación de la teoría de la comunicación, la cual analiza la vinculación de los procesos comunicativos individuales a la problemática social, así como la relación universal existente en torno a la comunicación mediática y el poder político y se apoya en el uso de la semiología,

que es el estudio de los signos, en la realidad social y se nutre de la lingüística y otras ciencias.

Puntos de vista de la teoría de la comunicación

Los siguientes son algunos puntos de vista sobre la comunicación y de la teoría de la comunicación:

- **Mecanicista:** Este punto de vista entiende la comunicación como un perfecto transmisor de un mensaje desde un *emisor* hasta un *receptor* tal como se ve en el diagrama anterior.
- **Psicológico:** Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un *perceptor* (llamado así porque considera al *receptor* como sujeto de la comunicación) y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje.
- **Construccionismo social:** Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.
- **Sistemática:** Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los perceptores.

La revisión de una teoría en particular a este nivel dará un contexto sobre el tipo de comunicación tal como es visto dentro de los confines de dicha teoría. Las teorías pueden ser estudiadas y organizadas además de acuerdo a la ontología, la epistemología y la axiología que en general son impuestas por el teórico.

- **Ontología:** Pone la pregunta sobre el *qué*, exactamente, el teorista examina. Se debe considerar la verdadera naturaleza de la realidad. La respuesta, por lo general, cae dentro del campo de uno de los tres fenómenos ontológicos dependiendo de la lente con la cual el teórico mire el problema: realista, nominalista o construccionismo.

- La perspectiva realista mira el mundo de manera objetiva en la creencia de que hay un mundo por fuera de nuestras propias experiencias y cogniciones.
 - La perspectiva nominalista mira al mundo subjetivamente en la idea de que todo aquello al exterior de las cogniciones del sujeto son únicamente nombres y etiquetas.
 - La perspectiva construccionista monta la barrera entre lo objetivo y lo subjetivo declarando que la realidad es aquello que creamos juntos.
- **Epistemología:** Pone la pregunta sobre el *cómo* los teóricos estudian el fenómeno escogido. En los estudios epistemológicos, el conocimiento objetivo es aquel que es el resultado de una mirada sistemática de las relaciones casuales del fenómeno. Este conocimiento es por lo general deducido por medio de métodos científicos. Los estudiosos por lo general piensan que la evidencia empírica recogida de manera objetiva está más cerca de reflejar la verdad en las investigaciones. Teorías de este corte son generalmente creadas para predecir fenómenos. Teorías subjetivas sostienen que el entendimiento está basado en conocimientos localizados, típicamente establecidos a través de la utilización de métodos interpretativos tales como la etnografía y la entrevista. Las teorías subjetivas se desarrollan por lo general para explicar o entender fenómenos del mundo social.

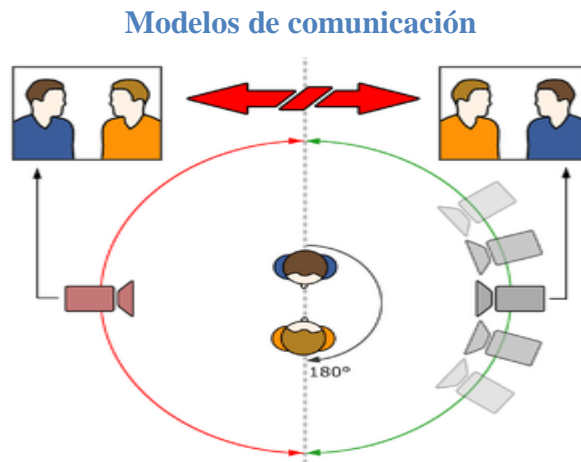


Figura 4.- ACTO DE COMUNICACIÓN
Fuente: INTERNET
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Esquema en un estudio de televisión, 180 grados, nos señala que la realidad es vista por los medios de comunicación desde diferentes puntos de vista, por lo general escogidos por el emisor.

En una aproximación muy básica, según el modelo de Shannon y Weaver, los elementos que deben darse para que se considere el acto de la comunicación son:

- **Emisor:** Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona.
- **Receptor:** Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como Receptor, pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información.
- **Canal:** Es el medio físico por el que se transmite el mensaje, en este caso Internet hace posible que llegue a usted (receptor) el mensaje (artículo de Wikipedia).
- **Código:** Es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.
- **Mensaje:** Es lo que se quiere transmitir.

- **Situación o contexto:** Es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

Elementos de un sistema de comunicación

El objetivo principal de todo sistema es adaptarse a la comunicación es intercambiar información entre dos entidades. Un ejemplo particular de comunicación entre una estación de trabajo y un servidor a través de una red telefónica pública. Otro posible ejemplo consiste en el intercambio de señales de voz entre dos teléfonos a través de la misma red anterior. Los elementos claves de este modelo son:

- **Fuente (Remitente) (“Source”).** Este dispositivo genera los datos a transmitir: por ejemplo teléfonos o computadores personales.

Fuente Transmisor Sist. de Transmisión o canal Receptor Destino Diagrama general a bloques Sistema fuente Sistema destino Teoría de las telecomunicaciones

- **Transmisor.** Transforma y codifica la información, generando señales electromagnéticas susceptibles de ser transmitidas a través de algún sistema de transmisión. Por ejemplo, un módem convierte las cadenas de bits generadas por un computador personal y las transforma en señales analógicas que pueden ser transmitidas a través de la red telefónica.
- **Sistema de transmisión.** Puede ser desde una sencilla línea de transmisión hasta una compleja red que conecte a la fuente con el destino.
- **Receptor.** Acepta la señal proveniente del sistema de transmisión y la transforma de tal manera que pueda ser manejada por el dispositivo destino. Por ejemplo, un modem captara la señal analógica de la red o línea de transmisión y la convertirá en una cadena de bits.

- **Destino (Destinatario) (“Destination”).** Toma los datos del receptor. Aunque el modelo presentado puede parecer sencillo, en realidad implica una gran complejidad. Para hacerse una idea de la magnitud de ella a continuación una breve explicación de algunas de las tareas claves que se deben realizar en un sistema de comunicaciones.
- **Utilización del sistema de transmisión.** Se refiere a la necesidad de hacer un uso eficaz de los recursos utilizados en la transmisión, los cuales típicamente se suelen compartir entre una serie de dispositivos de comunicación.
- **Implemento de la interfaz.** Para que un dispositivo pueda transmitir tendrá que hacerlo a través de la interfaz con el medio de transmisión.
- **Generación de la señal.** Esta se necesitará una vez que la interfaz está establecida, Las características de la señal, tales como, la forma y la intensidad, deben ser tales que permitan: 1) ser propagadas a través del medio de transmisión y 2) ser interpretada en el receptor como datos.
- **Sincronización.** Las señales se deben generar no sólo considerando que deben cumplir los requisitos del sistema de transmisión y del receptor, sino que deben permitir alguna forma de sincronizar el receptor y el emisor. El receptor debe ser capaz de determinar cuándo comienza y cuándo acaba la señal recibida. Igualmente, deberá conocer la duración de cada elemento de señal.
- **Gestión del intercambio.** Esto es que si se necesita intercambiar datos durante un periodo de tiempo, las dos partes (emisor y receptor) deben cooperar. En los dispositivos para el procesamiento de datos, se necesitaran ciertas convenciones además del simple hecho de establecer la conexión. Se deberá establecer si ambos dispositivos pueden Enlace de comunicación Estación de trabajo Modem Medio de Modem transmisión Servidor transmitir simultáneamente o si deben hacerlos por turnos, se deberá decidir la cantidad y el formato de los datos que se transmiten cada

vez, y se debe especificar que hacer en caso de que se den ciertas contingencias.

- **Detección y corrección de errores.** Se necesita en circunstancias donde no se pueden tolerar errores es decir, cuando la señal transmitida se distorsiona de alguna manera antes de alcanzar su destino.
- **Control de flujo.** Se utiliza para evitar que la fuente no sature al destino transmitiendo datos más rápidamente de lo que el receptor pueda procesar o absorber.
- **Direccionamiento y encaminamiento.** Se utiliza cuando cierto recurso se comparte por más de dos dispositivos, el sistema fuente deberá de alguna manera indicar a dicho recurso compartido la identidad del destino. El sistema de transmisión deberá garantizar que ese destino, y sólo éste, reciba los datos.
- **Recuperación.** Se utiliza cuando en una transacción de una base de datos o la transferencia de un fichero, se ve interrumpida por algún fallo, el objetivo será pues, o bien ser capaz de continuar transmitiendo desde donde se produjo la interrupción,

Teoría del proceso comunicativo

Archivo: Elementos proceso comunicación. jpg

Elementos del Proceso de la comunicación

Los elementos o factores de la comunicación humana son: fuente, emisor o codificador, código (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (*feed-back*, mensaje de retorno o mensaje secundario).

- **Fuente:** Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario.
- **Emisor o codificador:** Es el punto (persona, organización) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder enviarlo de manera entendible -siempre que se maneje el mismo código entre el emisor y el receptor- al receptor. No existe un iniciador en el proceso comunicativo, a lo sumo existe una instancia primaria de emisión verbal -que se confunde con el que "habló primero"- pero la comunicación debe ser entendida como un proceso dinámico y circular, sin principio ni fin. Podemos iniciar el acto comunicativo preguntando la hora a alguien, pero inevitablemente la comunicación comenzó mucho antes, al ver a la persona, al acercarse prudentemente a la distancia mínima -Proxémica- de dos personas desconocidas, al mirar a la persona a los ojos o al insinuar que se quiere hablar. Como se puede ver, la comunicación no se limita al habla o a la escritura: es un complejo proceso interminable de interacción mutua.
- **Receptor o decodificador:** Es el punto (persona, organización) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe, lo almacena, e incluso da una respuesta, intercambiando los roles. En este caso, donde un receptor o perceptor se transforma en emisor al producir y codificar un nuevo mensaje para ser enviado al ente emisor -ahora devenido en receptor- es donde se produce el *feed-back* o retroalimentación; y es lo que comúnmente sucede en cualquier comunicación interpersonal.
- **Código:** Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos de un lenguaje que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria y socialmente convenida ya que debe estar codificado de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo. Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder

comunicarse; la gramática de algún idioma; los algoritmos en la informática, todo lo que nos rodea son signos codificados.

- **Mensaje:** Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información debidamente codificada.
- **Canal:** Es por donde se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica. Cuando la comunicación es interpersonal -entre personas y sin ningún medio electrónico de por medio, como una conversación cara a cara (de ahí "interpersonal")- se le denomina Canal. Pero cuando la comunicación se realiza por medio de artefactos o instancias electrónicas o artificiales, se le denomina Medio. Por ejemplo: Una charla de café, Canal; Una llamada telefónica o un mensaje de texto, un Medio. Los medios de comunicación masiva -TV, Radio, Periódicos, Internet, etc.- tienen por canal a un Medio.
- **Referente:** Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.
- **Situación:** Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.
- **Interferencia, barrera o ruido:** Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo, se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio. *También suele llamarse ruido*
- **Retroalimentación o realimentación** (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser

positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces sólo hay información mas no comunicación.

Funciones de la comunicación

- **Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.
- **Afectivo - valorativa:** El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.
- **Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

Hechos sociales como la mentira son una forma de comunicación informativa (aunque puede tener aspectos reguladores y afectivo-valorativos), en la que el emisor trata de influir sobre el estado mental del receptor para sacar ventaja.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

- **Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.
- **Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.
- **Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones.
- **Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

Axiomas de la comunicación

Diversos enfoques de la comunicación humana la conciben como un ritual que los seres humanos llevan a cabo desde que nacen. Los teóricos han determinado cinco axiomas de la comunicación,¹ también conocidos como axiomas de Paul Watzlawick:

1. Es imposible **no comunicarse**.
2. Toda comunicación tiene **contenido** y un **nivel de relación**.
3. La relación depende de la forma en que se establecen las secuencias de comunicación que cada actor de la comunicación establece.

4. Los sujetos de la comunicación utilizan la comunicación **sistemática** como la
5. Toda relación comunicación al es simétrica o complementaria. La imposibilidad está en dependencia de las relaciones sociales.

CULTURA ESTADÍSTICA

Al comunicarnos compartimos o hacemos común una información. La condición humana está asociada indisolublemente a la comunicación como forma de relación entre los hombres. Es necesaria la existencia de tres elementos para que se produzca esta comunicación (fuente, mensaje y destino). Lo más importante en el sistema de comunicación es que la fuente y el destino estén sintonizados, que en la comunicación humana, significa que experiencia acumulada de ambos componentes del sistema tenga la mayor cantidad de elementos comunes.

La experiencia es equivalente al conocimiento del individuo. La cultura, es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y efectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un período determinado. Al emplear el término "cultura estadística" hacemos referencias a dos componentes interrelacionados, la capacidad para interpretar y evaluar críticamente la información estadística y la capacidad para discutir o comunicar sus opiniones. Con el incremento de la cultura estadística permitiremos que en los procesos comunicativos en los que se codifica y decodifican mensajes con información estadística la probabilidad de error de interpretación disminuya grandemente, pues al aumentar el área del campo de experiencias de los participantes en el proceso, se estará facilitando el éxito del proceso en su conjunto.

La Palabra comunicación proviene del latín (communicare) que quiere decir compartir o hacer común. Según su génesis es una capacidad que surge en la evolución de determinadas especies y no resulta un privilegio de la especie humana. Por su contenido en un proceso activo de interrelación entre actores que acuden al recurso de la información. Se considera una categoría polisemántica en

tanto su utilización no es exclusiva de una ciencia social en particular, teniendo connotaciones propias de la ciencia social de que se trate.

La condición humana está asociada indisolublemente a la comunicación como forma de relación entre los hombres. Al explicar su origen F. Engels relaciona el trabajo y la necesidad de comunicación: el desarrollo del trabajo al multiplicar los casos de ayuda mutua y de actividad con junta, para cada individuo, tenía que contribuir forzosamente a agrupar aún más los miembros de la sociedad. En resumen, los hombres llegaron a un punto en que tuvieron necesidad de decirse los unos a los otros (Engels, F.1975, P.273.)

Algunos autores separan el estudio de los fenómenos naturales que concurren en la comunicación, el estudio de los fenómenos culturales que igualmente participan en ella, y otros autores reducen unos fenómenos a otros, explicando (culturalmente) la función biológica de la comunicación o (naturalmente) las funciones sociológicas. Para Martín, M, (2005) es necesario estudiar todos los elementos componentes de un único sistema. El análisis del sistema de comunicación permite comprender las funciones que cumple cada uno de los componentes que lo constituyen. Rodrigo, M, (2005) hace un análisis del modelo Schramm que el autor del presente trabajo considera muy completo. Para Schramm comunicar significaba compartir, establecer una cierta participación en común con alguien. Para que se produzca esta comunicación es condición necesaria la existencia de tres elementos:

1. Una fuente o emisor, esta puede ser una persona o un organismo informativo.
2. Un destino o receptor, que corresponde a una persona o auditorio.
3. U n mensaje, el cual puede utilizar distintas formas, entre otras podemos encontrar la expresiva, la escritura y la imagen.

Cuando una fuente desea compartir un mensaje, debe darle una forma para hacerlo transmisible. Lo que tiene en su cabeza no se puede transmitir hasta que no lo codifique. Para Schramm la comunicación es un proceso encadenado, por lo que la capacidad del sistema dependerá de la capacidad de cada unidad de la cadena,

la capacidad del canal, la capacidad del comunicador, entre otros. Hay que recordar que la fuerza de una cadena es la fuerza de su eslabón más débil.

Según el eminente filósofo quizás lo más importante en el sistema, es el hecho de que la fuente y el destino estén sintonizados, que en lo que respecta a la comunicación humana, significa que la experiencia acumulada de ambos componentes del sistema tenga la mayor cantidad de elementos en común. La fuente codifica y el destino decodifica según las experiencias de cada uno. Es oportuno puntualizar que para Schramm y en el criterio del autor de este artículo el campo de experiencias es equivalente al conocimiento del individuo. Si los círculos de los campos de experiencias es equivalente al conocimiento del individuo.

Si los círculos de los campos de experiencias tienen una gran área en común tal y como se muestra en el holograma entonces la comunicación será muy fácil. En el caso contrario, si la superficie común es muy pequeña se hará difícil comunicar el significado deseado a la otra persona.

Cultura Estadística.- Hace algunos años el congreso colombiano se planteó una reforma con relación a la dependencia que atendía los aspectos culturales. Se le ocurrió a un diputado que se definiera el concepto *cultura* y la confusión no tardó en presentarse seguida de la frustración, por no lograr al menos una definición de trabajo útil para el propósito que los animaba.

Cuenta la leyenda que se les ocurrió entonces suspender la discusión hasta en tanto no tuvieran una idea clara y compartida de lo que significa *cultura*, y en esa dirección acordaron también consultar con su Nobel de literatura Gabriel García Márquez, el cual les obsequió una hermosa definición de cultura: El aprovechamiento social de la inteligencia humana.

La historia antes referida la leí en una revista de cuyo nombre no quiero acordarme, y no descarto que al referirla de memoria se tengan algunas imprecisiones, pero de lo que estoy cierto es de que la referida definición le da sentido a muchas cosas. En particular le da toda la importancia que tiene a la

difusión de la cultura, pues de muy poco o nada sirve que la inteligencia humana a través de la experiencia, la educación y la investigación científica nos ofrezca soluciones a graves problemas, si no podemos implementarlas para el aprovechamiento social por la ausencia de los elementos culturales necesarios para ello.

En el caso de la Ciencia Estadística tenemos un caso por demás singular y de vital importancia. Es la ciencia mayor de más amplia aplicación en la vida empresarial, la esfera política, bio-médica y gubernamental a través de sus diferentes ramas, y prácticamente en todas se mal aplica como consecuencia de la incultura estadística de que hacen gala, por lo común, los grandes tomadores de decisiones en esas instancias de la vida social, condición ésta que se refleja en el hecho de que por lo común no son especialistas en estadística los encargados de las aplicaciones estadísticas.

Es tan grotesca esta falla social, como pensar que en un hospital decidieran atender las necesidades de los pacientes involucrando únicamente al personal de enfermería y paramédicos. Algo podrían hacer, por supuesto, si se excluye a los médicos, y se les agradecería el esfuerzo, pero no podrían hacer exactamente lo que se requiere.

PLANIFICACIÓN

Es una función básica de la administración que tiene como misión determinar: ¿Qué debe hacerse?, ¿Quién debe hacerlo? y ¿Dónde, cuándo y cómo debe hacerse?

Para lograr los mejores resultados, en el tiempo apropiado y de acuerdo con los recursos que se dispone.

Para planificar el administrador debe escudriñar en un futuro caracterizado por la incertidumbre, a fin de obtener un conocimiento o una visión lo más aproximada

posible de lo que sucederá en ese futuro, para luego definir los planes de acción que sean necesarios para alcanzar los resultados que se desean.

La planificación implica un proceso consciente de estudio y selección del mejor curso de acción a seguir, frente a una variedad de alternativas posibles y factibles de acuerdo a los recursos disponibles.

La actividad de planificar abarca un amplio campo de decisiones que incluye: la definición de un objetivo, la materialización de un plan y programa, la fijación de políticas, la determinación de normas y procedimientos, todos necesarios para el desarrollo eficiente de las operaciones de la empresa y del logro de sus objetivos

En consecuencia se puede definir la planificación como la concepción anticipada de una actividad de acuerdo a una evaluación racional entre fines y medios. Se dice también, que la planificación es prever el futuro.

