

MAESTRIA EN MARKETING DE SERVICIOS
FACULTAD DE TURISMO



TESIS

**Calidad de la comunicación digital de los servicios
públicos prestados por el estado municipal
en Neuquén Capital**



ALUMNO

Lic. Dario Aguilera

Directora:

Dr. Marina Zanfardini

Co-Directora:

Mg. Andrea Gutasukas



Dedicatoria

A Yamila, mi compañera de vida, por ser una inspiración y siempre contar con su apoyo incondicional en cada momento y en cada situación.

Agradecimientos

Son muchas las personas que han contribuido y acompañado en el proceso de esta investigación y quiero agradecer. En primer lugar, quiero agradecer a Yamila, mi compañera de vida, y a mis amigos, ellos son quienes me acompañaron en este proceso y brindaron su apoyo, compañía y consejo.

Un agradecimiento especial para la Lic. Barbara Rojas, amiga y compañera de estudio, por acompañarme en los nuevos desafíos y ser fuente de referencia permanente.

Particularmente agradecer a Rosa, mi madre, por su apoyo incondicional; a mi abuela Carmen por ser una fuente de inspiración inagotable en mi vida. A mi familia, mis suegros y personas que de alguna u otra forma compartieron este enriquecedor proceso.

Gracias a la Facultad de Turismo de la UNCO, por permitirme formarme y crecer profesionalmente y a todas las personas participes de este proceso y principalmente a cada uno de los profesores de la Maestría, que me guiaron con su experiencia este proceso de investigación, brindando sus experiencias y acompañamiento en cada parte de la carrera.

Finalmente agradezco a la Dr. Marina Zanfardini y a la Mg. Andrea Gutauskas, por ser mis guías en este proceso de investigación, por su paciencia y enseñanzas, brindándome herramientas y su cálido consejo para que el proceso de la tesis fuera un momento de aprendizaje y disfrute de la maestría.

INDICE

Dedicatoria	1
Agradecimientos	2
RESUMEN	6
CAPITULO 1	8
1. Introducción	9
2. Planteamiento y justificación del tema	11
3. Objetivo General:	15
3.1. Objetivos Específicos:.....	15
CAPITULO 2	16
4. Marco Teórico-referencial.....	18
4.1. Contexto del tema a Estudiar	19
4.2. Gobierno Electrónico y Servicios Públicos	20
4.2.1. Gobierno Electrónico.....	20
4.2.2. Fases del Gobierno Electrónico	22
4.2.3. Servicios Públicos	23
4.2 . Comunicación Digital.....	25
4.2.1. Sitios Web.....	28
4.2.3. Sitio web y Redes Sociales institucionales	31
4.3. Calidad.....	33
4.3.1. Calidad Técnica.....	34
4.3.2. Calidad percibida por el Ciudadano	36
CAPITULO 3	44
5. Aspectos Metodológicos	45
5.1. Método para la identificación de los Servicios Públicos y los Canales de Comunicación Digital utilizados por el Municipio Neuquino	47
5.2. Método para medir de la Calidad Técnica de los Canales Digitales.....	49
5.3 Método para medir la calidad percibida del canal digital.....	55
CAPITULO 4	59
6. Análisis de datos y resultados	60
6.1. Servicios públicos prestados por el estado municipal y canales de comunicación digital utilizados por el mismo	61
6.2. Calidad Técnica del principal canal digital utilizado por el municipio neuquino	71
6.3 . Calidad percibida del canal digital utilizado por el municipio neuquino	79
6.2.1. Características de la muestra y perfil de los usuarios de servicios públicos.....	79