La planificación tiene como objetivo o fin último la eliminación al máximo de los imprevistos, es decir, lograr los objetivos y metas de la empresa con el máximo de ventajas, el mínimo de desventajas, el mínimo de riesgos y optimizando al máximo el uso de los recursos humanos, materiales y financieros con que cuenta la empresa.

La planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector y el afirmativo. El propósito protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una acción administrativa determinada. El propósito afirmativo de la planificación consiste en elevar el nivel de éxito organizacional.

Un propósito adicional de la planificación consiste en coordinar los esfuerzos y los recursos dentro de las organizaciones. Se ha dicho que la planificación es como una locomotora que arrastra el tren de las actividades de la organización, la dirección y el control.

Por otro lado, se puede considerar a la planificación como el tronco fundamental de un árbol imponente, del que crecen las ramas de la organización, la dirección y

el control. Sin embargo, el propósito fundamental es facilitar el logro de los objetivos de la empresa. Implica tomar en cuenta la naturaleza del ámbito futuro en el cual deberán ejecutarse las acciones planificadas.

La planificación es un proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos.

Uno de los resultados más significativos del proceso de planificación es una estrategia para la organización.

Aspectos generales e importancia de la planificación

Planificar significa que los ejecutivos estudian anticipadamente sus objetivos y acciones, y sustentan sus actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica. Los planes establecen los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos.

Aspectos generales e importancia de la planificación

Planificar significa que los ejecutivos estudian anticipadamente sus objetivos y acciones, y sustentan sus actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica. Los planes establecen los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos.

"La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos" (Jiménez, 1982).
"Es el proceso de seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales" (Terry,1987).

En prácticamente todas las anteriores definiciones es posible hallar algunos elementos comunes importantes: el establecimiento de objetivos o metas, y la elección de los medios más convenientes para alcanzarlos (planes y programas).

Implica además un proceso de toma de decisiones, un proceso de previsión (anticipación), visualización (representación del futuro deseado) y de predeterminación (tomar acciones para lograr el concepto de adivinar el futuro). Todo plan tiene tres características: primero, debe referirse al futuro, segundo, debe indicar acciones, tercero, existe un elemento de causalidad personal u organizacional: futurismo, acción y causalidad personal u organizacional son elementos necesarios de todo plan. Se trata de construir un futuro deseado, no de adivinarlo.

Clases de planificación y Características

Existen diversas clasificaciones acerca de la planificación. Según Stoner, los gerentes usan dos tipos básicos de planificación. La planificación estratégica y la planificación operativa. La planificación estratégica está diseñada para satisfacer las metas generales de la organización, mientras la planificación operativa muestra cómo se pueden aplicar los planes estratégicos en el quehacer diario. Los planes estratégicos y los planes operativos están vinculados a la definición de la misión de una organización, la meta general que justifica la existencia de una organización. Los planes estratégicos difieren de los planes operativos en cuanto a su horizonte de tiempo, alcance y grado de detalle.

La planificación estratégica es planificación a largo plazo que enfoca a la organización como un todo. Muy vinculados al concepto de planificación estratégica se encuentran los siguientes conceptos: a) estrategia, b) administración estratégica, c) cómo formular una estrategia.

- **Estrategia:** es un plan amplio, unificado e integrado que relaciona las ventajas estratégicas de una firma con los desafíos del ambiente y se le diseña para alcanzar los objetivos de la organización a largo plazo; es la respuesta de la organización a su entorno en el transcurso del tiempo, además es el resultado final de la planificación estratégica. Asimismo, para que una estrategia sea útil debe ser consistente con los objetivos organizacionales.

- Administración estratégica: es el proceso que se sigue para que una organización realice la planificación estratégica y después actúe de acuerdo con dichos planes. En forma general se piensa que el proceso de administración estratégica consiste en cuatro pasos secuenciales continuos: a) formulación de la estrategia; b) implantación de la estrategia; c) medición de los resultados de la estrategia y d) evaluación de la estrategia.
- Cómo formular una estrategia: es un proceso que consiste en responder cuatro preguntas básicas. Estas preguntas son las siguientes: ¿Cuáles son el propósito y los objetivos de la organización?, ¿A dónde se dirige actualmente la organización?, ¿En qué tipo de ambiente está la organización?, ¿Qué puede hacerse para alcanzar en una forma mejor los objetivos organizacionales en el futuro?

La planificación operativa consiste en formular planes a corto plazo que pongan de relieve las diversas partes de la organización. Se utiliza para describir lo que las diversas partes de la organización deben hacer para que la empresa tenga éxito a corto plazo. Según Wilburg Jiménez Castro la planificación puede clasificarse, según sus propósitos en tres tipos fundamentales no excluyentes, que son: a) Planificación Operativa, b) Planificación Económica y Social, c) Planificación Física o Territorial. Según el período que abarque puede ser: a) de corto plazo, b) de Mediano plazo, c) de largo plazo.

Planificación Operativa o Administrativa: se ha definido como el diseño de un estado futuro deseado para una entidad y de las maneras eficaces de alcanzarlo (R. Ackoff, 1970).

"Planificación Económica y Social: puede definirse como el inventario de recursos y necesidades y la determinación de metas y de programas que han de ordenar esos recursos para atender dichas necesidades, atinentes al desarrollo económico y al mejoramiento social del país.

Planificación Física o Territorial: podría ser definida como la adopción de programas y normas adecuadas, para el desarrollo de los recursos naturales, dentro de los cuales se incluyen los agropecuarios, minerales y la energía eléctrica, etc., y

además para el crecimiento de ciudades y colonizaciones o desarrollo regional rural.

Planificación de corto plazo: el período que cubre es de un año.

Planificación de mediano plazo: el período que cubre es más de un año y menos de cinco.

Planificación de largo plazo: el período que cubre es de más de cinco años" (W. Jiménez C., 1982).

Según Cortés, los planes se pueden clasificar también de acuerdo al área funcional responsable de su cumplimiento: Plan de Producción, Plan de Mantenimiento, Plan de mercadeo, Plan de Finanzas, Plan de Negocios.

Según el alcance, los planes se pueden clasificar como:

1. Intradepartamentales, si se aplican a un departamento. Ejemplo: plan de mantenimiento mecánico.
2. Interdepartamentales, si afectan a más de un departamento, ejemplos: plan de seguridad industrial.
3. Para toda la organización. Ejemplo: Presupuesto.
4. También pueden ser considerados como planes las políticas, los procedimientos, las normas y los métodos de trabajo. Las políticas son líneas generales o directivas amplias que establecen orientación para la toma de decisiones. Ejemplo: promoción interna del personal.

Los procedimientos son reglas que establecen la forma convencional de organizar actividades para cumplir una meta. Ejemplo: cierre de un ejercicio comercial.

Los métodos son formas sistemáticas y estructuradas para realizar actividades en forma eficiente.

Las normas son regulaciones estrechas que definen con detalle los pasos y acciones para realizar actividades repetitivas.

Pasos del proceso de planificación.

El proceso de planeación incluye cinco pasos principales (Cortés, 1998): 1) definición de los objetivos organizacionales; 2) determinar donde se está en relación a los objetivos; 3) desarrollar premisas considerando situaciones futuras; 4) identificar y escoger entre cursos alternativos de acción; 5) puesta en marcha de los planes y evaluar los resultados

Planificación

La planificación se refiere a las acciones llevadas a cabo para realizar planes y proyectos de diferente índole.

El proceso de planeación sigue un conjunto de pasos que se establecen inicialmente, y quienes realizan la planificación hacen uso de las diferentes expresiones y herramientas con que cuenta la planeación. La planificación ejecuta los planes desde su concepción, y si es el caso se encarga de la operación en los diferentes niveles y amplitudes de la planeación.

La planificación de trabajos realiza acciones basándose en la planeación de cada uno de los proyectos. De manera inicial concibe el plan para que posteriormente sea llevado a cabo.

La planificación es la parte que opera la ejecución directa de los planes, que serán realizados y vigilados de acuerdo al planteamiento señalado durante el proceso de planeación.

Los factores involucrados en el proceso de planificación, son encabezados por los directivos que realizan los planes con los cuales operará una organización.

La operación y ejecución de los planes puede realizarla el mismo actor u otro, que deberá conocer y comprender el nivel de planeación aplicado y al cual debe llegarse.

El actor que planifica puede en ocasiones tomar todas las decisiones, e igual no realizar este tipo de acciones. Generalmente es establecida una estructura organizacional dentro de toda institución y en ella se establecen las normas y políticas de la organización, en donde se definen las funciones, roles y alcances de los integrantes.

La planificación se lleva a cabo de manera empírica en muchas situaciones cotidianas, y de manera muy seria y formal en organismos que dependen de una planificación adecuada y sistemática. La planificación se encuentra, tal como la administración, dentro de la mayoría de las actividades de las personas, instituciones y organismos de toda índole.

Por lo anterior cobra una fuerte importancia el poder distinguir los diferentes procesos de la planeación, y comprender que la planificación operará y hará realidad los planteamientos y herramientas que nos da la planeación, permitiendo contar en las sociedades con formas más organizadas.

SUPERORDINACIÓN DE VARIABLES

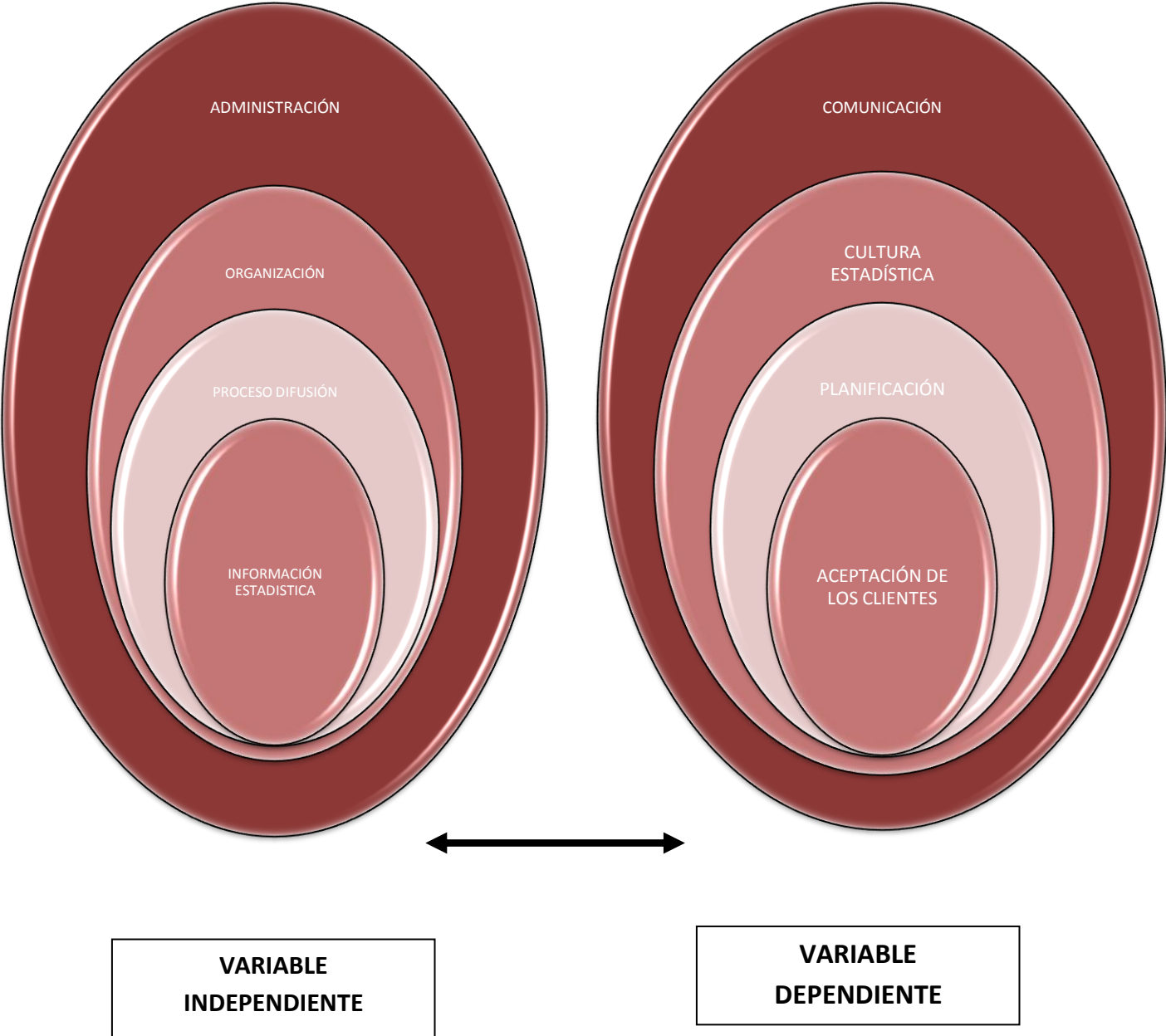


Gráfico 1.- SUPERORDINACIÓN DE VARIABLES
Fuente: TUTORIA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA (ARNALDO MEDINA)
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

2.5.- HIPÒTESIS

La inoportuna información estadística, incide particularmente en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato.

2.6. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Información Estadística

Variable Dependiente: Aceptación de los Clientes

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.-ENFOQUE

La modalidad de la presente investigación se ha realizando con un enfoque cualitativo, porque se sustentará en el paradigma crítico propositivo, acorde con una realidad cambiante, que demanda respuestas integrales, con un compromiso de educar a la población sobre cultura estadística, comprometida con la transformación positiva para nuestra sociedad Ambateña, en el marco de la investigación social cualitativa que trascienda y supere los modelos técnicos tradicionales.

Para la presente investigación también utilizaré el enfoque cuantitativo, por cuanto se realizarán fórmulas matemáticas, para efectuar cálculos y elaborar la tabulación de los datos que luego serán graficados, por cuanto se investigará los siguientes problemas que desencadenan en la falta de difusión de las Publicaciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos. Está investigación se encuentra dentro del campo de las ciencias sociales porque da valor a lo humano y está relacionado a la forma de actuar del ser humano, es decir no se propondrá leyes sino propuestas por ser de corte eminentemente social.

3.2.- MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la estructuración del presente trabajo de investigación se utilizarán las siguientes modalidades:

3.2.1.- INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

Para la presente investigación se analizará la información escrita relacionada a estrategias utilizadas para la difusión de las estadísticas por el desconocimiento por parte de los usuarios estadísticos de la ciudad de Ambato, con el propósito de conocer las contribuciones científicas del pasado y establecer relaciones, diferencias o estado actual del conocimiento, respecto al problema en estudio, se recolectará informaciones secundarias que consten en libros, revistas científicas, manuales, reglamentos, folletos técnicos, Informes técnicos, Tesis de grado y documentos en general, que permitirá establecer diferencias del estado actual, respecto al problema de estudio. Todo lo descrito constituye el primer paso de cualquier investigación científica dentro de las ciencias sociales y humanas objeto de éste problema.

3.2.2.- INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Entre las principales técnicas utilizadas en la investigación de campo, se destaca, la encuesta. Permitiendo de esta manera la interpretación y el análisis imparcial de los mismos con una finalidad preestablecida. El estudio de los hechos se lo realizará en el lugar donde se produjeron, a través de un contacto directo con la realidad, con el registro de la información primaria respecto al problema del desconocimiento de la información estadística por parte de los clientes del INEC de la ciudad de Ambato

3.3.- NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para cumplir con la investigación, me refiero a lo siguiente:

3.3.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Esta investigación ayudará y permitirá el planteamiento del problema, a fin de tener una idea precisa de lo que se desea estudiar, por tanto viene a constituirse en un soporte para el cabal conocimiento del problema y al diseño de la propuesta. Se la utilizará porque permitirá un contacto y familiarización con la realidad a ser estudiada, con los datos y elementos de juicio obtenidos permitirá plantear problemas o formular hipótesis de investigación y planificar éstas con un mayor rigor científico y ajustado a la realidad imperante.

3.3.2.- INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Esta investigación se lo realizará describiendo las características más relevantes del problema en una circunstancia tempero – espacial determinada, en unidades investigadas, este caso: conocimiento de las publicaciones del INEC, instrucción, como le gustaría recibir las publicaciones, en qué período le gustaría recibir, si son confiables o no.

Con estas preguntas en esta investigación nos permitirá identificar el grado de conocimiento de la información estadística por parte de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos.

La investigación descriptiva utiliza la observación, la entrevista, la encuesta como técnicas de recolección primaria, en el problema a investigarse estas técnicas serán de gran utilidad para la comprobación de la hipótesis planteada, ya que la información obtenida se someterá a un proceso de tabulación, análisis e interpretación.

3.3.3.- INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL

Esta permitirá cumplir con el propósito, a fin de determinar la relación entre las variables establecidas, aunque no explica que una sea causa de la otra, es decir que con esta se explora asociaciones, pero no relaciones causales, donde el

cambio en una variable influye directamente en el cambio de la otra. En este problema por ejemplo: La investigación orientada a medir el desconocimiento de la información estadística por parte de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato.

3.3.4.- INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA

Los resultados que se obtendrán en las investigaciones explicativas contribuyen al desarrollo del conocimiento, razón por la cual el rigor científico se constituye en pilar fundamental para su ejecución.

Esta investigación permitirá dar una explicación del porqué del comportamiento de las variables, lo cual implica un esfuerzo por parte del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación en este problema específico, orientar identificar los causales principales del desconocimiento de las estadísticas del INEC, por parte de la población en la ciudad de Ambato.

3.4.-POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1.-Población

La población o Universo está conformada por 126 personas, esta investigación está identificada por unidades de observación, en este caso son las autoridades de Instituciones Públicas y Privadas, estudiantes de Colegios y Universidades de la ciudad de Ambato.

3.4.2.- Muestra

Una vez que se ha determinado la población, se procede a extraer la muestra; el tipo de muestreo que se empleará es el probabilístico simple, debido a que todas las personas que conforman la población tuvieron la misma probabilidad de ser

escogidos, se realizará con un Universo de 126 personas, sin distinción sea pública o privada.

Si bien es verdad que muestras de tamaño mayor producen errores muestrales más bajos, también es verdad que pueden producir errores no muestrales más altos si los recursos destinados a mantener un alto nivel de calidad en las operaciones son insuficientes. Sin embargo, la exactitud de las estimaciones depende tanto del control de errores muestrales como de los no muestrales.

Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{z^2(N)PxQ}{e^2(N-1) + z^2(PxQ)}$$

Ecuación 1.- TAMAÑO DE LA MUESTRA

Fuente: ARCHIVOS UNIVERSITARIOS

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población

e= Error máximo de la muestra (5%)

$$n = \frac{1.96^2(126)(0.50x0.50)}{0.05^2(126-1) + 1.96^2(0.50x0.50)}$$

$$n = 95$$

De 126 personas que conforman la población, se toma una muestra de 95 personas conformada por 42 Autoridades de Instituciones Públicas y Privadas 22 Estudiantes de Colegios y 31 estudiantes Universitarios, de acuerdo al siguiente detalle:

INSTITUCION	CARGO O FUNCION
Gobernación	Secretaria General
Prefectura	Director de Planificación
Municipio de Ambato	Dirección de Planificación
	Dirección de Transporte
	Dirección de Higiene
	Dirección de Avalúos y Catastros
Dirección Provincial de Salud	Directora de Salud
	Jefe de Estadísticas
Hospital Regional Ambato	Director
	Jefe de Estadísticas
Hospital del IESS	Director
	Jefe de Estadísticas
Hospital SOLCA	Director
	Jefe de Estadísticas
Hospital Millenium	Gerente
Clínica Ambato	Gerente
EDUCACION	
Dirección Provincial de Educación	Director
Dirección Provincial de Educación Bilingüe	Director
Universidad Técnica de Ambato	Rector
Universidad INDOAMERICA	Rector
Universidad UNIANDES	Rector
Colegio Bolívar	Rector
Colegio Hispano América	Rector
Colegio Ambato	Rector

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN	
Cámara de Industrias	Presidente
Cámara de Comercio	Presidente
Cámara de la Construcción	Presidente
Cámara de la Pequeña Industria	Presidente
Cámara de Artesanos	Presidente
COLEGIOS PROFESIONALES	
Colegio de Médicos	Presidente
Colegio de Ingenieros Civiles	Presidente
Colegio de Arquitectos	Presidente
OTRAS INSTITUCIONES	
Dirección MIES	Director
Dirección MICIP	Director
Dirección MAGAP	Director
Tribunal Electoral	Presidente
Correos	Director
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
La Hora	Periodista
El Heraldo	Periodista
Radio Amor	Periodista
Radio Colosal	Periodista
Estudiantes de Colegios	
Estudiantes Universitarios	

Tabla 1.- INSTITUCIONES ENCUESTADAS
Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Se determinó que es el tamaño de la muestra apropiada para tener el 95% de confianza y un 5% de error.

3.5.- OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Es el proceso por medio del cual pasa del plano abstracto de la investigación a un plano concreto, transformando la variable a categorías, las categorías a indicadores, los indicadores a ítems para facilitar la recolección de información por medio de un proceso de deducción lógica. Todo esto para probar la hipótesis para la operacionalización de las variables.

3.5.1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

HIPÒTESIS: El fomento de una oportuna información estadística, incide particularmente en la aceptación de los clientes en el Instituto Nacional de Estadística y Censos, en la ciudad de Ambato

Matriz de Operacionalización: VARIABLE INDEPENDIENTE: Información Estadística

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Datos e indicadores estadísticos producidos por una entidad Gubernamental, que sirven para la toma de decisiones de la Planificación Económica y Social del país; y su difusión que sirve para mejorar las condiciones de vida de la población en la medida que permite sustentar mejor el diseño, formulación de las políticas públicas y las decisiones privadas.	Datos	Verídicos, confiables, con un mínimo de error	¿Los datos del INEC son verídicos, confiables y se producen con un mínimo de error?	Encuestas a estudiantes, periodistas, directivos de Instituciones Públicas y Privadas de la ciudad de Ambato.
	Indicadores Estadísticos	Sociodemográficos, Económicos, Poblacionales y Agropecuarios	¿Los indicadores estadísticos del INEC, son los mínimos necesarios para la planificación?	
	Decisiones	Corto Plazo Mediano Plazo Largo Plazo	¿Si mejoramos la entrega oportuna de la información estadística, mejora la toma decisiones en el tiempo?	
	Planificación	Económica y Social	¿Con una planificación versátil, oportuna y de óptima cobertura el INEC beneficiará a los procesos de planificación del desarrollo del país?	
	Difusión	Publicaciones periódicas; escritas, magnéticas y en la Web	¿Si la difusión de las Estadísticas del INEC, llegan oportunamente a los usuarios?	

Tabla 2.- VARIABLE INDEPENDIENTE

Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

3.5.2.- OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

HIPÓTESIS: El fomento de una oportuna información estadística, incide particularmente en la aceptación de los clientes del del Instituto Nacional de Estadística y Censos en la ciudad de Ambato

Matriz de Operacionalización: VARIABLE DEPENDIENTE: Aceptación de los Clientes

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
Persona con educación y cultura estadística de instituciones Públicas y Privadas o público en general que necesita estar informado, recibir información estadística de calidad y oportuna para la toma de decisiones.	Educación	Nivel de Escolaridad	¿Cuál es el nivel de educación que tiene el Cliente?	Encuestas a estudiantes, periodistas, directivos de Instituciones Públicas y Privadas de la ciudad de Ambato.
	Cultura	Conocer las Estadísticas para su utilización	¿Conoce que publicaciones tiene el INEC?	
	Información	Revistas, periódicos, trípticos, libros, Pagina Web	¿Cómo le gustaría recibir la información estadística?	
	Oportuna	Periodicidad	¿Cómo de agradaría recibir la información Semanalmente, Quincenalmente, mensualmente o anualmente?	
	Calidad	Credibilidad de la Información Estadística.	¿Es necesario una Veeduría ciudadana para el control de la calidad de las Estadísticas del INEC?	

Tabla 3.- VARIABLE DEPENDIENTE

Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

3.6.- PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información que se presentará en las encuestas será exclusivamente realizada a las autoridades del Sector Público y Privado y estudiantes quienes son usuarios de la Información Estadística de las Publicaciones del INEC en la ciudad de Ambato.

Este proceso permite analizar la información con el fin de obtener de ella las respuestas a las preguntas que se formularán en los instrumentos y facilitarán la presentación de los resultados.

- a.- Revisión y codificación de la información
- b.- Categorización y tabulación de la información
- c.- Análisis de los datos
- d.- Interpretación de los resultados.

3.7.- PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Luego de aplicados los instrumentos de recolección de datos, es necesario de manera inmediata, proceder a la revisión de la información para detectar errores u omisiones, la codificación consiste en asignar un número a las diferentes alternativas de respuestas de cada pregunta a fin de que se facilite el proceso de tabulación. Es el proceso que se realiza para conocer la frecuencia con la que se repiten los datos en cada categoría de la variable y resumirlos en cuadros estadísticos.

El análisis comprende dos etapas:

1. La selección de los métodos estadísticos más apropiados en función de la hipótesis formulada.
2. La presentación de los datos

Interpretación de los resultados, se realizaron el análisis de los datos y diseñado los cuadros que resumen los resultados, el siguiente paso es interpretarlos, es decir, comprender la magnitud de los datos:

1. Describir los resultados.
2. Analizar la hipótesis en relación con los resultados obtenidos para verificarla o rechazarla.
3. Estudiar cada uno de los resultados por separado y relacionarlos con el marco teórico.
4. Elaborar una síntesis general de los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1- ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con el propósito de conocer si la información estadística es aceptada por los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la Oficina Regional del Centro en la ciudad de Ambato, se aplicó una encuesta a estudiantes universitarios y colegiales; a autoridades públicas y privadas de la ciudad de Ambato, que utilizan la información estadística del INEC.

Para el procesamiento y tabulación de la información obtenida en las Encuestas, se ha utilizado el programa estadístico SPSS, los resultados que a continuación detallan están expresados gráficamente y en cantidad de respuestas proporcionadas por los encuestados, mas, para su interpretación se hace referencia a porcentajes, los que fueron calculados con la base de los datos tabulados obtenidos en las encuestas y que constan en los gráficos respectivos por cada una de los ítems, su representación gráfica y el respectivo análisis e interpretación. La representación gráfica está diseñada en pasteles y barras verticales. El análisis de resultados esta dado en base a la hipótesis planteada y a los objetivos propuestos al inicio de la investigación.

4.2.- INTERPRETACIÓN DE DATOS

PREGUNTA 1

¿USTED PIENSA QUE LOS DATOS DEL INEC SON CONFIABLES Y SE PRODUCEN CON UN MÍNIMO DE ERROR?

SON CONFIABLES	SI	NO	NO SABE	TOTAL
CANTIDAD	43	40	12	95
%	45.3	42.1	12.6	100

Tabla 4.- PREGUNTA 1
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

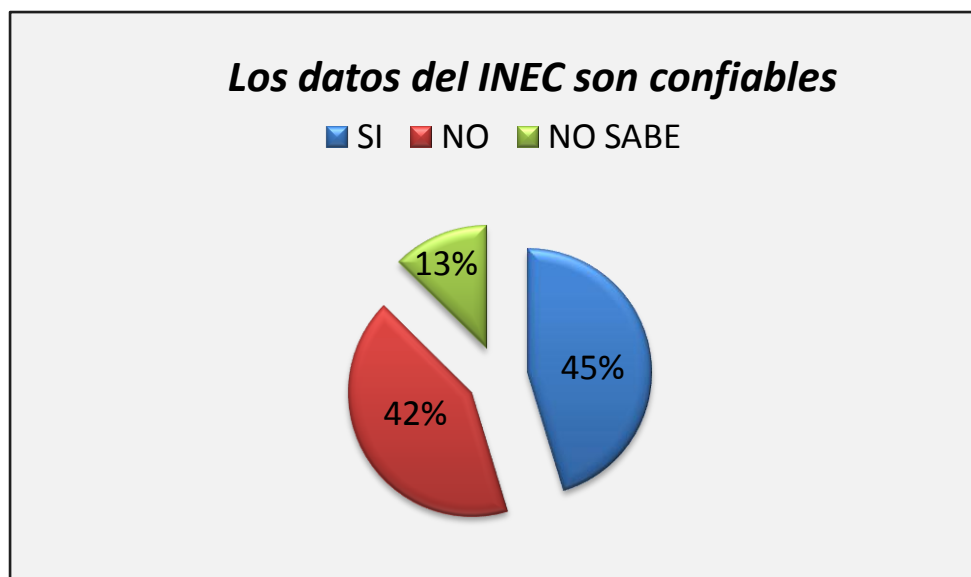


Gráfico 2.- DATOS DEL INEC
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las 95 personas que fueron encuestadas el 45.3% indica que los datos del INEC son confiables y se producen con un mínimo de error, en cambio que el 42.1% indican que los datos del INEC no son confiables, y el 12,6% indicaron que no sabe. Del análisis de los resultados alcanzados se concluye que casi la mitad de los encuestados indican que los datos del INEC si son confiables y si pueden ser utilizados para elaborar los diferentes proyectos para satisfacer las necesidades de la población y con una mínima diferencia de 3.2% manifiestan

que no son confiables, observándose que la respuesta está dividida en casi el 50% de los que indican que los datos son confiables y no confiables; y existe un mínimo porcentaje que indican que no saben si son confiables o no.

PREGUNTA 2

¿LOS INDICADORES ESTADÍSTICOS DEL INEC, SON LOS MÍNIMOS NECESARIOS PARA LA PLANIFICACIÓN?

INDICADORES MINIMOS NECESARIOS	SI	NO	NO SABE	TOTAL
CANTIDAD	46	31	18	95
%	48.4%	32.6%	19%	100.0%

Tabla 5.- PREGUNTA 2
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

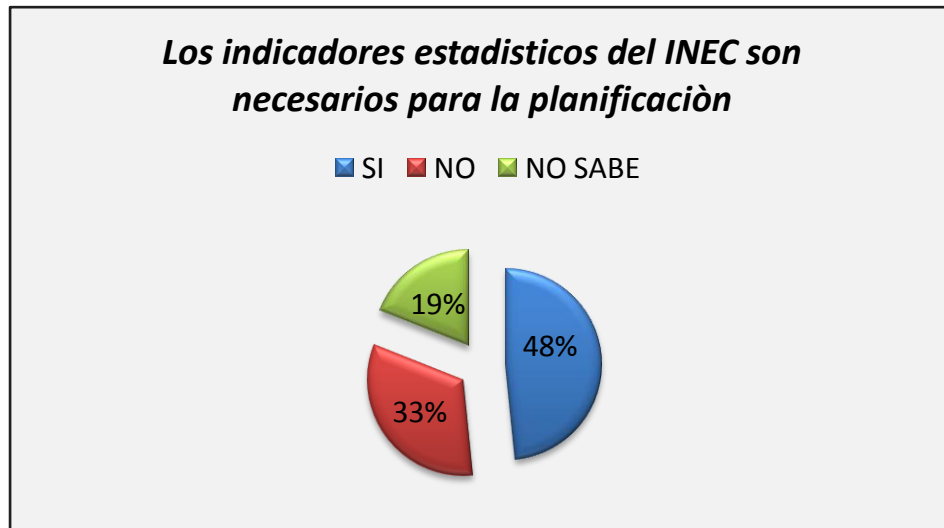


Gráfico 3.- INDICADORES ESTADÍSTICOS DEL INEC
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En relación a los indicadores del INEC son los mínimos necesarios para la planificación, el 48.4% manifestaron que los indicadores estadísticos del INEC son los mínimos necesarios para la planificación, mientras que el 32,6% indicaron que los indicadores del INEC no son necesarios para la planificación, y el 19% indicaron que no saben si estos indicadores son necesarios para la planificación. Del análisis de los resultados alcanzados se concluye que la mayoría de los encuestados manifiestan que los indicadores del INEC, son los mínimos necesarios para la planificación. Un menor grupo de encuestados manifestaron que no son necesarios para la planificación, se observa que muchos no saben si son necesarios o no los datos estadísticos para la planificación, demostrando de esta manera que desconocen de la información estadística que proporciona el INEC.

PREGUNTA 3

¿CON LA ENTREGA OPORTUNA DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA, MEJORA LA TOMA DE DECISIONES EN EL TIEMPO?

MEJORA LA TOMA DE DECISIONES	SI	NO	NO SABE	TOTAL
CANTIDAD	63	30	2	95
%	66.3	31.6	2.1	100

Tabla 6.- PREGUNTA 3

Fuente: ENCUESTA

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

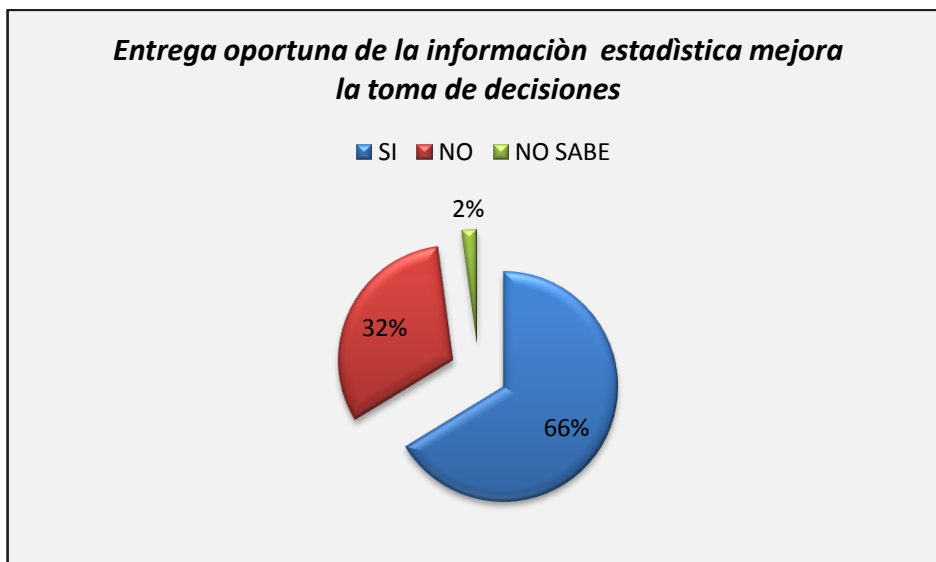


Gráfico 4.- ENTREGA OPORTUNA DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A la formulación de la pregunta sobre la entrega oportuna de la información estadística, mejora la toma de decisiones en el tiempo, el 66.3% de los encuestados manifestaron que con la entrega oportuna de la información estadística mejoraría la toma de decisiones en el tiempo, el 31,6% indicaron que mejoraría poco, y un 2.1% de los encuestados manifestaron que no mejoraría en nada. Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que la información estadística oportuna mejoraría la toma de decisiones en el tiempo, demostrando que la mayoría de los encuestados desearían que la información estadística sea oportuna y de calidad.

PREGUNTA 4

¿CON UNA PLANIFICACIÓN VERSÁTIL Y DE ÓPTIMA COBERTURA DEL INEC, BENEFICIARÁ A LOS PROCESOS DE PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO DEL PAÍS?

BENEFICIARA A LOS PROCESOS DE PLANIFICACION	SI	NO	NO SABE	TOTAL
CANTIDAD	72	22	1	95
%	75.8	23.2	1.1	100

Tabla 7.- PREGUNTA 4
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

GRAFICO 5

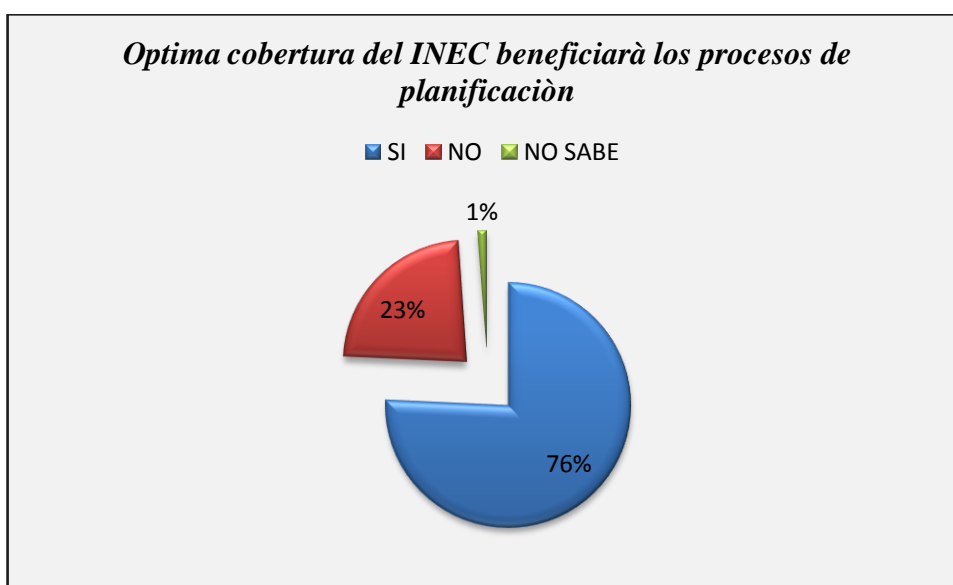


Gráfico 5.- ÓPTIMA COBERTURA DEL INEC
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 75.8% de los encuestados manifestaron que con una planificación versátil y de óptima cobertura del INEC, beneficiará a los procesos de planificación del desarrollo del país bastante, el 23.2% indicaron que beneficiaría poco, y el 1.1% indicaron que no beneficiaría en nada. Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de los encuestados manifestaron que es bastante importante que con una planificación versátil y de óptima cobertura del INEC, beneficiara a los procesos de planificación del desarrollo del país.

PREGUNTA 5

¿LA DIFUSIÓN DE LAS ESTADÍSTICAS DEL INEC, LLEGAN OPORTUNAMENTE A LOS CLIENTES?