6.2.2. Calidad Percibida por los usuarios del sitio web del municipio de Neuquén	83
CAPITULO 5	89
7. Conclusiones.....	90
7.1. Implicaciones Gerenciales.....	95
7.2. Limitaciones de la Investigación.....	97
7.3. Futuras líneas de acción	98
Bibliografía	99
Anexo 1.....	103
Anexo 2: Cuestionarios.....	106
Anexo 2.1 Calidad de la comunicación digital de los servicios públicos en Neuquén capital.....	106
Anexo 2.2 Medición de la calidad técnica del sitio web del municipio de Neuquén capital	110
Anexo 2.3 Medición de la calidad técnica del sitio web del municipio de Neuquén capital	116
Anexo 3: Calidad técnica	119
Anexo 4: Calidad Percibida.....	122

Índice de Tablas

Tabla 1: Variables de la Calidad Técnica	35
Tabla 2: Dimensiones del Modelo Servqual	38
Tabla 3: Dimensiones de la E-SQUAL	40
Tabla 4: Dimensiones del E-G-SQUAL vs E-S-QUAL	42
Tabla 5: Metodología de la Investigación	45
Tabla 6: Metodología para la identificación de los Servicios Públicos y Comunicación Digital.....	47
Tabla 7: Metodología para medir de la Calidad Técnica de los Canales Digitales.....	49
Tabla 8: Medición con ayuda de un software.....	53
Tabla 9: Metodología para medir la Calidad Percibida del Canal Digital	56
Tabla 10: E-G-SQUAL ADAPTADO	56
Tabla 11: Gestión de los servicios públicos	62
Tabla 12: Fase de e-gobierno de los servicios públicos del municipio neuquino.....	64
Tabla 13: Promedios dimensiones Calidad Técnica.....	75
Tabla 14: Calidad Percibida por los usuarios del sitio web del municipio de Neuquén.....	84

Índice de Figuras

Figura 1: Sitio web Municipalidad de Neuquén	63
Figura 2: Transacciones del sitio web del Municipio de Neuquén.....	64
Figura 3: Pagina web de Transporte público del sitio web del municipio de Neuquén	65
Figura 4: Página web de Guía de Tramites del sitio web del municipio de Neuquén	66
Figura 5: Página web de Atención al ciudadano del sitio web del municipio de Neuquén	66
Figura 6: Redes Sociales Municipio de Neuquén.....	68
Figura 7: Comunicación en Facebook, Twitter e Instagram	69
Figura 8: Videos Municipalidad en YouTube	70

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Principales Conceptos del Marco Teórico-referencial	18
Gráfico 2: Espacio de Comunicación Digital Gobierno – Ciudadano	28
Gráfico 3: Calidad del Servicio	34
Gráfico 4: Calidades Técnicas	35
Gráfico 5: Modelo de las Diferencias o de los Gaps	38
Gráfico 6: Modelos de Percepción	43
Gráfico 7: Metodología de evaluación del Sitio Web	50
Gráfico 8: Calidad de la Información	51
Gráfico 9: Calidad de la interacción	51
Gráfico 10: Calidad del Medio Digital	52
Gráfico 11: Percepción del Ciudadano	55
Gráfico 12: Procedimiento para seleccionar encuestados y perfilarlos como usuarios Servicios Públicos	57
Gráfico 13: Metodología de análisis de la Calidad Percibida	58
Gráfico 14: Calidad de la información del sitio web del municipio de Neuquén	72
Gráfico 15: Calidad de Interacción del sitio web del municipio de Neuquén	73
Gráfico 16: Calidad del Medio Digital del sitio web del municipio de Neuquén	73
Gráfico 17: Calidad Técnica del sitio web del municipio de Neuquén medida por un Software	75
Gráfico 18: Comparación de la Calidad Técnica del sitio web del municipio de Neuquén	76
Gráfico 19: Notas Promedio Dimensiones	77
Gráfico 20: Perfil socio demográfico	79
Gráfico 21: Nivel de Instrucción	80
Gráfico 22: Situación laboral de la Muestra	81
Gráfico 23: Consulta de Servicios Públicos en el sitio web del municipio neuquino	81
Gráfico 24: Ultimo ingreso al sitio web del municipio neuquino	82
Gráfico 25: Dispositivos a través de los que los usuarios ingresan al sitio web del municipio neuquino	82
Gráfico 26: Servicios públicos gestionados en el sitio web del municipio de Neuquén	83
Gráfico 27: Promedios Calidad Percibida por los usuarios del sitio web del municipio de Neuquén	85
Gráfico 28: Nube de Sugerencias acerca del sitio web del municipio de Neuquén	87
Gráfico 29: Satisfacción de la experiencia en el sitio web del municipio de Neuquén	88
Gráfico 30: Recomendación del sitio web del municipio de Neuquén	88