LLEGAN OPORTUNAMENTE A LOS CLIENTES	SI	NO	NO SABE	TOTAL
CANTIDAD	15	55	25	95
%	15.8	57.9	26.3	100

Tabla 8.- PREGUNTA 5
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

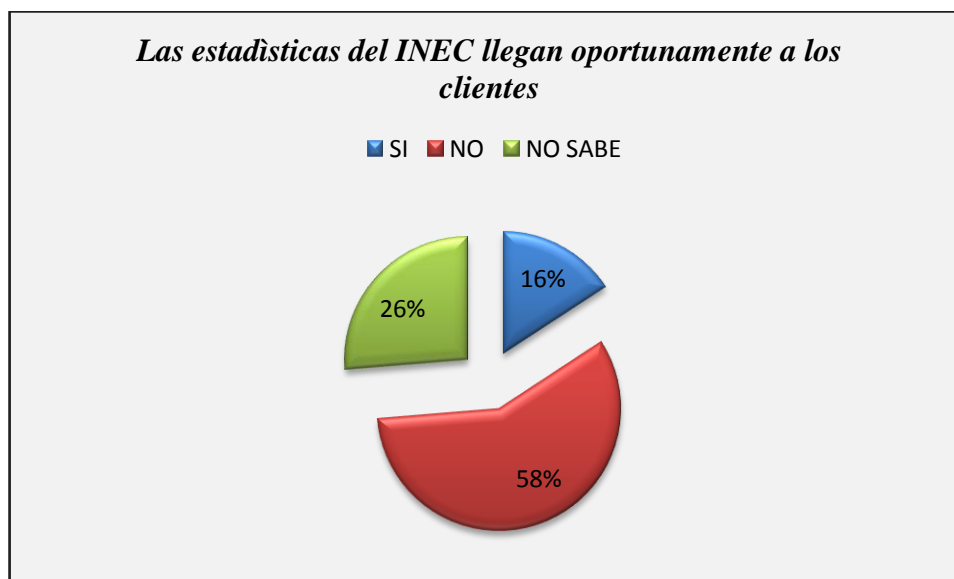


Gráfico 6.- LAS ESTADÍSTICAS DEL INEC
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 57,9% indicaron que la difusión de las Estadísticas del INEC no llegan oportunamente a los clientes, el 26,3% indicaron que no saben si llega la difusión oportunamente a los clientes y un 15.8% indicaron que si llega oportunamente a los Clientes. Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de los encuestados, manifiestan que la difusión de las Estadísticas del INEC no

llega oportunamente a los clientes, o sea que siempre existe retraso en publicación de la información estadística.

PREGUNTA 6

¿CUÁL ES SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN?

NIVEL DE INSTRUCCION	PRIMARIA	SECUNDARIA	UNIVERSITARIA	POSTGRADO	TOTAL
CANTIDAD	1	14	62	18	95
%	1.1	14.7	65.3	18	100

Tabla 9.- PREGUNTA 6
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

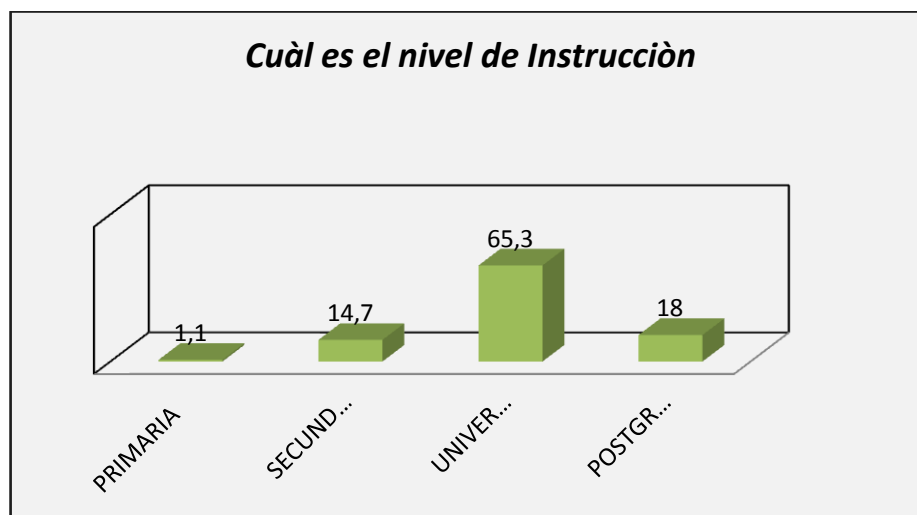


Gráfico 7.- NIVEL DE INSTRUCCIÓN
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 65.3% de los encuestados tienen nivel universitario, el 18% postgrado, el 24.7% nivel secundario y el 1.1% nivel primario. Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de los encuestados tienen nivel

Universitario y Postgrado, esta dado en la mayoría por la Autoridades públicas y privadas de la ciudad de Ambato.

PREGUNTA 7

¿CONOCE QUE PUBLICACIONES TIENE EL INEC?

CONOCE LAS PUBLICACIONES DEL INEC	SI	NO	NO SABE	TOTAL
CANTIDAD	37	43	15	95
%	38.9	45.3	15.8	100

Tabla 10.- PREGUNTA 7
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN



Gráfico 8.- PUBLICATIONES DEL INEC
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De 95 personas encuestadas, manifestaron en un 45.3% que no conocen que publicaciones tiene el INEC, un 38.9% indicaron que si conocen, y el 15.8% indicaron que no sabe. Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que la

mayoría de los encuestados no conocen de las publicaciones que tiene el INEC, y otro porcentaje de personas indican que no saben los mismos que podríamos sumarle a los que no conocen, demostrando que existe un alto porcentaje de los clientes que desconocen sobre la información estadística que tiene el INEC.

PREGUNTA 8

¿CÓMO LE GUSTARÍA RECIBIR LA INFORMACIÓN DEL INEC?

LE GUSTARIA RECIBIR	REVISTAS	TRIPTICOS	LIBROS	INTERNET	OTROS	TOTAL
CANTIDAD	42	11	3	36	3	95
%	44.2	11.6	3.2	37.9	3.2	100

Tabla 11.- PREGUNTA 8

Fuente: ENCUESTA

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

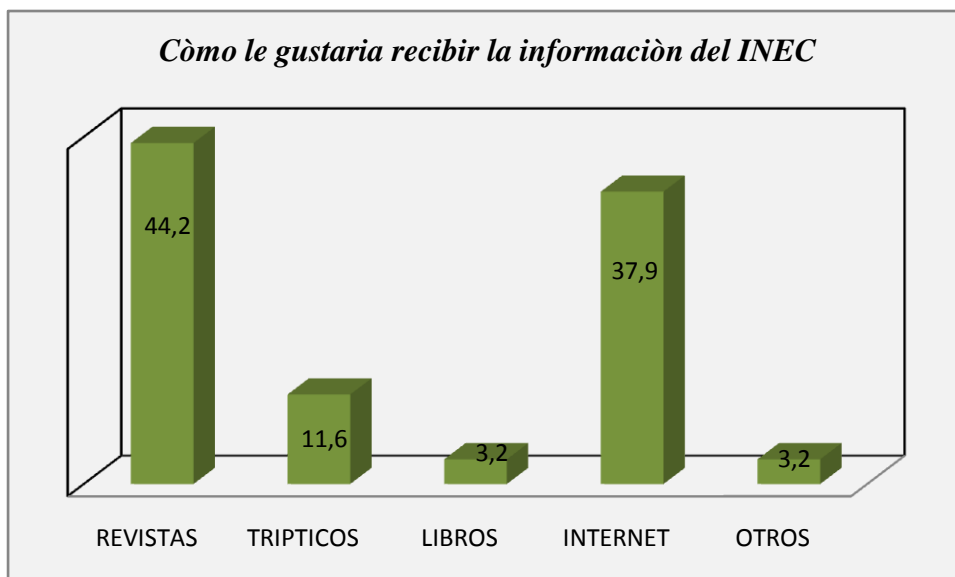


Gráfico 9.- INFORMACIÓN DEL INEC
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 44.2% de los encuestados manifestaron que le gustaría recibir información del INEC por medio de revistas, un 37.9% indicaron que les gustaría recibir información por INTERNET, el 11.6% manifestaron que les gustaría recibir información por medio de trípticos, y un mínimo porcentaje en libros y otros medios. Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de los encuestados desearían recibir información estadística del INEC, por medio de revistas e Internet, y en un mínimo porcentaje por otros medios como son trípticos, libros u otros medios.

PREGUNTA 9

¿CADA QUÉ TIEMPO LE GUSTARÍA RECIBIR?

CADA QUE TIEMPO	SEMANALMENTE	QUINCENALMENTE	TRIMESTRALMENTE	ANUALMENTE	TOTAL
CANTIDAD	14	29	47	5	95
%	14.7	30.5	49.5	5.3	100

Tabla 12.- PREGUNTA 9
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

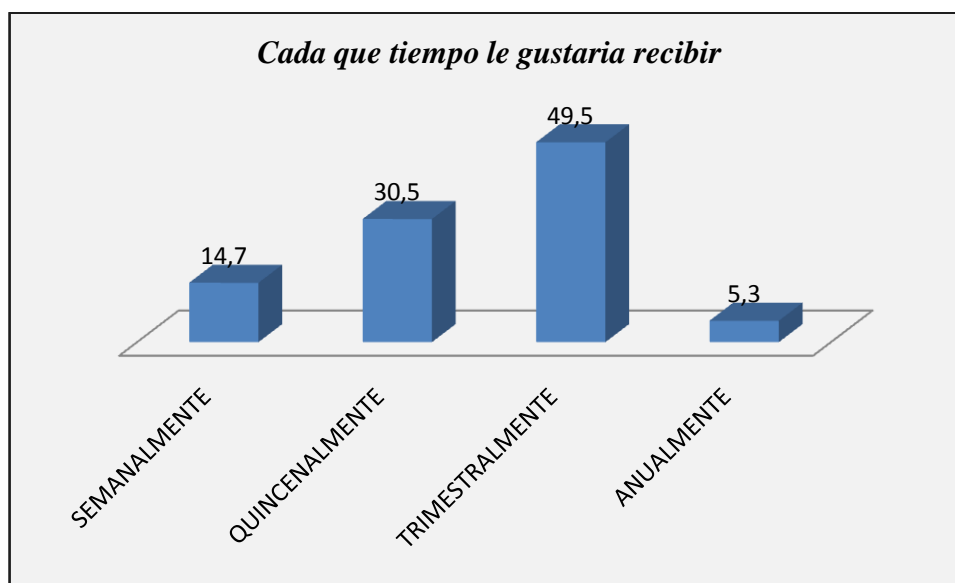


Gráfico 10.- QUE TIEMPO LE GUSTARÍA RECIBIR
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de los encuestados en un 49.5% manifestaron que desearían recibir información del INEC en forma trimestral, mientras que un 30.5% indican que desearían recibir en forma quincenal, un 14.7% semanalmente y un 5.3% desearían recibir información estadística anualmente. Del análisis de los resultados

obtenidos se concluye que la mayoría de los encuestados desearían recibir la información estadística en forma trimestral.

PREGUNTA 10

¿CREE UD. QUE ES NECESARIO UNA VEEDURÍA CIUDADANA PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD DE LAS ESTADÍSTICAS DEL INEC?

CONTROL DE CALIDAD	SI	NO	NO SABE	TOTAL
CANTIDAD	64	22	9	95
%	67.4	23.2	9.5	100

Tabla 13.- PREGUNTA 10
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN



Gráfico 11.- VEEDURÍA PARA EL CONTROL DE CALIDAD
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 67.4% de los encuestados manifestaron que sería necesario una Veeduría ciudadana para el control de la calidad de las Estadísticas del INEC, mientras que un 23.2%, indicaron que no sería necesario y un 9.5% manifestaron que no saben si es necesario o no una Veeduría. Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de los encuestados creen necesario una veeduría ciudadana para el control de la calidad de las Estadísticas del INEC, ratificando esta pregunta con la primera que no confían en los datos estadísticos que proporciona el INEC.

4.3.- VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Una vez establecido el problema e identificado las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la utilización de una herramienta estadística para probar la hipótesis.

La hipótesis a verificarse es la siguiente: "*La inoportuna información estadística, incide particularmente en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato*".

Las variables que intervienen en la hipótesis son: "*Variable Independiente: Información Estadística. Valor Dependiente: Aceptación de los Clientes*".

MÉTODO ESTADÍSTICO

Para comprobar la hipótesis se utilizará el método estadístico de distribución Chi-Cuadrado.

a. Planteamiento de la Hipótesis

El modelo lógico aplicado en el planteamiento de la hipótesis para que sea aprobado por el método estadístico, se establece así:

H_0 = Hipótesis nula.- Afirmación o enunciado tentativo que se realiza acerca del valor de un parámetro poblacional. Por lo general es una afirmación de que el parámetro de la población tiene un valor específico.

H_i = Hipótesis alternativa o de investigación. Afirmación o enunciado que se aceptará si los datos muestrales proporcionan amplia evidencia de que la hipótesis nula es falsa, y se la designa por H_i .

Para el presente estudio:

H_0 = El fomento de una oportuna información estadística, **NO** incide particularmente en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato.

H_i = El fomento de una oportuna información estadística, **SI** incide particularmente en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato.

b. Determinación del Nivel de Significación o de Riesgo

El valor de riesgo que se corre por rechazar algo que es verdadero en este trabajo de investigación es del 5%.

PRUEBA DEL CHI CUADRADO

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Ecuación 2.- PRUEBA DEL CHI-CUADRADO

Fuente: ARCHIVOS UNIVERSITARIOS

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

χ^2 = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Datos Observados

E = Datos Esperados

4.3.1.- NIVEL DE SIGNIFICACION

La presente investigación tendrá un nivel de confianza del 095 (95%), por tanto un nivel de riesgo del 5%, $\alpha = 0,05$

$$\alpha = 0.05$$

4.3.2.- ZONA DE ACEPTACION O RECHAZO

Para calcular la zona de aceptación o rechazo, se necesita calcular los grados de libertad.

Fórmula

$$gl = (c - 1) (h - 1)$$

Ecuación 3.- PRUEBA DE ACEPTACIÓN O RECHAZO
Fuente: ARCHIVOS UNIVERSITARIOS
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Donde:

gl = **Grado de libertad**

c = **Columnas de la tabla**

h = **Hileras de la Tabla**

GRADOS DE LIBERTAD Y NIVEL DE SIGNIFICACION

$$gl = (C - 1) (H - 1) = (3 - 1) (7 - 1) = 12$$

Nivel de Significación:

$$\alpha = 0.05$$

¿Cómo se usa la tabla de la distribución CHI CUADRADA?

Supongamos un riesgo del 5%) o un nivel de confianza del 95%), $\alpha = 0.05$, y grados de libertad = 12.

¿Cuál es el valor de $X^2_{0.95, 12}$? Se busca la intersección en la tabla del CHI CUADRADO y el resultado es **21.096** Este es el valor crítico para rechazar la hipótesis alternativa.

CUADRO DE PREGUNTAS

ASPECTOS	SI	NO	NO SABE	TOTAL
LOS DATOS SON CONFIABLES	43	40	12	95
INDICADORES MINIMOS NECESARIOS	46	31	18	95
ENTREGA OPORTUNA	63	30	2	95
BENEFICIARA LOS PROCESOS DE PLANIFICACION	72	22	1	95
LLEGAN OPORTUNAMENTE A LOS CLIENTES	15	55	25	95
CONOCE QUE PUBLICACIONES TIENE EL INEC	37	43	15	95
ES NECESARIO UNA VEEDURÍA CIUDADANA	64	22	9	95
TOTAL	340	243	82	665

Tabla 14.- CUADRO DE PREGUNTAS
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

CÁLCULO DE X²

OBSERVADOS (O)	ESPERADOS (E)	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
43	48.57	-5.57	31.04	0.64
46	48.57	-2.57	6.61	0.14
63	48.57	14.43	208.18	4.29
72	48.57	23.43	548.90	11.30
15	48.57	-33.57	1127.04	23.20
37	48.57	-11.57	133.90	2.76
64	48.57	15.43	238.04	4.90
40	34.71	5.29	27.94	0.80
31	34.71	-3.71	13.80	0.40
30	34.71	-4.71	22.22	0.64
22	34.71	-12.71	161.65	4.66
55	34.71	20.29	411.51	11.85
43	34.71	8.29	68.65	1.98
22	34.71	-12.71	161.65	4.66
12	11.71	0.29	0.08	0.01
18	11.71	6.29	39.51	3.37
2	11.71	-9.71	94.37	8.06
1	11.71	-10.71	114.80	9.80
25	11.71	13.29	176.51	15.07
15	11.71	3.29	10.80	0.92
9	11.71	-2.71	7.37	0.63
CHI CUADRADO CALCULADO				108.51

Tabla 15.- CÁLCULO DE X²
Fuente: ENCUESTA
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

CHI CUADRADO TABULADO 21,096

CHI CUADRADO CALCULADO 108,51

EL CHI CUADRADO CALCULADO DEBE SER MAYOR QUE EL CHI CUADRADO TABULADO PARA RECHAZAR LA HIPOTESIS NULA.

108,51 > 21,096 SE RECHAZA LA HIPÒTESIS NULA

VALORACION DE LAS ALTERNATIVAS

SI	5
NO	3
NO SABE	1

MEDIANA	3
DESVIACION ESTÁNDAR	2

DECISIÒN FINAL

La mediana nos da como resultado 3 lo cual significa de conformidad a las valoraciones asignadas que del total de encuestados la media Promedio (X) de estos admite que casi siempre la inoportuna información estadística y/o se interesen por la información estadística, el resultado de la desviación estándar es de 2, Desviación (S), este valor expresa el rango en el cual la mayoría de los valores "se desvía" ya sea "hacia arriba" o "hacia abajo" del promedio.

Se comprenderá su significado con un sencillo ejemplo. El promedio (X) de la medición es 3 y su Desviación Estándar (S) es 2. Esto significa que la mayoría de los puntos están ubicados en una franja que va desde 2 a 5, lo cual construye algo así como un "rango de normalidad" para esta medición.

Desde este punto de vista se considerará que todo valor por debajo de 2 es decididamente bajo y expresa un nivel de que si se interesan por la información estadística. A la inversa, valores por encima de 5 serán indudablemente "altos en

exceso". Cuando sólo se considera la desviación (S) en relación con el promedio (X) obtenemos un valor relativo únicamente a la medición individual que estamos analizando.

Límite superior (LS): es el "tope" del rango de una o un conjunto de mediciones, y se construye sumando la desviación (S) al promedio (X), en nuestra investigación este valor es igual a 5.

Límite inferior (LI): igual pero en el otro extremo, equivale a restar del promedio de desviación estándar (X-S), en nuestra investigación sería $(3 - 2 = 1)$

Entre estos dos últimos valores oscila el rango de "normalidad" (estadística) de una medición que se ha realizado.

Con los datos obtenidos de las encuestas se ha procedido al cálculo del χ^2 habiendo determinado el siguiente resultado $\chi^2_t = 21,096 < \chi^2 = 108,51$ con grado de libertad de 12 y 95% de confiabilidad por consiguiente se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto se demuestra el desconocimiento de la información estadística por parte de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos.

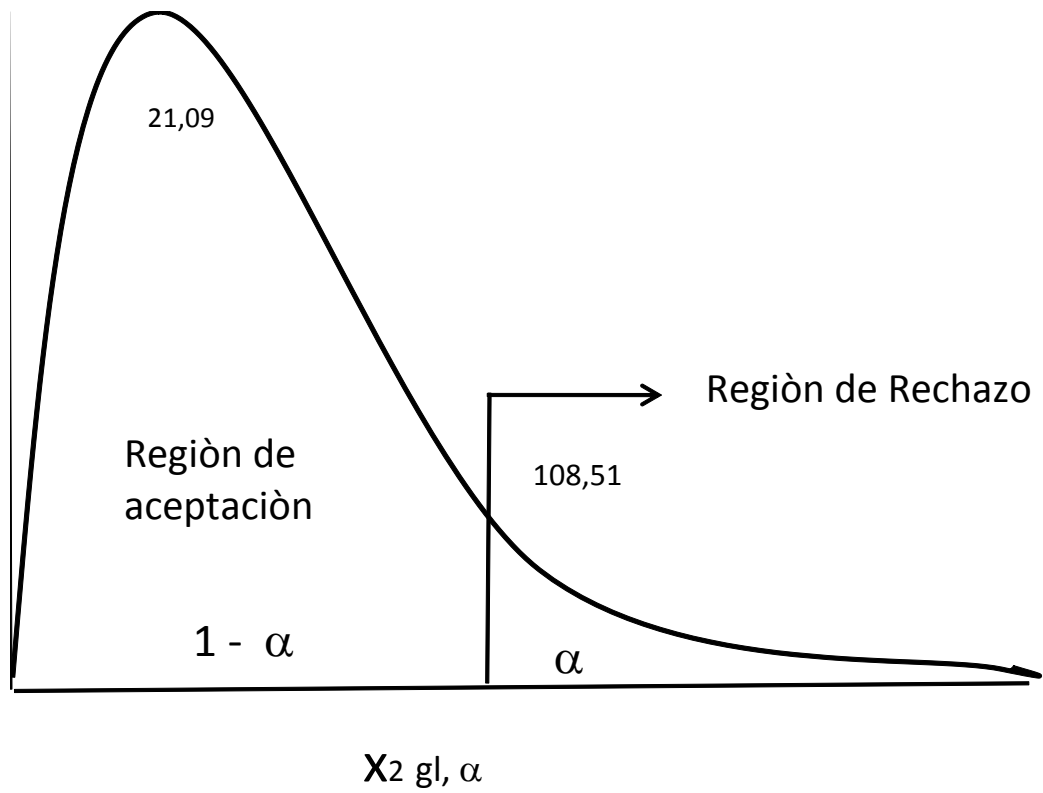


Gráfico 12.- REGIÓN DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO
Fuente: ARCHIVOS UNIVERSITARIOS
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.- CONCLUSIONES

Una vez que se ha procesado toda la información obtenida a través de las encuestas y entrevistas efectuadas a los estudiantes colegiales, universitarios y autoridades de la ciudad de Ambato, se obtuvo las siguientes conclusiones:

1. La mitad de los encuestados manifiestan que los datos del INEC, no son confiables y se producen con un mínimo de error, es decir que existe todavía un desconocimiento por parte de la población sobre la información estadística que produce el INEC, la falta de cultura estadística por parte de los usuarios, hace que ellos afirmen que los indicadores que produce el INEC no son confiables, puede ser porque muchas de las personas piensan que los informantes no dicen la verdad cuando son entrevistados, por lo que se produce un sesgo en la información, manifiestan que es para el cobro de impuestos.
2. Tanto para Instituciones públicas y privadas y público en general necesita de indicadores de la información estadística para la toma de decisiones, para la planificación de proyectos con el fin satisfacer las necesidades de condiciones de vida de la población, en la medida que permite sustentar mejor el diseño y formulación de las políticas públicas y las decisiones privadas.
3. Sin lugar a dudas la disponibilidad de información estadística útil, oportuna y de calidad es esencial para apoyar el desarrollo económico y social de la ciudad de Ambato, fortaleciendo el sistema democrático de la

Provincia, porque ayuda a tener una sociedad mejor informada, propicia la creación de riqueza nacional al posibilitar mejor decisiones económicas; contribuye al desarrollo de la sociedad de la información y del conocimiento; facilita la investigación socio-económica; permite medir el impacto de las políticas en el bienestar de los hogares .

4. Entre las investigaciones que realiza el INEC son los Censos, como los de Población, Agropecuario, Económico etc., información que se obtiene de todo el universo o población de estudio, también realiza otras investigaciones como encuestas que son efectuadas según muestra cubriendo una óptima cobertura de las designadas en la muestra, respondiendo a las necesidades de información de la provincia con calidad y oportunidad, además con un servicio al usuario y a la sociedad en general.
5. Existe desconocimiento de la población de la información estadística que produce el INEC, falta de sistemas de información y desconocimiento de la oferta por parte de los usuarios, por lo tanto hay un uso limitado de la información estadística para apoyar el diseño y formulación de políticas, planes y programas públicos y privados, desconocimiento del funcionamiento de los mercados y particularmente desconocimiento de los efectos de las políticas públicas en el bienestar de los hogares y en las actividades de los agentes económicos.
6. El nivel de instrucción de los encuestados la mayoría tienen nivel universitario y postgrado seguido de los estudiantes de secundaria, de estos son estudiantes y directivos de instituciones públicas y privadas, quienes respondieron a las preguntas realizadas en la Encuesta para medir la aceptación de las Estadísticas que produce el INEC y su utilización para la toma de decisiones.
7. Existe desconocimiento de la población de que publicaciones tiene el INEC, las investigaciones que realiza el INEC, en su mayoría los

encuestados manifestaron no conocer, es por falta de difusión por parte del INEC.

8. Los usuarios manifestaron que les gustaría recibir la información estadística actualizada y oportuna mediante una revista informativa, con datos importantes resumida y con gráficos fáciles de ser entendida, y también por intermedio del INTERNET, y también trípticos con las principales investigaciones que realiza el INEC.
9. Manifestaron los encuestados que desearían recibir la información estadística trimestralmente, o quincenalmente, ya que podría ser utilizada para sus investigaciones y poder ser comparada en estos períodos.
10. Solicitan que para el control de calidad de la información estadística que proporciona el INEC, sería necesario una Veeduría ciudadana, va relacionada y coincide con la primera pregunta de que los datos del INEC no son confiables, la misma que manifestaron la mitad de los encuestados que si y otros que no. Confirmándose de esta manera que existe duda sobre la información estadística por parte de la población.

5.2.- RECOMENDACIONES

Luego del análisis y determinación de los problemas existentes la oportuna información estadística incide particularmente en la aceptación de los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la ciudad de Ambato, se puede sugerir varias acciones para mejorar su aceptación entre ellas podemos mencionar algunas como:

1. Elaborar un FODA, que nos permita identificar y analizar las tendencias, fuerzas o fenómenos de carácter interno y externo, respecto a la utilización de la información estadística por parte de los clientes del INEC.
2. Proporcionar información fiable, completa y puntual es fundamental para la transparencia de la política de los resultados macroeconómicos, y la

calidad de los datos ha de ser un elemento prioritario; los usuarios deben recibir información que les permita evaluar la calidad y las mejoras en la misma, mediante la divulgación de documentos sobre las metodologías y las fuentes utilizadas en la preparación de las estadísticas.

3. Crear cultura estadística a los diferentes grupos de demandantes de la información (los que deciden sobre políticas, directores de la Administración pública, periodistas, ciudadanos, entre otros), sus niveles de "educación estadística" con el fin de determinar qué tipos de conocimientos de la estadística se debe impartir. Y en segunda instancia la definición de los encargados de crear cultura estadística y los medios a utilizar. Estos difusores intermediarios tienen un rol muy importante en el proceso educacional, al menos en el que llega a los ciudadanos: maestros de escuelas, periodistas, medios, bibliotecas entre otros.
4. Proporcionar la información estadística en las WEB, que es definitiva una muestra de democracia. La estadística está disponible para todos los usuarios al mismo tiempo, directamente de la fuente y libre de intermediarios. El Internet permite que los productores de los datos den a todos los públicos información a un costo relativamente bajo. La conexión a la red, es cada día más común en todas partes del mundo aunque los países andinos hasta ahora están incursionando en este campo en forma dinámica, el número de los usuarios potenciales de la estadística oficial viene en aumento.
5. Editar documentos aprovechando las bondades que brindan las nuevas tecnologías, como anuarios, trípticos, revistas institucionales, con tablas y análisis de los datos para facilitar al usuario su utilización.
6. Elaborar estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos, para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1- DATOS INFORMATIVOS

6.1.1.- TÍTULO DE LA PROPUESTA

DISEÑO DE ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS ESTADÍSTICOS PARA QUE LOS CLIENTES MANEJEN DE MANERA ADECUADA LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS, DE LA OFICINA REGIONAL DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE AMBATO.

6.1.2.- INTRODUCCIÓN

La disponibilidad de información estadística útil, oportuna y de calidad es esencial para apoyar el desarrollo económico y social de la ciudad de Ambato. Es útil para mejorar las condiciones de vida de la población en la medida que permite sustentar mejor el diseño y formulación de las políticas públicas y las decisiones privadas; fortalece el sistema democrático de la ciudad, porque ayuda a tener una sociedad mejor informada; contribuye al desarrollo de la sociedad de la Información y del conocimiento; facilita la investigación socio – económica; permite medir el impacto de las políticas en el bienestar de los hogares.

Bajo esta perspectiva, se ha elaborado la presente propuesta para 2010 – 2011 con la finalidad de poner en práctica las estrategias como un instrumento que oriente su accionar y que posibilite que sus actividades respondan a las necesidades de información de la ciudad de Ambato con calidad y oportunidad, además con un espíritu de servicio al cliente y a la sociedad en general.

6.2.- ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

El desarrollo que ha adquirido hasta nuestra fecha la estadística permite aseverar que, en la actualidad, la aplicabilidad y potencia de esta ciencia es enorme, hasta el punto no sólo de no concebir un trabajo de carácter científico sin el apoyo de algún método o técnica estadística que corrobore las hipótesis planteadas, sino que estamos acostumbrados a las estadísticas públicas, publicadas en la prensa y utilizadas en muchos casos para la defensa de argumentos particulares.

El fomento al acceso de los ciudadanos a la información, adquieren un valor importante los datos estadísticos y por ende su difusión. Las dinámicas ciudadanas están generando en la población en general niveles de exigencia cada vez más altos. Todos los públicos requieren información estadística no solo los tomadores de decisiones representados en las instituciones públicas, sino también los estudiantes, los investigadores, los empresarios y los inversionistas, entre otros.

El diseño de las estrategias administrativas permitirá ampliar la difusión de la información estadística, encaminadas a promover el desarrollo del país, y en particular a mejorar las condiciones de vida de la población reduciendo los niveles de pobreza y propiciando una mayor equidad social. De esta manera se considera que una estrategia administrativa de amplio acceso a la información estadística promueve el fortalecimiento de la democracia en la medida que permite tener una sociedad mejor informada, contribuye a la creación de la riqueza nacional puesto que facilita las decisiones económicas, fortalece la sociedad de la información y del

conocimiento, permite conocer mejor el impacto de las políticas públicas sobre el bienestar de los hogares, , posibilita realizar investigaciones a profundidad y eleva la cultura estadística de la ciudad de Ambato.

El sistema de difusión de la Oficina Regional de Centro de la ciudad de Ambato, considerará los medios más eficaces a fin de alcanzar la mayor audiencia posible. Tales medios incluyen el Internet, publicaciones impresas y electrónicas, organización de seminarios y conferencias, biblioteca institucional, difusión de notas de prensa, etc. La práctica de difusión del INEC contempla también la divulgación de la información metodológica y de los hechos relevantes sucedidos en los procesos de producción, para facilitar el uso e interpretación de los datos a los usuarios.

Poniendo en práctica las estrategias planteadas en este documento se pretende hacer una contribución más efectiva al proceso de desarrollo de la ciudad de Ambato, así como fortalecer su capacidad institucional y elevar su prestigio y credibilidad.

6.3.- JUSTIFICACIÓN

El diseño de estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística, del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato se sustenta en grandes propósitos y objetivos estratégicos y las principales líneas de acción que se debe adoptar para cumplir con su misión de modo más eficiente y eficaz, en respuesta a los requerimientos de la oficina Regional del Centro. El diseño de las estrategias es el resultado de un proceso de reflexión y evaluación de su rol en la actividad estadística, y en particular de su rol como institución rectora de las Estadísticas Nacionales.

Estas estrategias permitirán que se presenten nuevos desafíos y que hace necesario discernir la prioridad de las diversas actividades estadísticas. El gran desarrollo alcanzado por las tecnologías de la información constituye una plataforma que ofrece

múltiples ventajas para potenciar las actividades estadísticas de producción y difusión, y deben ser aprovechadas al máximo posible. Por otro lado, el proceso de globalización exige la estandarización de las estadísticas a nivel internacional para efectos de comparación y mejor aprovechamiento de las mismas; la presión demográfica impulsa diseñar estadísticas para grupos poblacionales específicos; existe una mayor y creciente demanda de estadísticas sofisticadas; y hay restricciones al acceso de recursos financieros por parte del gobierno central.

El objetivo es que por medio de las estrategias que plantearemos se dé a conocer a los usuarios todas las actividades de generación de estadísticas básicas realizadas por el INEC, tales como las provenientes de los Censos (población, vivienda, económico, entre otros), de las encuestas por muestreo (hogares, establecimientos); de la organización y uso de los registros administrativos; y de las actividades cartográficas. De igual modo, se dará a conocer las actividades estadísticas de síntesis, tales como los indicadores sociales e indicadores económicos de corto plazo que produce, indicadores del medio ambiente, entre otros. Asimismo, a las actividades de procesamiento, análisis, investigación y difusión que realiza.

6.4.- OBJETIVOS

6.4.1.-OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato.

6.4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir la información estadística que tiene el INEC a la ciudadanía y sobre esta propuesta.
- Ejecutar la siguiente propuesta estratégica de mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística y elevar el nivel de vida de la población de la ciudad de Ambato.
- Ejecutar esta propuesta y evaluar el desarrollo, a fin de establecer los correctivos sobre la ejecución e ir puliendo las falencias imprevistas.
- Evaluar los resultados de la propuesta de manera transparente.

6.5.- ANALISIS DE FACTIBILIDAD

Es factible la aplicación de la propuesta establecida porque se cuenta con el apoyo y colaboración de los responsables de difusión y autoridades de la Institución, quienes consideran que esta propuesta es muy importante para concientizar y difundir las estadísticas que produce el INEC, además permitirá el crecimiento institucional y el fortalecimiento de la estructura organizativa institucional, lo cual permitirá mejorar la credibilidad en la toma de acciones y la capacidad de respuesta por parte de esta importante Institución gubernamental.

La factibilidad de la propuesta está determinada por:

- La necesidad de recuperar la credibilidad de la Información estadística que produce el INEC, por parte de la población de la ciudad de Ambato
- Capacitación y concientización de la población para lograr una cultura estadística, y de esta manera mejorar la calidad de vida de la población.
- Planteamiento de proyectos para mejorar la difusión de las estadísticas, utilizando la tecnología de punta.

6.6.- FUNDAMENTACIÓN

Las estrategias administrativas para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato, debe afrontarse de manera adecuada para que al final del mismo se pueda hablar de éxito. No se lo debe tratar como una etapa independiente utilizada en cualquier momento del ciclo del Proyecto. Quiero decir con esto, que no se puede hablar de un antes y un después al proceso de planificación puesto que según avance el proyecto será necesario modificar las tareas, reasignar los recursos, entre otros. Al hablar de una *etapa de planificación* se debe tener claro que es llamada así porque aglutina la mayor parte de los esfuerzos para planificar todas las variables que se darán cita, cada vez que se intenta prever un comportamiento futuro y se toman las medidas necesarias que se está planificando en el proyecto.

Se encuentra dos grandes fases en las que la planificación cobra el máximo protagonismo. La primera es necesaria para estudiar y establecer la viabilidad de un proyecto, ya sea interno o externo de la organización. La segunda fase importante de planificación tiene lugar una vez que se ha decidido ejecutar el proyecto. Ahora es el momento de realizar una planificación detallada punto por punto. Uno de los errores más importantes y graves en gestión de proyectos es querer arrancar con excesiva premura la obra, sin haber prestado la atención debida a una serie de tareas previas de preparación, organización y planificación que son imprescindibles para garantizar la calidad de la gestión y el éxito posterior.

Con lo mencionado anteriormente, se dice que la planificación de los proyectos debe estar afectada de un notable grado de agilidad y dinamismo: no es razonable planificar un proyecto y pensar que esa planificación es ya definitiva e inmutable. En casi todos los casos, la realidad no coincide exactamente con lo previsto, por lo que es necesario ir haciendo ajustes periódicos. La planificación es una herramienta para la

gestión y la toma de decisiones, no para imaginar es un primer momento una evolución que posteriormente el tiempo se encargará de demostrar que estaba errada.

Aunque existen técnicas de planificación muy avanzadas y elaboradas, la adecuada planificación se basa, ante todo, en una actitud de anticipación que no es sino una evidente manifestación del sentido común.

6.7.- METODOLOGÍA, MODELO OPERATIVO

6.7.1.- DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

DISEÑO DE ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS ESTADÍSTICOS PARA QUE LOS CLIENTES MANEJEN DE MANERA ADECUADA LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS, DE LA OFICINA REGIONAL DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE AMBATO.