RESUMEN

Los constantes avances tecnológicos, principalmente en la incorporación de internet en los distintos aspectos de la vida de las personas, motivan a una incorporación acelerada de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), por parte de los gobiernos como herramienta de desarrollo y gestión del gobierno electrónico (e-gobierno).

El desarrollo del e-gobierno debe permitir a los ciudadanos acceder de forma más simple y ágil a los servicios públicos brindados por el gobierno. Sin embargo, en la actualidad el desarrollo del e-gobierno es escaso y en algunos casos no supera las primeras fases, es decir inician la fase de presencia e interacción online y se estancan en la fase de transacción.

La incorporación de las TIC en los gobiernos, aceleraron la necesidad de una transformación tecnológica en cuanto a la comunicación de sus actos, sumado a ciudadanos cada vez más conectados digitalmente, que demandan más y mejores servicios tradicionales y digitales. Es por ello que el e-gobierno busca superar la etapa de transacción hacia la e-participación, siendo fundamental el desarrollo de los canales de comunicación digital a la hora de dar información y respuesta a los usuarios de los servicios públicos brindados por el estado.

La presente investigación busca hacer foco en la comunicación digital de los servicios públicos prestados propiamente dicho por el municipio neuquino, identificando los canales de comunicación digital usados como parte del e-gobierno; analizando a su vez la calidad técnica de estos canales y la calidad percibida por los usuarios a los cuales llegan esos canales, con el objeto de aportar indicadores como herramientas de gestión del e-gobierno.

En cuanto a la evaluación de la calidad del servicio del e-gobierno, son escasas las investigaciones preliminares, así como los instrumentos de medición, por ello y teniendo como referencia el modelo Servqual y su adaptación para los servicios web la E-Squal desarrollado por A. Parasuraman, se propone el modelo E-G-Squal como instrumento de medición y análisis de la calidad de los servicios prestados por el e-gobierno.

Durante el desarrollo de esta investigación se buscara dar respuesta a interrogantes tales como: ¿Cuáles son los servicios publicos prestados de forma directa por el estado municipal? ¿ Cuáles son los canales de comunicación digital utilizados por el e-gobierno? ¿En que fase se encuentra el e-gobierno municipal? ¿Cómo es la calidad tecnica del principal canal digital del e-gobierno? ¿Cuál es la percepcion del usuario de estos canales digitales?.

Palabras Claves: E-Gobierno; Servicios Públicos; Comunicación Digital; Calidad Técnica y Percibida; Usuarios.

CAPITULO 1

INTRODUCCION

PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACION DEL TEMA

OBJETIVO GENERAL

OBJETIVOS ESPECIFICOS



1. Introducción

El avance de las nuevas tecnologías, en especial la incorporación de internet en el día a día de los ciudadanos da origen a sociedades más conectadas e informadas y a ciudades cada vez más inteligentes (Albino, Berardi, & Dangelico, 2015). En este contexto, los gobiernos locales buscan transparentar sus acciones y facilitar la participación de los ciudadanos a través de los canales digitales, dando lugar a lo que se conoce como gobierno electrónico. La prestación de servicios públicos es una de las principales responsabilidades de los gobiernos locales, por esto y en el contexto de la tendencia hacia el gobierno electrónico, resulta fundamental estudiar la comunicación digital y el mensaje con el que se llega a los ciudadanos.