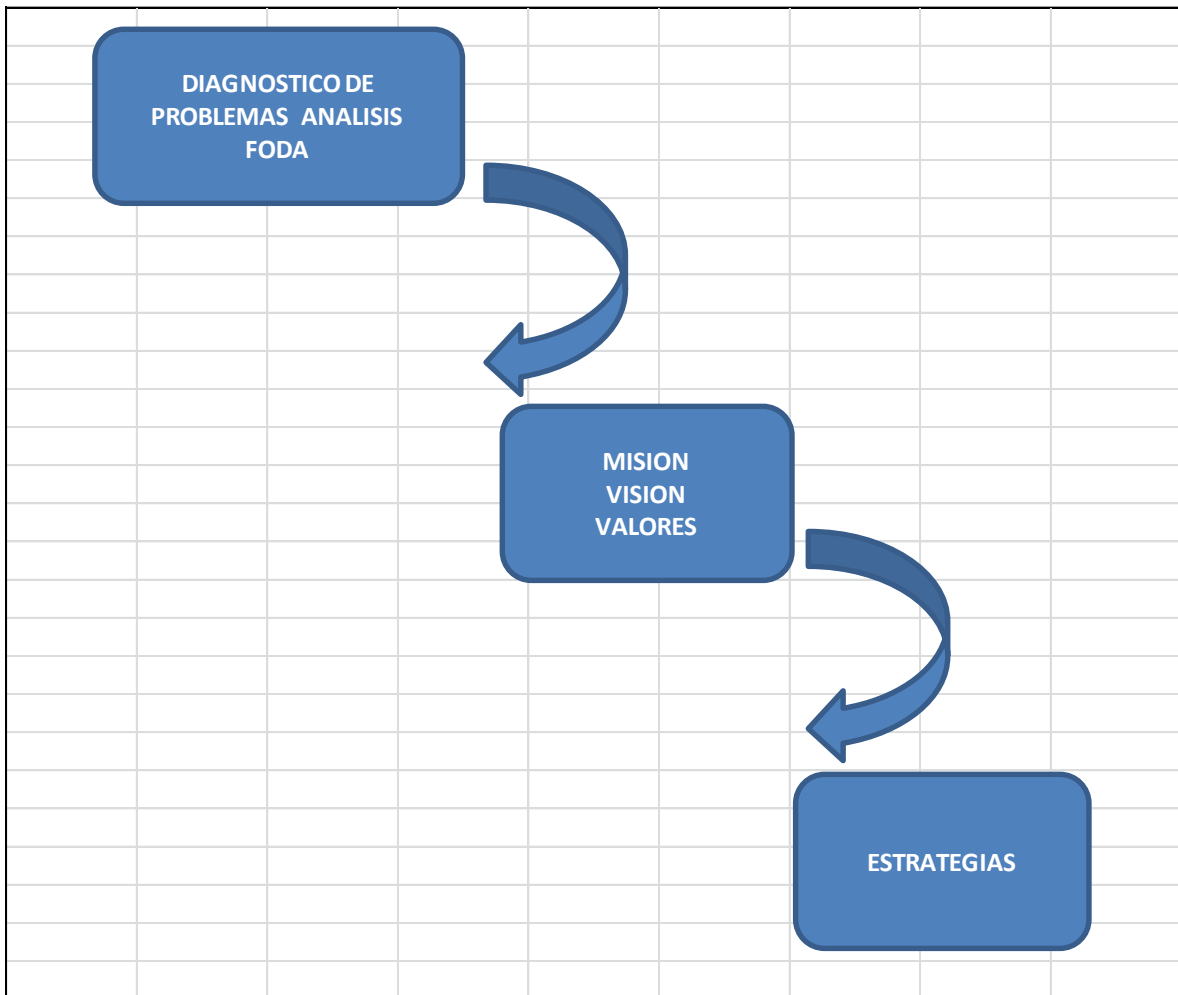


Gráfico 13.- DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA
Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

6.7.1.1.- DIAGNÓSTICO DE PROBLEMAS

La problemática que tiene el INEC Regional del Centro, es que la institución tiene una producción estadística no óptima. Ello como consecuencia de una limitada oferta estadística, débil normatividad técnica, limitada difusión estadística, débil gestión y capacidad de gerencia, normatividad jurídica desactualizada, poco uso de la tecnología de la información en los procesos estadísticos, y limitada capacidad

técnica de los recursos humanos. Cada una de estas debilidades es a su vez consecuencia de múltiples factores específicos o combinados.

Con lo mencionado anteriormente estaría implicando múltiples efectos en el uso de la información, tales como la no satisfacción de la demanda de la información estadística; problemas de calidad y de credibilidad en la información; disponibilidad de estadísticas no integradas; falta de sistemas de información y desconocimiento de la oferta por parte de los usuarios. Como consecuencia de estos efectos, se puede deducir que habría un uso limitado de información estadística para apoyar el diseño y formulación de políticas, planes y programas públicos y privados; desconocimiento del funcionamiento de los mercados, y particularmente desconocimiento de los efectos de las políticas públicas en el bienestar de los hogares y en las actividades de los agentes económicos. Por lo tanto, como conclusión general, se deduce que la actividad estadística del INEC estaría contribuyendo de modo limitado al desarrollo nacional.

Para superar esta problemática se ha elaborado las estrategias administrativas, de acuerdo a las necesidades urgentes de la información estadísticas en el regional del Centro.

ENTIDADES PARTICIPATIVAS

- Departamento de Difusión del INEC Regional del Centro
- Universidades de la ciudad de Ambato
- Colegios de la ciudad de Ambato
- Instituciones Públicas y Privadas
- Medios de Comunicación

6.7.1.2.- POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL

6.7.2.- VISIÓN

Para el año 2011, el Instituto Nacional de Estadística y Censos, la Oficina Regional del Centro, aspira ser una fuente de importancia completa, oportuna y confiable y lograr la credibilidad de la Población de la ciudad de Ambato.

6.7.3.- MISIÓN

Producir y difundir estadísticas públicas confiables, significativas, de calidad y con fácil acceso, respecto de los fenómenos sociales y económicos más relevantes para el uso de los ciudadanos y de los diversos actores tomadores de decisiones públicas y privadas.

6.7.4.-VALORES Y PRINCIPIOS

Valores Corporativos.- Los valores corporativos son el alma de la cultura organizacional, son lo que revitalizan y la ponen operativa y nos llevan de la misión a la realización de la visión. De esta manera, la actividad institucional se rige bajo los siguientes valores:

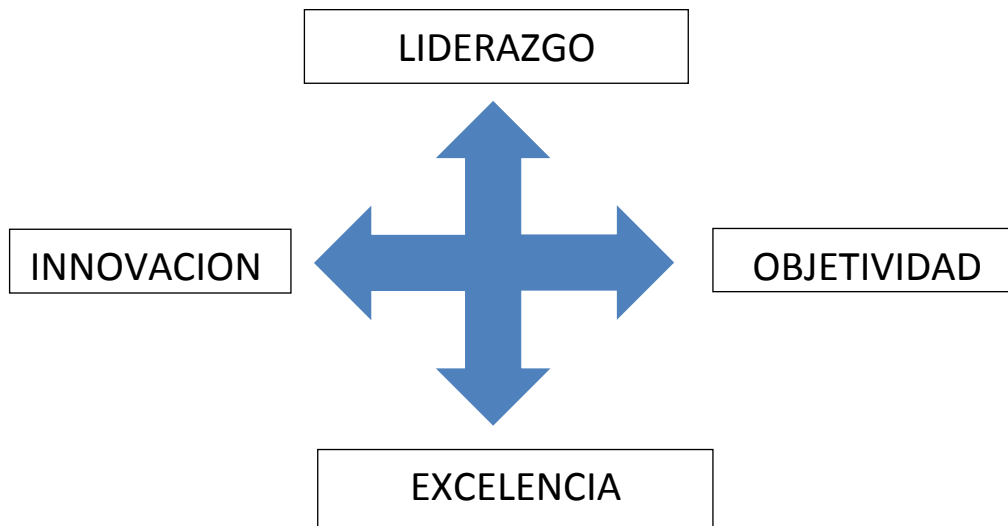


Gráfico 14.- VALORES CORPORATIVOS

Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Liderazgo.-El INEC debe mantener su posicionamiento, siendo el referente de las instituciones que hacen estadísticas, esto se sustenta en la experiencia, estabilidad, responsabilidad individual y espíritu de equipo que existe entre sus integrantes, lo que permite mantener buenas relaciones con nuestros clientes y usuarios de la información

Excelencia.- El INEC como entidad coordinadora de las Estadísticas, desarrolla tareas, trabajos y actividades tendientes a lograr productos de calidad con valor añadido y en plazos establecidos, que satisfagan los requerimientos de información estadística de los clientes.

Innovación.- El INEC es una institución cuya actitud permanente de búsqueda de nuevas opciones en el ámbito del quehacer estadístico, le permite responder adecuadamente a las expectativas de información que genera la sociedad.

Objetividad.- La capacidad técnica y profesional del talento humano con que cuenta la Institución, le permite entregar a la sociedad información estadística neutral,

transparente, oportuna y real, condiciones que garantizan la credibilidad de los productos generados.

La difusión de la Información Estadística debe fundamentarse en la aceptación común de los siguientes principios básicos:

Accesibilidad.- Situar la información al alcance de todos los ciudadanos e instituciones locales, Provinciales, mediante mecanismos eficaces y modernos.

Imparcialidad.- Esto implica, que todas las estadísticas esté disponibles para todos los usuarios (Instituciones Públicas, Privadas, agentes sociales y económicos, medios académicos y el público en general) y en el mismo momento.

Oportunidad.- Dar a conocer la información estadística a los usuarios en el plazo más breve posible (el mínimo posible entre el período de referencia de recolección y el de difusión), con el fin de evitar que pierda importancia por la dinámica de ciertos fenómenos económicos, sociales y demográficos.

Economía.- Establecer los mecanismos de difusión que permitan lograr mayor cobertura de usuarios y que les signifique bajos costos tanto a los productores como a los demandantes.

Secreto Estadístico.- Proteger los datos relacionados con las unidades estadísticas individuales que se obtengan directamente con fines estadísticos o indirectamente a partir de fuentes administrativas u otras, contra toda infracción del derecho a la intimidad. Esto implica la prevención de la utilización de datos para fines no estadísticos y de su divulgación ilícita.

Transparencia.- Los resultados estadísticos estarán acompañados de la documentación metodológica de los procesos utilizados en la elaboración de la información estadística, así como las indicaciones de los alcances y limitaciones de la información.

Automatización.- La puesta en marcha y la utilización de nuevas tecnologías será fundamental en cada uno de los proyectos de difusión, dado que es una toma de asegurar una accesibilidad más amplia y rápida de la estadística a un costo más bajo.

Cultura estadística.-La existencia de diferentes tipos de usuarios exige que se diseñen diversos mecanismos para que mejore la capacidad de uso e interpretación de la información estadística, por parte de los ciudadanos e instituciones.

ÁMBITO INTERNO

El resultado del análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del INEC Regional del Centro es el siguiente:

MATRIZ FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES EXTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convenios Interinstitucionales 2. Necesidades de información nueva 3. Necesidades de información actual 4. Involucramiento de los usuarios en la entrega de datos 5. Medios de Comunicación 6. Tecnología avanzada 7. Publicaciones con cuadros, gráficos y análisis sintético. 8. Buena calidad de información 9. Utilidad de la información para instituciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descoordinación entre Administración Central y Regional 2. Exagerado centralismo administrativo, técnico de Administración Central 3. Ingerencia de Administración Central en toma de decisiones Regional 4. Inestabilidad Política 5. Ingerencia Política en designación de autoridades 6. Análisis inadecuado de los datos en medios de comunicación 7. Falta de cultura estadística de los usuarios 8. Competencia de otras Instituciones 9. Desastres Naturales 10. Alto costo Software especializado

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia Técnica del Personal 2. Alto Nivel de Cooperación y trabajo en equipo 3. Facilidad de procesamiento en oficinas provinciales 4. Marco Legal adecuado 5. Estructura Organizacional 6. Amplia cobertura temática 7. Metodologías de Investigación 8. Institución oficial en datos estadísticos 9. Número de vehículos adecuados 10. Presupuesto necesario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demora en distribución de las publicaciones 2. Falta de difusión y marketing 3. Costo elevado de publicaciones 4. Falta de autonomía Financiera 5. Parque automotriz en malas condiciones 6. Espacio físico inadecuado 7. Inseguridad en áreas de trabajo y equipos 8. Carencia de capacitación en áreas específicas 9. Falta de política de Administración del Recurso Humano 10. Insuficiente autogestión

Tabla 16.- ANÁLISIS FODA

Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS (EFE)

MATRIZ EFE

No	OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
1	Convenios Interinstitucionales	0,04	3	0,12
2	Necesidades de información nueva	0,10	4	0,40
3	Necesidades de información actual	0,10	2	0,20
4	Involucramiento de los usuarios en la entrega de datos	0,02	2	0,04
5	Medios de comunicación	0,01	2	0,02
6	Tecnología avanzada	0,08	1	0,08
7	Publicaciones con cuadros, gráficos, y análisis sintético	0,04	3	0,12
8	Buena calidad de información	0,05	3	0,15
9	Utilidad de la información para las instituciones	0,05	4	0,20
	AMENAZAS			
1	Descoordinación entre Administración Central y Regional	0,10	2	0,20
2	Exagerado centralismo administrativo, técnico de Administración Central	0,05	4	0,20
3	Ingerencia de Administración Central en toma de decisiones Regional	0,10	2	0,20
4	Inestabilidad Política	0,02	1	0,02
5	Ingerencia Política en designación de autoridades	0,02	1	0,02
6	Análisis inadecuado de los datos en medios de comunicación	0,04	2	0,08
7	Falta de cultura estadística de los usuarios	0,04	2	0,08
8	Competencia de otras Instituciones	0,05	1	0,05
9	Desastres naturales	0,02	1	0,02
10	Alto costo Software especializado	0,07	4	0,28
	TOTAL MATRIZ EFE	1,00		2,48

Tabla 17.- MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS
Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

En la matriz de evolución de los factores externos EFE se puede observar que el promedio ponderado es de 2.48 lo que nos indica que la Institución está aprovechando las oportunidades, sin embargo no es menos cierto que se debe poner atención en las amenazas para convertirlas en fortalezas.

MATRIZ DE FACTORES INTERNOS (EFI)

MARTRIZ EFI

No	FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
1	Experiencia Técnica del Personal	0.05	3	0.15
2	Alto Nivel de Cooperación y trabajo en equipo	0.05	2	0.10
3	Facilidad de procesamineto de datos en oficinas provinciales.	0.03	3	0.09
4	Marco Legal adecuado	0.10	3	0.30
5	Estructura Organizacional	0.05	3	0.15
6	Amplia cobertura temática	0.05	3	0.15
7	Metodologías de Investigación	0.05	3	0.15
8	Institución oficial en datos estadísticos	0.10	4	0.40
9	Número de vehículos adecuados	0.03	2	0.06
10	Presupuesto necesario	0.08	2	0.16
	DEBILIDADES			
1	Demora en la distribución de la publicaciones	0.02	2	0.04
2	Falta de difusión y marketing	0.03	2	0.06
3	Costo elevado de publicaciones	0.02	2	0.04
4	Falta de autonomía Financiera	0.07	3	0.21
5	Parque automotriz en malas condiciones	0.02	2	0.04
6	Espacio físico inadecuado	0.04	4	0.16
7	Inseguridad en áreas de trabajo y equipos	0.01	1	0.01
8	Carencia de capacitación en áreas específicas	0.04	1	0.04
9	Falta de política de Administración del Recurso Humano	0.10	3	0.3
10	Insuficiente autogestión	0.06	3	0.18
	TOTAL MATRIZ EFI	1.00		2.79

Tabla 18.- MATRIZ DE FACTORES INTERNOS
Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

El promedio Ponderado de 2.79 obtenido en la Matriz EFI nos indica que la situación interna de la Institución tiene mayores fortalezas que debilidades, a estas últimas se debe tratar de contrarrestarlas con la finalidad de disminuir su impacto en la Institución.

6.7.5. ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS

El Instituto Nacional de Estadística y Censos Regional del Centro, busca sustentar mejor el diseño, formulación, implementación y evaluación de las políticas de difusión de las Estadísticas; fortalecer la democracia en la medida que permita tener una sociedad mejor informada, conocer mejor el impacto de las políticas y posibilitar la realización de investigaciones a profundidad y elevar la cultura estadística en la ciudad de Ambato.

Su objetivo es establecer los lineamientos básicos para facilitar el acceso de los usuarios a la información estadística que genera y difunde. La política del INEC descansa en los siguientes principios: Oportunidad, Transparencia, Accesibilidad, Imparcialidad, Eficacia, y Eficiencia.

Iniciará este proyecto con la capacitación por parte de funcionarios técnicos del Instituto Nacional de Estadística y Censos Regional del Centro a Universidades y Colegios de la ciudad de Ambato, el mismo que será a inicios del año 2010, con el objeto de fomentar la cultura estadística en esta ciudad. Al mismo tiempo se elaborará trípticos o revistas con las investigaciones que realiza el INEC, para que tengan conocimiento la población acerca de las múltiples actividades que realiza el INEC.

Mantener una relación con los medios de comunicación de la ciudad, radios, prensa, y canales de televisión, enviarles boletines de prensa, realizar ruedas de prensa.

Mantener la difusión por Internet, y que sea de fácil acceso para los usuarios.

Los objetivos para mejorar la difusión y promoción de los servicios estadísticos para que los clientes manejen de manera adecuada la información estadística son los que a continuación detallamos, y de cada uno de éstos mencionaremos las estrategias que se llevarán a cabo para el logro de éstos objetivos:

1. Fomentar cultura estadística a través de capacitaciones a usuarios, informantes y público en general.
2. Mejorar la calidad y credibilidad de la información estadística.
3. Implementar una adecuada oferta estadística de acuerdo a las necesidades de demanda reales de información local.
4. Difundir las publicaciones que edita el INEC, y facilitar el acceso a la misma.

6.7.5.1 OBJETIVO 1 Fomentar cultura estadística a través de capacitación a usuarios, informantes y público en general.

El INEC Regional del Centro debe promover la cultura estadística de la ciudad de Ambato para asegurar un amplio uso de los datos. La disponibilidad de información estadística desagregada de los sectores social, económico, y su uso para diversos propósitos, reduce el riesgo e incertidumbre de tomar decisiones incorrectas, a todo nivel. Por ello es necesario fomentar la cultura estadística en las instancias públicas y privadas en la ciudad de Ambato.

La generación de información estadística es un esfuerzo conjunto tanto de los proveedores de datos, de los usuarios, y de las oficinas de estadística. Los primeros contribuyen con la información básica y por lo mismo es necesario transmitirles, en una estrategia de alianza y cooperación, la importancia de su apoyo, así como darles las garantías de respeto de su privacidad mediante el mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada.

Los segundos permiten identificar las necesidades de información de la ciudad de Ambato, además de hacer un uso efectivo de la misma, por lo que es necesario ganar su confianza y credibilidad mediante prácticas de transparencia, tales como la difusión de las metodologías y procesos estadísticos.

La Oficina del INEC, Regional del Centro debe promover la cultura estadística mediante capacitaciones a las Universidades, Colegios, Autoridades de Instituciones

Públicas, Instituciones Privadas, y Medios de Comunicación para que tengan conocimiento de la información estadística que tiene el INEC, para de esta manera fomentar la cultura estadística y además conducir al fortalecimiento de su credibilidad y prestigio institucional.

Objetivo Estratégico 1.

Capacitar a la ciudadanía sobre la importancia de la información estadística.

Crear cultura estadística no es fácil y más aún cuando no se alcanzan los resultados tangibles de inmediato. Por eso es necesario preparar un plan de capacitación que contemple objetivos y acciones que en primera instancia, tengan en cuenta los diferentes grupos de demandantes de información (los que deciden sobre políticas, directores de administración pública, periodistas, ciudadanos, entre otros), sus niveles de "educación estadística" con el fin de determinar qué tipo de conocimientos de la estadística se deben impartir. Y en segunda instancia la definición de los encargados de crear cultura estadística y los medios a utilizar. Estos difusores intermediarios tienen un rol muy importante en el proceso educacional, al menos en el que llega a los ciudadanos.

El INEC Regional del Centro debe organizar un plan de capacitación, para los estudiantes Universitarios y colegiales, a los medios de comunicación a Empresarios de Instituciones Públicas y Privadas con el fin de darles a conocer las investigaciones que realiza el INEC y la información estadística que dispone el INEC de la ciudad de Ambato, como manejar la información estadística impresa y/o en CD-ROM y a través de la WEB, la misma que tendrá acceso libre.

Preparar boletines cortos con análisis de temas sociales o económicos, y se pondrá a disposición de los usuarios en línea, impresos o electrónicamente.