Para la Organización Internacional del Trabajo (1996) los servicios públicos son fundamentales y desempeñan un papel esencial en el desarrollo económico y social y son una condición sine qua non para la erradicación efectiva de la pobreza, y responsabiliza a los gobiernos de asegurar el acceso fiable y universal a los mismos en marcos normativos que prevean la rendición de cuentas.

A su vez el *diálogo social*, un componente esencial de la democracia pluralista, resulta de gran importancia en la elaboración de políticas conjuntas por parte de los interlocutores sociales (la ciudadanía, el gobierno, las empresas y la sociedad en su conjunto) con el fin de mejorar el suministro de los servicios públicos, logrando un acceso inclusivo, eficiencia en la prestación así como el monitoreo de aranceles y costos (Uriarte, 2006; OIT, 1996). Teniendo en cuenta que en América Latina -siguiendo la tendencia mundial- el diálogo, el debate y la discusión pública se ha trasladado al ámbito digital (CEPAL, 2012), se considera necesario describir la participación, percepción y los niveles de satisfacción de los ciudadanos ante la comunicación digital vinculada a los servicios públicos y, específicamente, la calidad del mensaje y de los medios digitales.

Es así que la presente investigación aborda el tema del gobierno electrónico de la ciudad de Neuquén, poniendo el foco en la **comunicación digital de los servicios públicos**. Se busca analizar la calidad de la comunicación digital de los servicios públicos de la ciudad de Neuquén, identificar y describir los servicios públicos prestados en forma directa por el estado municipal y determinar la calidad de los canales digitales elegidos para comunicar los servicios públicos y la calidad percibida por los usuarios, con el *objeto* de aportar

herramientas e indicadores que permitan identificar la retroalimentación con los ciudadanos, así como posibles mejoras a la hora de transparentar la gestión local.

2. Planteamiento y justificación del tema

En el mundo actual, que se caracteriza por la interconectividad, la creciente competitividad y el desarrollo de las TIC, la apertura democrática debe contar con una clara estrategia de e-gobierno que promueva la modernización de la administración pública, produciendo un cambio organizacional que permita desarrollar nuevas herramientas para mejorar la elaboración de políticas públicas, la prestación de los servicios públicos, y la medición de estas.

El fenómeno actual de la producción y administración de grandes cantidades de datos (*bigdata*) facilita tanto al sector privado como a la administración pública detectar oportunidades y amenazas del entorno en el que se desempeñan, transformándolas en información esencial para llevar adelante sus tareas.

Es en este escenario complejo, formado por la conjunción de los avances tecnológicos y la globalización, donde los gobiernos locales deben adaptarse y afrontar el reto de cómo comunicar y vincularse con los ciudadanos. Durante las últimas décadas, los gobiernos han considerado la importancia de implementar las TIC para la modernización del estado y ofrecer, mediante diversos canales digitales, nuevas alternativas a los ciudadanos para poder acceder a información, realizar trámites, realizar consultas, etc. (CEPAL, 2012).

Los gobiernos locales encontraron en la comunicación de sus acciones una potente herramienta para transparentar su gestión, dando origen a los denominados gobiernos inteligentes (*smart government*) (Araya & Orrego, 2004), los cuales están orientados al ciudadano y sus necesidades volcando todas sus capacidades (organizacionales, institucionales, humanas y económicas) a la recolección de información que le permita tomar decisiones tendientes al bien común. La gestión y las políticas públicas han considerado las TIC en el sector público como un medio para aumentar la eficiencia, eficacia y productividad, incluso la calidad de los servicios, la participación ciudadana o la transparencia, pero sin considerar el alcance del fenómeno en toda su dimensión (Soria, 2017).

En Argentina en el año 2005 se establece el Plan Nacional de Gobierno Electrónico (Decreto 378/2005), iniciativa que no es aislada, sino que es compartida con distintos países (CEPAL, 2012) que comienzan a establecer bases para evaluar el grado de implementación del gobierno electrónico o promover buenas prácticas.