Paralelamente, es pertinente estructurar algunas acciones de corto plazo y con atención concreta a pequeños nichos de usuarios tales como periodistas de prensa radio y televisión, personal de bibliotecas, gremios entre otros. Los servicios estadísticos deben crear nexos de carácter permanente con este tipo de clientes, a través de actividades tales como jornadas esporádicas o de acuerdo con la necesidad, técnicas de interpretación de resultados estadísticos, seminarios y conferencias de actualización jornadas de sensibilización y difusión de nuevos productos estadísticos a clientes internos y externos perteneciente a diferentes organismos públicos y privados de la ciudad de Ambato. De otra parte, también se pueden desarrollar campañas informativas y educativas en bibliotecas y por internet, en temas muy generales sobre la importancia de la producción y usos de la información estadística.

Líneas de Acción:

- a) **Mejorar el conocimiento de los informantes sobre la importancia de la información estadística.**
- b) **Mantener nexos permanentes con los clientes, para dar a conocer los nuevos productos.**

Objetivo Estratégico 2.

Difundir la importancia de la información estadística a los proveedores.

El INEC Regional del Centro, primeramente debe tener una relación estratégica con los proveedores de datos, quienes deben tener conocimiento de la importancia estadística.

Concientizar a los ciudadanos de los problemas que puedan surgir por la no – respuesta, la no – veracidad o la información faltante y promulgar en las fuentes, el sentido de confianza en la confidencialidad de la información y mostrarles cómo su

colaboración en el proceso de una encuesta podrá servir para tomar decisiones acertadas que revierten en su propio beneficio y en el desarrollo global.

Con los productores de información estadística y algunas fuentes, las acciones a desarrollar se fundamentan en establecer alianzas con los medios de comunicación, colegios, universidades, gremios y bibliotecas, para impulsar campañas institucionales que concienticen a la población en general sobre la importancia de brindar datos reales y completos a los encuestadores, así como aumentar su confianza en la confidencialidad de la información y mostrarles cómo con su cooperación al atender una encuesta se obtendrán decisiones acertadas que reviertan en su propio beneficio.

Líneas de Acción:

- a) Concientizar a los ciudadanos de la veracidad de la respuesta.**
- b) Mejorar el conocimiento de los informantes sobre la importancia de la estadística y la preservación del secreto estadístico.**

Objetivo Estratégico 3.

Fomentar la importancia de la información estadística en la toma de decisiones.

El INEC Regional del Centro, debe fomentar la importancia del uso de la información estadística para la toma de decisiones, dado que reduce el riesgo e incertidumbre de hacerlo de modo incorrecto. En particular este esfuerzo debe estar dirigido a las áreas del sector público, por cuanto permanentemente está formulando e implementando políticas, programas y proyectos económicos y sociales. Un hecho concreto que con la información estadística se puede realizar investigaciones a distinto nivel de profundidad, cuyos resultados sirven para fundamentar mejor la toma de decisiones. Asimismo, es importante mejorar el conocimiento de la importancia de la

información estadística en los clientes no especializados, sobre todo en las etapas iniciales de su desarrollo educativo profesional.

Líneas de acción:

- a) Desarrollar acciones para elevar el uso de la información estadística**

6.7.5.2. OBJETIVO 2 Mejorar la calidad y credibilidad de la información estadística.

El INEC Regional del Centro, deberá considerar que el éxito de la actividad estadística depende de la credibilidad de los clientes en la información, y entre otras razones, la credibilidad depende de la calidad de la información estadística. La calidad de la información debe ser expresada no sólo en términos de parámetros estadísticos de precisión, lo cual es un requisito básico, sino además por otras dimensiones, tales como la relevancia, oportunidad, accesibilidad, transparencia y coherencia de la información. En este sentido, la institución debe ser rigurosa con el trabajo técnico y el uso de estándares conceptuales y metodológicos, así como con la práctica operativa en la generación y difusión de los datos. También debe mantener una actualización permanente de los nuevos conceptos y desarrollos teóricos y prácticos, a fin de garantizar la calidad de la información.

Fortalecer la capacidad técnica de los recursos humanos involucrados en las diversas etapas del ciclo estadístico, es un aspecto esencial para asegurar la calidad de la información. El prestigio de la institución estará ligado en gran medida a la capacidad de sus técnicos y profesionales. La calidad de la estadística depende también del establecimiento de procesos técnicos y de gestión eficiente, así como de las conclusiones y recomendaciones que surgen de la investigación y análisis a partir

de las bases de datos estadísticos, a cargo tanto de profesionales de la institución como de usuarios especializados.

Objetivo Estratégico 1.

Mejorar y actualizar de modo permanente los marcos conceptuales, metodologías y tecnología aplicada.

El INEC Regional del Centro deberá mantener un compromiso de mejoramiento continuo de la calidad de la información estadística, en base a la permanente actualización y revisión de nuevos conceptos, desarrollos teóricos y buenas prácticas estadísticas. Sin este compromiso, se pone en riesgo la calidad de la información estadística y la credibilidad estadística.

Un activo importante del INEC Regional del Centro es su capacidad técnica reconocida, la práctica y la experiencia ganada en el diseño, recolección, procesamiento y difusión estadística a lo largo de los años. Este activo intangible es muy valioso pues tiene una relación directa con la imagen y credibilidad de los usuarios en la institución, por tal motivo, es necesario fortalecerlo mediante el compromiso técnico y rigor profesional.

Líneas de acción:

- a).- Actualizar los marcos conceptuales, metodologías, tecnologías buenas prácticas de modo continuo, y en lo posible con el apoyo del sector académico.**
- b).- Implementar procedimientos de control de calidad en las distintas etapas de los procesos estadísticos en la producción de las estadísticas.**

Objetivo Estratégico 2.

Elevar la capacidad técnica de los recursos humanos en la Regional del Centro.

La capacidad del INEC Regional del centro para producir estadísticas de calidad depende fundamentalmente de la fortaleza técnica de los recursos humanos. Por tal motivo, el INEC debe implementar políticas efectivas para promover el desarrollo y la retención de personal profesional experimentado y comprometido con lograr los más altos estándares de calidad de la información. La capacitación continua del personal en aspectos técnicos y metodológicos, su participación en eventos académicos o en conferencias y seminarios, en asociaciones científicas, o su participación en publicaciones con el debido reconocimiento de su autora, estimula y promueve el desarrollo de la capacidad técnica del personal, y redundando en la calidad de la información.

Líneas de acción:

- a).- Implementar una política de recursos humanos que permita su desarrollo.**
- b).- Implantar un sistema de capacitación y perfeccionamiento continuo de los recursos humanos.**

Objetivo Estratégico 3.

Mejorar los procesos de producción estadística en la Regional del Centro.

Es necesario que el INEC, Regional del Centro, revise y adecue sus procesos operativos de producción estadística, a efectos de mejorar su eficiencia y eficacia, con la finalidad de elevar la calidad y oportunidad de los datos generados. Este esfuerzo debe involucrar a todas las etapas del proceso estadístico, que son el planteamiento, la

recolección, el procesamiento y la difusión de la información. La revisión y mejora de los procesos de producción estadística debe incorporar las ventajas que ofrece la tecnología de la información, y además introducir criterios y mecanismos que permitan controlar la calidad de los resultados en cada una de las etapas productivas.

Líneas de acción:

- a) Promover la investigación y estudios a nivel de usuarios a partir de la información estadística disponible.**

6.7.5.3. OBJETIVO 3 Implementar una adecuada oferta estadística de acuerdo a las necesidades de demanda reales de la Información local.

La Oferta de la Información estadística debe guardar relación directa con la demanda de la información local, es decir, debe ser relevante para los fines, propósitos y decisiones tanto del sector Público y Privado y usuarios en general que desean utilizar las estadísticas. Los clientes y las necesidades de información estadística son muy diversos. Por ello, es necesario identificar quienes son los principales clientes y que variables son las más requeridas. Las decisiones gubernamentales, las actividades empresariales, políticas, académicas, entre otras, dependen de la disponibilidad de información útil y necesaria. Identificar la demanda de la información es clave para garantizar el éxito de la gestión estadística de la institución.

El INEC para identificar la demanda estadística, debe establecer mecanismos de interacción con una amplia gama de clientes públicos y privados, institucionalizar prácticas de participación usuario - productor en el diseño y evaluación de resultados de actividades estadísticas, desarrollar la capacidad de identificar las prioridades en la generación de datos, implementar mecanismos de retroalimentación a través de la

investigación y análisis, y mantener una actitud de alerta a las exigencias que la coyuntura económica o social pueda establecer.

La generación de estadísticas relevantes permite evaluar el desempeño de la gestión pública y privada, por lo mismo que es necesario un compromiso institucional técnico y profesional, y un alto grado de imparcialidad y objetividad.

Objetivo Estratégico 1.

Organizar la participación de los usuarios en la producción estadística.

El INEC Regional de Centro, tomará como referencia los requerimientos de los clientes para establecer las prioridades de sus actividades y la elaboración del plan estadístico institucional. Son clientes de la información estadística, las autoridades, administradores, gerentes investigadores en el sector público, empresarial y académico. De igual modo, los estudiantes, periodistas, políticos, y ciudadanos en general.

Se deberá explorar los requerimientos, de los clientes mediante la creación de mecanismos de interacción, tales como la organización de comités consultivos especializados, organización de seminarios y talleres de trabajo, foros de discusión, y fomento de la investigación para identificar nuevas necesidades de información. De igual modo, es necesario mantener una relación de mutuo respeto y credibilidad con los usuarios a través de un trato igualitario, y fomentar una cultura de trabajo en equipo mediante la creación de alianzas estratégicas y una filosofía de servicio al cliente.

Líneas de acción:

a).- Implementar mecanismos de interacción productor – usuario para asegurar que la oferta estadística esté en línea con la demanda de la información.

Objetivo Estratégico 2

Producir información estadística relevante integrada y racionalizada para el desarrollo local.

El INEC Regional del Centro deberá producir estadísticas de modo coordinado e integrado, asegurando la prioridad de la misma en función a las necesidades locales, tanto a nivel de microsistemas como de macrosistemas, y un adecuado uso de los marcos conceptuales, metodológicos y esquemas operativos.

El INEC, Regional del Centro será responsable de la generación de la estadística básica de la ciudad de Ambato, a través de las actividades censales de población, vivienda y económicos, entre otros, que sirvan de marco de referencia para otras actividades estadísticas específicas, tales como las encuestas por muestreo a hogares y establecimientos, la sistematización de los registros administrativos, y la elaboración de sistemas de información económica, social, del medio ambiente, etc. Entre estos últimos, por ejemplo, los indicadores económicos de corto plazo y los indicadores sociales para evaluar los logros de las Metas del Milenio.

Líneas de Acción:

a).- Producir información básica, con los datos del Censo de Población y Vivienda, Censo Económico, Censo Agropecuario,

b).- Producir indicadores económicos, sociales, demográficos, ambientales y otras estadísticas de síntesis.

Objetivo Estratégico 3.

Utilizar la tecnología de información para mejorar los procesos de procesos de Producción estadística.

El INEC Regional del Centro, deberá implementar en sus procesos los programas y sistemas informáticos desarrollados por la tecnología de la información para mejorar su eficiencia en la producción estadística. Es necesario el uso de equipos modernos para almacenar información estadística integrada en bases de datos, y utilizar las aplicaciones de software para elaborar y/o mejorar los instrumentos y modos de captación de datos, así como los sistemas de procesamiento de la información. Esto contribuirá de manera notable en la calidad y oportunidad de la información estadística generada. Asimismo, el INEC Regional del Centro, deberá desarrollar sistemas de trabajo en red para agilizar los procesos de producción y sistematización de la información, además de facilitar la descentralización de las tareas estadísticas a nivel de las Oficinas Provinciales. El INEC Regional del Centro debe visualizar sus actividades futuras usando una estrategia de trabajo basada en la Tecnología de la información y en las implicancias de la misma, dado su rápido dinamismo.

Líneas de acción:

a).- Implantar las tecnologías de información en los procesos de cadena de producción del INEC.

b).- Desarrollar sistemas informáticos de apoyo a la producción estadística.

6.7.5.4. OBJETIVO 4 Difundir las publicaciones que edita el INEC, y facilitar el acceso a la misma

El INEC Regional del Centro, es una institución que está al servicio de la sociedad, y como tal debe implementar una política de amplio acceso a la información estadística que produce, para garantizar su uso y apoyo a las decisiones públicas y privadas. La

información estadística es útil en la medida que está disponible para su uso e interpretación, de otro modo, la información pierde valor. La información estadística promueve el fortalecimiento de la democracia en la medida que permite tener una sociedad mejor informada, promueve el desarrollo del país, y en particular mejora las condiciones de vida de la población reduciendo los niveles de pobreza y propiciando una mayor equidad social.

La difusión del INEC debe considerar los medios más eficaces a fin de alcanzar a la mayor audiencia posible. Tales medios deben incluir el Internet y otros medios electrónicos, publicaciones impresas y electrónicas, organización de seminarios y conferencias, difusión de notas de prensa, etc.

Objetivo Estratégico 1.

Difundir la información estadística con orientación de servicio al usuario.

El INEC debe orientar su política de difusión con sentido de atención y servicio al cliente, en la medida que está al servicio de la ciudadanía. Considerando el criterio de accesibilidad y el concepto de bien público, la mayoría de la información estadística debería estar al alcance de la sociedad de modo libre. Asimismo se debe mejorar la presentación de las publicaciones, adoptando diseños gráficos modernos y amigables, mejorar el contenido de las publicaciones Impresas y electrónicas para hacerlas más comprensibles. Es primordial respetar al cliente y darle un trato por igual, por lo que es necesario elaborar y difundir un calendario con las fechas de aparición de las publicaciones y de los resultados de los estudios regulares de la institución, esta práctica protege a la institución y otorga credibilidad y confianza de parte de los usuarios. Es necesario sistematizar y difundir la metodología utilizada en la producción estadística para asegurar que los datos sean manejados de manera adecuada, así como mantener informada a la población sobre los principales resultados de las investigaciones estadísticas.

Líneas de acción:

- a) Promocionar la oferta estadística disponible entre usuarios.**
- b) Mejorar la oportunidad y accesibilidad de la difusión estadística del INEC.**
- c) Difundir la documentación metodológica de los procesos estadísticos.**

Objetivo Estratégico 2.

Mejorar el sistema de difusión aprovechando la tecnología.

El INEC Regional del Centro, debe usar la tecnología de la información para la difusión de la información estadística de modo masivo, eficaz y eficiente, en particular el Internet. Es necesario elaborar un portal estadístico, informativo y completo, y que de acceso a toda la información estadística elaborada por la institución y especialmente a nivel local. Por lo que es necesario disponer de sistemas que provean de indicadores para la gerencia, tales como, registro histórico de consumo de los usuarios, visitas a la biblioteca, registro de ventas diarias por tipo de información, directorios automatizados por tipo de usuario, esta información alimentará la capacidad de difusión del INEC Regional del Centro.

Líneas de Acción:

- a) Facilitar la difusión mediante el desarrollo de la información.**

6.7.6. MATRIZ DEL PLAN ESTRATEGICO 2010

La matriz contiene los proyectos estratégicos que deberán ejecutarse para conseguir los cuatro objetivos planteados, sus indicadores que permitirán medir el grado de avance, así como los responsables directos de la ejecución y el cumplimiento de los Proyectos.

Esta matriz contiene los siguientes campos:

Objetivo Estratégico: Consta el objetivo estratégico que se pretende alcanzar en el período establecido.

Proyectos Estratégicos: Describe los proyectos requeridos para conseguir el objetivo estratégico.

Responsables Directos: Identifica las áreas de gestión al interior de la organización, que serán responsables de la ejecución y cumplimiento del proyecto.

Indicador de Resultados: Es la fuente de medición de cualquier objetivo, meta o proceso y permite medir el grado de avance en la ruta para alcanzarlos.

Unidad de Medida: Es la forma como se leerá el indicador una vez que este ha sido calculado.

Meta Física: Meta a ser alcanzada hasta en 2 años, este campo debe ser completado con las cifras o porcentajes que correspondan a los niveles de logro que se estimen para el período planificado.

Inicio y Fin: Aquí se especifica el mes y año de inicio y finalización estimada.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS
REGIONAL DEL CENTRO - CIUDAD DE AMBATO
PLAN ESTRATÉGICO 2010 - 2011

Objetivo Estratégico 1: Fomentar la cultura estadística a través de capacitación a usuarios informantes y público en general.

PROYECTOS ESTRATÉGICOS	RESPONSABLES DIRECTOS	INDICADOR DE RESULTADOS	UNIDAD DE MEDIDA	META FÍSICA	META	
					INICIO	FIN
Capacitación a los estudiantes Universitarios, para elevar el conocimiento y sobre la importancia de la estadística.	Difusión Jefes Departamentales	5 eventos para recalcar la importancia y confidencialidad del dato estadístico realizados por los funcionarios del INEC	Evento	5	01/03/2010	01/12/2011
Capacitación a los estudiantes Colegiales, para elevar el conocimiento y sobre la importancia de la estadística.	Difusión Jefes Departamentales	5 eventos para recalcar la importancia y confidencialidad del dato estadístico realizados por los funcionarios del INEC	Evento	5	01/03/2010	01/12/2011
Capacitación a Clientes de las Instituciones Públicas y Privadas y Medios de Comunicación	Difusión Jefes Departamentales	5 eventos para recalcar la importancia y confidencialidad del dato estadístico realizados por los funcionarios del INEC e incentivar el uso de la información estadística.	Evento	5	01/03/2010	01/12/2011
Elaborar y distribuir trípticos con información local.	Difusión Análisis de la Información	24 trípticos, elaborar uno mensual en los dos años, que contenga información local.	Tripticos	24	01/01/2010	01/12/2011
Elaborar sistema de información y monitoreo de actividades de difusión que permita conocer criterios de informantes.	Desarrollo Tecnológico Difusión Análisis de la Información	1 sistema de Información que será aplicado 4 veces en los dos años y conocer los criterios de los informantes.	Sistema	1	01/06/2010	30/12/2010

Tabla 19.- OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS
REGIONAL DEL CENTRO - CIUDAD DE AMBATO
PLAN ESTRATEGICO 2010 - 2011

Objetivo Estratégico 2: Mejorar la calidad y credibilidad de la información estadística.						
PROYECTOS ESTRATÉGICOS	RESPONSABLES DIRECTOS	INDICADOR DE RESULTADOS	UNIDAD DE MEDIDA	META FISICA	META	
					INICIO	FIN
Implementar procedimientos de Control de Calidad a todas las operaciones estadísticas del INEC	Dep. Producción Económicas Dep. Producción Sociodemográfica Análisis de la Información Planificación	15 Operaciones estadísticas generadas con procedimientos de Control de Calidad por las unidades responsables.	Operaciones Estadísticas	15	01/04/2010	01/07/2011
Revisar y mejorar la producción estadística del INEC (metodología, cartografía, directorios, etc)	Dep. Producción Económicas Dep. Producción Sociodemográfica Análisis de la Información Planificación	15 Operaciones Estadísticas revisadas y mejoradas por las unidades responsables.	Operaciones Estadísticas	15	01/04/2010	01/07/2011
Mejorar la oportunidad en la entrega de la información de las estadísticas económicas y sociales	Dep. Producción Económicas Dep. Producción Sociodemográfica Análisis de la Información Planificación	10 Operaciones Estadísticas procesadas oportunamente por las unidades responsables realizados por los funcionarios del INEC e incentivar el uso de la información estadística.	Operaciones Estadísticas	10	01/04/2010	01/07/2011

Tabla 20.- OBJETIVO ESTRATÉGICO 2
Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

INS TITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS
REGIONAL DEL CENTRO - CIUDAD DE AMBATO
PLAN ESTRATEGICO 2010 - 2011

Objetivo Estratégico 3: Implementar una adecuada oferta estadística de acuerdo a las necesidades de demanda reales de información local.