Mientras en la provincia de Neuquén y en la ciudad de Neuquén, se viene trabajando en la modernización y digitalización de la administración pública hace más de una década, durante el mes de abril de 2018 se presentó un portal de consultas en línea, como parte del plan de agilizar las acciones del Estado y acercar esa información al ciudadano. A su vez, cabe resaltar que el municipio neuquino en su carta orgánica municipal establece en sus artículos 12¹ y 13² el derecho a la información y comunicación, garantizando el acceso a la información y la elaboración de políticas comunicacionales para que los ciudadanos tengan conocimiento de las temáticas de interés general. Un ejemplo de ello es el portal digital sobre consulta en línea de los dictámenes emitidos por la Asesoría General de Gobierno que permitirá su búsqueda por tema, fecha, número, causante u otros datos de interés.

Esta propuesta de acceso inmediato sirve para que la gente no tenga que desplazarse hacia otras ciudades y pueda tener la información desde su casa, además acelera los tiempos administrativos y permite que los ciudadanos conozcan el trabajo que se hace en la profundización de las políticas de Estado, la iniciativa implica un nuevo avance en el camino hacia un Estado más moderno, con un mejor control y con una socialización de la información pública, indicó el asesor general de Gobierno, Germán Hellriegel (Neuquén Informa, 2018).

Los servicios públicos entendidos como *“toda acción o prestación realizada por la administración pública activa, directa o indirectamente, para la satisfacción concreta de necesidades colectivas”* (Bielsa, 1964, pág. 463), no escapan al avance de las nuevas tecnologías y es aquí donde el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México CONACYT se pregunta acerca de *¿Cómo la Administración Pública responderá de forma innovadora y con eficacia a las contingencias que resultan de las demandas de los ciudadanos?*, la respuesta gira en torno a que la administración pública del siglo XXI debe generar nuevos servicios públicos más éticos, innovadores, con compromiso social y enfocado en el bienestar de las personas (Soria, 2017).

Por su lado, Aboy García (2017) brinda una concepción más actual de los servicios públicos, entendido como las actividades que desarrolla la administración pública para satisfacer una necesidad de los ciudadanos, como puede ser el abastecimiento de agua, la recogida de

¹ Artículo 12° La Municipalidad garantizará a la comunidad acceso a la información relacionada con la gestión de gobierno, que será completa y oportuna. Todos los vecinos tienen derecho a recibir y proporcionar información.

² Artículo 13° La Municipalidad elaborará políticas, programas y acciones comunicacionales adecuadas a las necesidades de su población, dando prioridad a los canales de participación y al interés general sobre el particular o sectorial.

residuos o la limpieza diaria. A su vez destaca que el concepto de servicio público ha dejado de tener el arcaico sentido de mera prestación básica para pasar a ser el motor que impulsa una nueva sociedad.

Los servicios públicos deben basarse en una idea globalizada de relaciones multidireccionales entre lo público y lo privado y la comunicación es esencial para la administración pública y los denominados gobiernos inteligentes. Es por ello que la aparición de las tecnologías sociales unidas a la filosofía de la web 2.0 están facilitando un nuevo enfoque en el sector público, cada vez más dirigido hacia la innovación colaborativa y posiblemente la co-creación de servicios y políticas públicas con la ciudadanía (Soria, 2017).

En su artículo *“Servicios públicos 4.0, la revolución pendiente”* Aboy García (2017), se pregunta y hace reflexionar acerca de si en pleno siglo XXI: ¿No deberíamos conocer cómo acceder a los nuevos servicios que están a disposición de todos a través de un clic? ¿No deberíamos ser informados de todo lo que las nuevas tecnologías nos dejan hacer sin movernos de casa y, por tanto, olvidarnos por fin de sufrir largas colas ante un mostrador para pedir un certificado, participar en la obtención de una subvención, presentar una reclamación o cualquier otra solicitud?

El análisis de los mecanismos gubernamentales y su impacto en la sociedad es esencial para la construcción del conocimiento, y la divulgación de los resultados es fundamental para los ciudadanos, dándoles una información certera a la hora de elegir y tomar decisiones en materia de servicios públicos, aportando más transparencia, equidad e igualdad a toda la sociedad.

El análisis del e-gobierno busca generar eficiencia y la eficacia dentro de la administración pública, reducir la burocratización y generar la transparencia en los actos públicos y el acercamiento de la administración pública con el ciudadano, con base a la tecnología al servicio de la gente.

La medición del desempeño del e-gobierno contribuye a una mejor comprensión de la sociedad y de la retroalimentación para el diseño e implementación de políticas públicas. Esta medición debe estar basada en la evaluación de la percepción ciudadana. Dicha evaluación permite entender los alcances de las políticas públicas implementadas por el gobierno en su faceta electrónica, los factores que lo impulsan o limitan, los riesgos y factores negativos de su implementación.

Por lo anteriormente expuesto, es que la comunicación y el vínculo con el ciudadano, son necesarios para alinear las expectativas de los ciudadanos con los resultados obtenidos, en búsqueda de generar accesibilidad y confianza en materia de políticas públicas, en las que el ciudadano debe ser su prioridad. Es por ello, que resulta indispensable analizar la comunicación digital de los servicios públicos y como el mensaje es dirigido al ciudadano. Siendo necesario identificar los públicos objetivos, definir qué y cómo se va a comunicar, si se quiere generar una verdadera revolución en materia de comunicación y de cómo acercar la gestión local a los ciudadanos.

3. Objetivo General:

Analizar la calidad de la comunicación digital de los servicios públicos de Neuquén prestados directamente por el estado municipal.

3.1. Objetivos Específicos:

- A. Identificar y describir los servicios públicos prestados de forma directa por el estado municipal, así como los canales de comunicación digital utilizados para comunicar los servicios a los ciudadanos.
- B. Describir la calidad técnica a través de las dimensiones información, interacción y medio digital, del principal canal digital utilizado por el municipio para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado.
- C. Describir la calidad percibida por los usuarios del principal canal digital utilizado por el municipio para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado, a través de las dimensiones cumplimiento, eficiencia, seguridad, servicio al usuario y contacto.