PROYECTOS ESTRATÉGICOS	RESPONSABLES DIRECTOS	INDICADOR DE RESULTADOS	UNIDAD DE MEDIDA	META FISICA	META	
					INICIO	FIN
Institucionalizar mecanismos de interacción productor - usuario, para asegurar que la oferta estadística esté en línea con la demanda de la información (conformar y reactivar comisiones, actualizar convenios, talleres, etc.	Dep. Producción Económicas Dep. Producción Sociodemográfica Análisis de la Información Planificación Difusión	5 Comisiones, convenios y talleres realizados por las direcciones responsables.	Comisiones Convenios y Talleres	5	01/04/2010	01/12/2011
Producir estadísticas con información local de los Censos de Población Agropecuario, Económico	Análisis de la Información Planificación	12 tripticos con la información de los Censos	Tripticos	12	01/04/2010	01/12/2011
Efectuar encuestas cualitativas para evaluar el nivel de satisfacción y expectativas de los usuarios de las estadísticas que genera el INEC	Dirección Regional Difusión	3 estudios de Evaluación de expectativas ejecutados por las direcciones responsables.	Estudios	3	01/04/2010	01/12/2011
Realizar encuestas para evaluar las informaciones que más son consultadas por los clientes del INEC	Dirección Regional Difusión	3 Encuestas para conocer la demanda del usuario ejecutados por las direcciones responsables.	Encuestas	3	01/04/2010	01/12/2011

Tabla 21.- OBJETIVO ESTRATÉGICO 3
Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICON
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICON

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS
REGIONAL DEL CENTRO - CIUDAD DE AMBATO
PLAN ESTRATÉGICO 2010 - 2011

Objetivo Estratégico 4: Difundir las publicaciones que edita el INEC, y facilitar el acceso a la misma.

PROYECTOS ESTRATÉGICOS	RESPONSABLES DIRECTOS	INDICADOR DE RESULTADOS	UNIDAD DE MEDIDA	META FÍSICA	META	
					INICIO	FIN
Mantener las bases de datos depuradas a nivel nacional de todas las estadísticas que tiene el INEC.	Análisis de la Información Planificación Desarrollo Tecnológico	Bases de datos depuradas por la Dirección de Desarrollo Tecnológico	Bases de datos depuradas	1	01/08/2010	01/12/2011
Difundir con oportunidad la información estadística generada, a través de empleo de técnicas de comunicación.	Difusión	12 Operaciones Estadísticas difundidas con oportunidad por Difusión	Operaciones Estadísticas	12	01/08/2010	01/12/2011
Sistematizar la información metodológica de todas las actividades estadísticas del INEC	Dep. Producción Económicas Dep. Producción Sociodemográficas Análisis de la Información	6 Procesos Metodológicos optimizados por las unidades responsables.	Procesos Metodológicos	6	01/08/2010	01/12/2011
Establecer un sistema virtual de información estadística a nivel local	Difusión Dep. Desarrollo Tecnológico	Sistema Virtual de información estadística implementado por las unidades responsables	Sistema Virtual	1	01/08/2010	01/12/2011

Tabla 22.- OBJETIVO ESTRATÉGICO 4
Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICON
Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICON

6.7.7.- INDICADORES

- 1) Acceso a las Publicaciones del INEC
- 2) Acceso a los Sitios WEB
- 3) Acceso a los Trípticos
- 4) Acceso a las Revistas

6.8.- ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

RECURSOS HUMANOS, MATERIALES, ECONÓMICOS

Para la ejecución de la presente propuesta se necesitara el contingente del siguiente talento humano.

6.8.1. RECURSOS HUMANOS

- Autoridades del INEC, Regional del Centro
- Capacitadores de la Información estadística
- Jefatura de Difusión de la Regional del Centro
- Jefatura Tecnológica de la Regional del Centro
- Jefatura de Análisis de la Información

6.8.2. RECURSOS MATERIALES

- Computadoras
- Retroproyectores
- Pantallas
- Suministros de Oficina
- Bibliografía

6.8.3. RECURSOS ECONÓMICOS

Los recursos económicos para el desarrollo de la presente propuesta serán financiados con el Presupuesto asignado al Instituto Nacional de Estadística y Censos, que corresponde a la partida presupuestaria de Gastos INEC, los fondos son transferidos por el Ministerio de Finanzas de acuerdo a los requerimientos de la Oficina Regional. Al poner en consideración la siguiente propuesta anhelamos que las autoridades de la Dirección Nacional del Instituto Nacional de Estadística y Censos, ayuden a la consecución de estos fondos para el cumplimiento de este Proyecto para el bienestar de nuestra ciudad.

Presupuesto

Nro.	RUBROS	CANTIDAD	VALOR	VALOR
			UNITARIO	TOTAL
1	Compra de computadores potátiles	5	1200,00	6000,00
2	Material de escritorio (papel)	10 resmas	4	40,00
3	Proyectores Digitales	5	1200,00	6000,00
4	Impresoras a color	2	500,00	1000,00
5	CDs	20	0,50	10,00
6	Tonner para la Impresora	3	50,00	150,00
7	Movilización (Combustible)	10 galones	1,20	12,00
8	Imprevistos			50,00
9	TOTAL			13262,00

Tabla 23.- PRESUPUESTO

Fuente: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

Elaborado por: DRA. ADM. GLADYS SUSANA APRÁEZ PICÓN

6.8.4. EVALUACIÓN

6.8.5. PARAMETROS DE EVALUACIÓN

Número de Estudiantes Universitarios Capacitados

- Número de Estudiantes Colegiales Capacitados
- Número de Clientes de Instituciones Públicas y Privadas
- Número de Publicaciones Consultadas (Económica y Sociodemográfica)

6.8.6. ALCANCE DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS

Conseguir que exista cultura estadística en la mayoría de la población de la ciudad de Ambato, e incrementar el número de usuarios.

6.8.7. EFECTOS NEGATIVOS PREVISIBLES EN CASO DE NO EJECUTARSE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS

- La oferta estadística no acorde a las necesidades del Cliente.
- Disminución en la credibilidad de la información
- Desconocimiento por la escasa difusión de la información estadística
- Escasa Cultura estadística
- Debilitamiento Institucional

Con este plan de estrategias se busca fortalecer la toma de decisiones planteadas y participativas, con miras a construir una sociedad, capacitada, consciente y de pensamiento amplio y propositivo.

Para esto, es fundamental el compromiso ya que tenemos del deber de generar conciencia sobre la importancia de las estadísticas que produce el INEC, pues es un compromiso con nuestras generaciones futuras.

Siendo el Departamento de Difusión del Instituto Nacional de Estadística y Censos Regional del Centro, la ejecutora de la implementación y operatividad del plan de estrategias de concienciación, necesita el apoyo de la sociedad en general, para el monitoreo, seguimiento y evaluación del plan de supervisión del Departamento de Difusión del INEC Regional del Centro.

Dada la magnitud del proyecto y siendo fondos provenientes de una entidad pública, y sobre todo mirando el beneficio de toda una colectividad que debe garantizar su sostenibilidad, es necesario realizar un seguimiento del proyecto con miras a robustecerlo y hacer que se cumplan debidamente todos sus componentes, actividades, estrategias, responsabilidades y objetivos.

6.9.- PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Etapas Iniciales

Es la etapa inicial del proceso de evaluación, cuyo principal objetivo consiste en sensibilizar y comunicar a las instancias involucradas en el proceso la importancia de contar con su apoyo y participación. En esta etapa se evalúa las preguntas de la Encuesta a realizarse en esta Investigación.

Etapas de recolección de la Información

También podríamos llamarle etapa de aplicación de la evaluación, la cual se divide, a su vez, en tres partes:

Pre: Entrega de materiales al encuestador.

Durante: Obtención de la información a los encuestados.

Post: Revisión y organización de las encuestas.

Etapa de Procesamiento y análisis

En esta etapa se procede a realizar la captura de la información de las Encuestas, para tabular las preguntas, y analizar los resultados de los cuadros estadísticos y sus gráficos.

El análisis, es un proceso a través del cual se compara y analiza los resultados que se ha obtenido en nuestro trabajo con los objetivos que se propuso lograr, analizar el desconocimiento y credibilidad de la información estadística por parte de los clientes en la ciudad de Ambato, ha llevado a determinar la necesidad de implementar nuevas metas y estrategias.

¿Quién evalúa?

El Departamento de Difusión del Instituto Nacional de Estadística y Censos Regional del Centro.

¿Para qué evaluamos?

- Para mejorar el funcionamiento general del trabajo
- Obtener información para la toma de decisiones
- Analizar lecciones aprendidas.

La evaluación debe responder a los intereses e inquietudes concretas de los involucrados en ésta problemática, buscando replantear distintos aspectos negativos y positivos; buscando un aprendizaje; transmitiendo información y la experiencia a terceros, que serán los beneficiarios directos.

Por eso, es necesario discutir, reflexionar con los directivos del Instituto Nacional de Estadística y Censos y con todos los que participaron del plan.

Preguntarse si:

- Se cumplieron los objetivos planteados
- Se cumplieron los plazos de cada actividad
- Se realizaron todas las actividades propuestas
- Ha existido inconvenientes, cuáles y porqué
- El presupuesto estuvo ajustado a la realidad o no
- En donde faltó dinero y qué no se tomó en cuenta
- Participaron todos los que se habían comprometido a participar
- El plan cambió las condiciones de la población en la medida de lo previsto en los objetivos.
- Los que hicieron y participaron del plan están satisfechos con lo realizado.

1. - BIBLIOGRAFÍA

ARCOS OSCAR, Departamento Administrativo Nacional de Estadística – Dane - Dirección De Coordinación Y Regulación Del Sistema Nacional De Información Estadística – SNIE, Consolidación Del sistema Nacional De Información Estadística – SNIE - A través del plan Estadístico Nacional 2002 – 2006, Bogotá, Agosto de 2002

BATANERO CARMEN, Los retos de la cultura estadística, Universidad de Granada, España: En: www.indec.mecon.gov.ar/proyectos

BUENO. Dirección Estratégica de la Empresa. Metodología, Técnicas y Casos. Ed. Pirámides. Madrid. 1993.

CERTO, Samuel y PETER, J. Paúl. Dirección Estratégica. Tercera Edición. Editorial Mc.Graw-Hill Madrid. 1997

EL INE DE ESPAÑA LANZA INEBASE: LA NUEVA BASE DE DATOS EN INTERNET, en: Revista Fuentes Estadísticas, N°43 - Abril del 2000,

EUROPA RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA INFORMACION ELECTRONICA, En: la nota editorial de la Revista Fuentes Estadísticas N° 27, 1997.

FRANCIA: CIMIENTOS DE LA POLÍTICA EDITORIAL DEL INSEE: EnRevista Notas sobre Política Estadística en el Mundo, no. 75 09- 10/00

ITALIA: MEJORAR EL ALFABETISMO ESTADÍSTICO DE LOS CIUDADANOS Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, en: Notas sobre Política Estadística en el Mundo, N° 66, diciembre, 1999

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (1976) Reglamento Interno. Ecuador

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (1976) Reglamento Orgánico y Funcional. Ecuador

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (2004) Estatuto Orgánico Institucional. Ecuador

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (2004) Estatuto Orgánico por Procesos. Ecuador

LEON, Alberto. Organización y Administración, un enfoque sistémico. Editorial Printed. Colombia. 1998

MEDINA, Arnaldo, (2004). Tutoría de la investigación Científica. Quito – Ecuador.

NOTICIAS Y AGENDA, En: Revista Fuentes Estadísticas N°63 - Marzode 2002

POLÍTICA NACIONAL DE ESTADÍSTICA PARA EL MEDIANO PLAZO 2002-2006, INEI PERÚ, 2001.9. POLÍTICAS DE INFORMACIÓN NACIONAL (Documento Preliminar), Subdirección de Información Geocientífica INGEOMINAS, República de Colombia, febrero de 2001

PROYECTO DE POLÍTICA NACIONAL DE ESTADÍSTICA DEL ECUADOR INEC de Ecuador, 2001

UNA OBRA EUROPEA DE ENVERGADURA EN LOS AÑOS VENIDEROS: LA ESTADÍSTICA COMUNITARIA, en: Notas sobre

Política Estadística en el Mundo, número 84, Marzo - Abril 2002

WELLINGTON, Patricia. Que hace excelente un Servicio al Cliente. Editorial Madrid. Madrid 1997.

PÀGINAS DE INTERNET

<http://www.un.org>

<http://www.eclac.org>

<http://www.statscanada.ca>

<http://www.dane.gov.co>

<http://www.ine.gov.ve>

<http://www.inei.gob.pe>

<http://www.inec.gov.ec>

<http://www.ine.gov.bol>

<http://www.indec.gov.ar>

<http://www.inegi.gob.mx>

<http://www.ine.cl>

<http://europa.eu.int>

<http://europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/print-catalogue>

<http://dsbb.imf.org/gddsindex.htm>

<http://unstats.un.org/unsd/databases.htm>

<http://www.odysseus.it/sfabw/Dissemination.html>

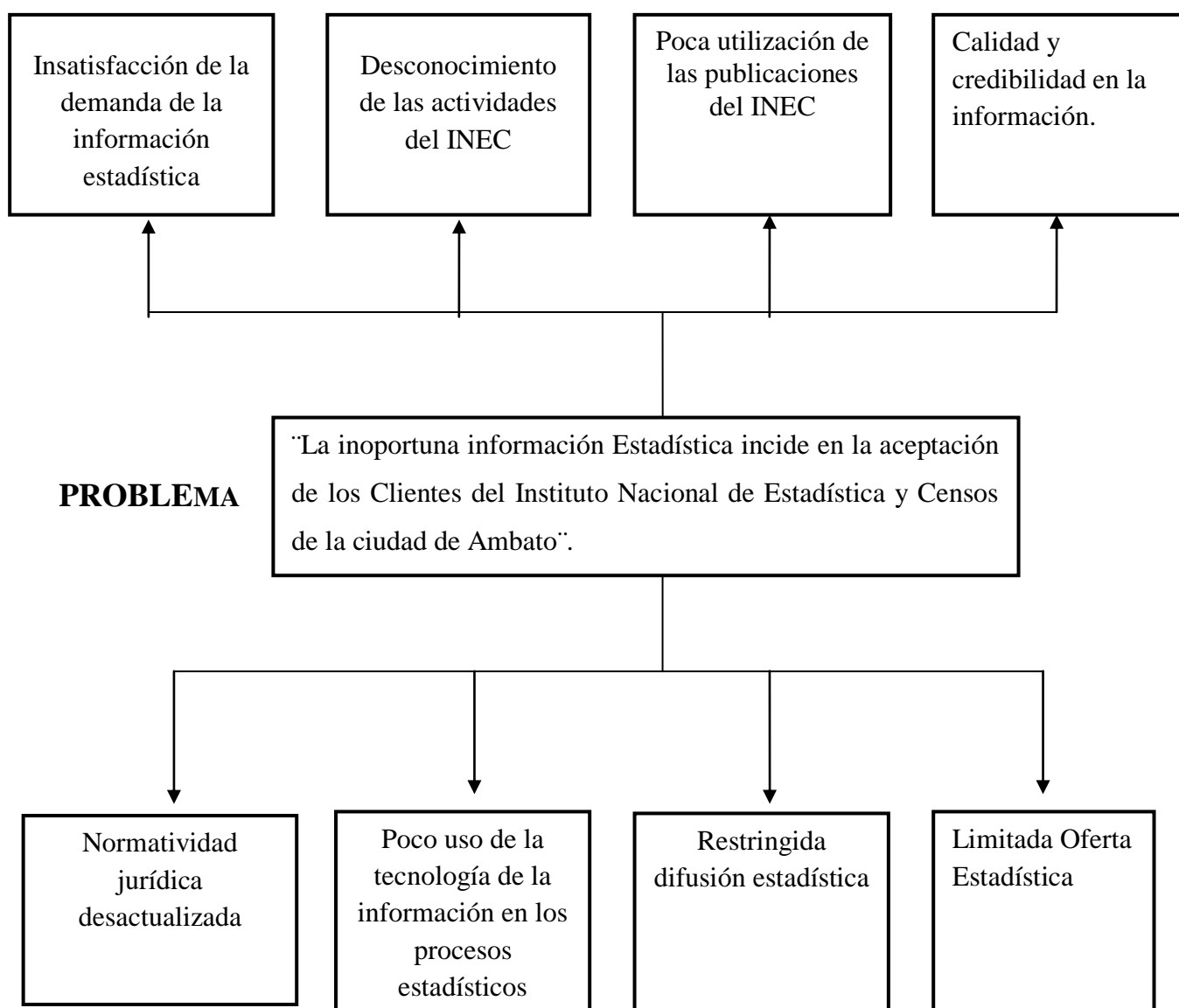
http://www.emexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_SN16

ANEXOS

ANEXO 01

ARBOL DE PROBLEMAS

EFFECTOS



CAUSAS

ANEXO 02

ENCUESTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

MAESTRIA EN GERENCIA PÚBLICA

PROYECTO DE TESIS DE GRADO

DATOS INFORMATIVOS

FECHA.....

LUGAR.....

INVESTIGADOR.....

OBJETIVO

La presente encuesta tiene el propósito de identificar a los clientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la Oficina Regional del Centro de la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES

Solicito de la manera más comedida se llene la presente encuesta de una manera veraz y objetiva.

La encuesta es confidencial y anónima, por lo tanto no ponga su nombre ni firma.

En cada pregunta señale una sola respuesta, la que usted considere la adecuada:

CUESTIONARIO

1.- ¿Usted piensa que los datos del INEC son confiables y se producen con un mínimo de error?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

2.- ¿Los indicadores estadísticos del INEC, son los mínimos necesarios para la planificación?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

3.- ¿Con la entrega oportuna de la información estadística, mejora la toma de decisiones en el tiempo?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

4.- ¿Con una planificación versátil y de óptima cobertura del INEC, beneficiará a los procesos de planificación del desarrollo del país?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

5.- ¿La difusión de las Estadísticas del INEC, llegan oportunamente a los Clientes?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

6.- ¿Cuál es su nivel de instrucción?

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Universitaria
- d) Post Grado

7.- ¿Conoce que publicaciones tiene el INEC?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

8.- ¿Cómo le gustaría recibir la información del INEC?

- a) Revistas
- b) Trípticos
- c) Libros
- d) Internet
- e) Otros

9.- ¿Y cada qué tiempo le gustaría recibir?

- a) Semanalmente
- b) Quincenalmente
- c) Trimestralmente
- d) Anualmente

10.- ¿Cree Ud. que es necesario una Veeduría ciudadana para el control de la calidad de las Estadísticas del INEC?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

ANEXO 03

ORGANIGRAMA DIRECCION REGIONAL CENTRO INEC