CAPITULO 2

MARCO TEORICO REFERENCIAL

GOBIERNO ELECTRÓNICO Y SERVICIOS PÚBLICOS

GOBIERNO ELECTRÓNICO

FASES DEL GOBIERNO ELECTRÓNICO

SERVICIOS PÚBLICOS

CARACTERES DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

FORMAS DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

COMUNICACIÓN DIGITAL

SITIOS WEB

REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN DIGITAL

SITIO WEB Y REDES SOCIALES INSTITUCIONALES

CALIDAD

CALIDAD TÉCNICA

CALIDAD PERCIBIDA POR EL CIUDADANO

MODELO SERVQUAL

E-SQUAL: UNA ESCALA DE ELEMENTOS MÚLTIPLES PARA EVALUAR CALIDAD DE SERVICIO ELECTRÓNICO

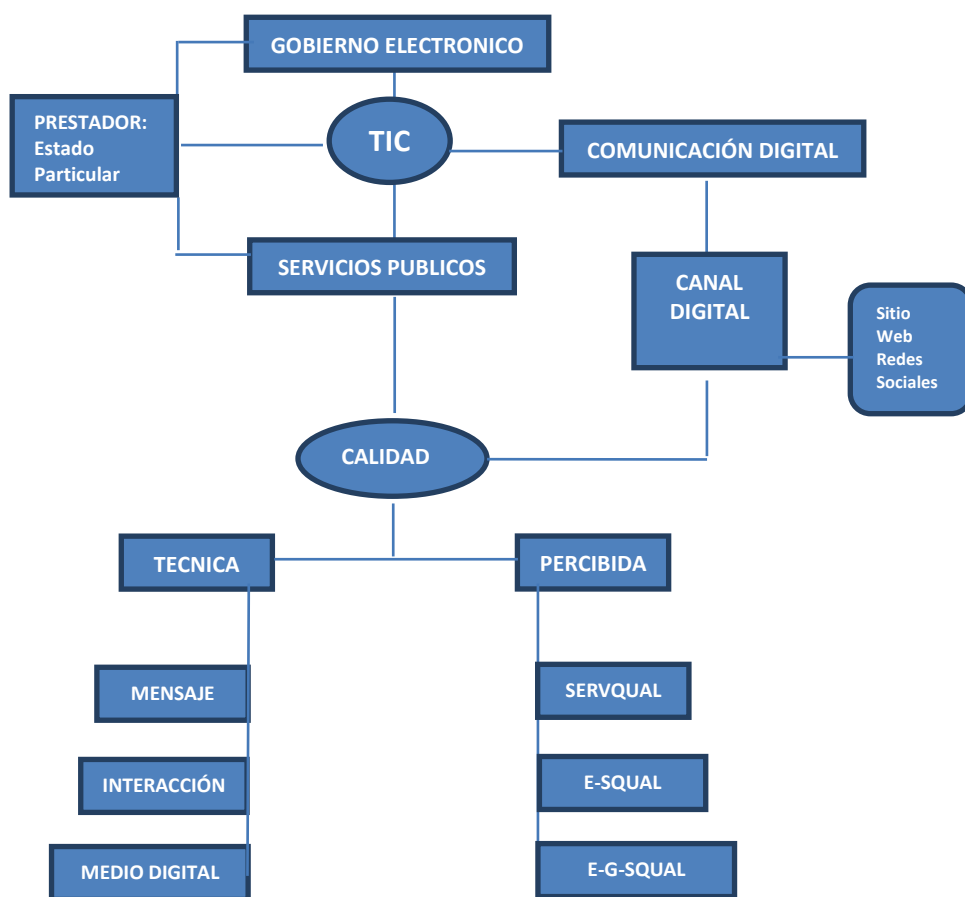
E-G-SQUAL: LA E-SQUAL ADAPTADA PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL E-GOBIERNO EN LA CALIDAD



4. Marco Teórico-referencial

El gráfico n°1 expone los principales conceptos presentados en el marco teórico referencial, en el mismo se proponen conceptos y teorías vinculadas a la calidad de la información y la percepción de los ciudadanos acerca de la comunicación digital de los servicios públicos, a la vez que se presentan conceptos que permitan evaluar, desde la experiencia del ciudadano, la calidad de la comunicación digital de los servicios públicos mediante la experiencia del usuario en el sitio donde se brinda el servicio y medir la fase de madurez de gobierno electrónico a nivel local.

Gráfico 1: Principales Conceptos del Marco Teórico-referencial



Fuente: elaboración propia.

4.1. Contexto del tema a Estudiar

La Nación Argentina adopta para su gobierno la forma Representativa, Republicana y Federal. La forma Federal hace que las provincias conserven su autonomía y esto se traslada a los municipios. Los estados Provinciales están divididos en Departamentos, estos a su vez dividido en distritos y éstos en localidades.

Las localidades se clasifican administrativamente en municipios, principalmente en función del número de habitantes. La naturaleza, composición y competencias del gobierno de cada localidad depende de su rango, estableciéndose en las diferentes constituciones los criterios de clasificación y las formas de gobierno (Presidencia de la Nación, 2019).

Las localidades que superan un cierto número de habitantes, se denominan **Municipios** y están gobernadas por una Municipalidad cuya rama ejecutiva es ejercida por el *Intendente* elegido por sufragio universal directo, y cuya rama legislativa, con potestad para la sanción de Ordenanzas Municipales, es ejercida por un *Concejo Deliberante* (Presidencia de la Nación, 2019).

Se puede definir al *municipio* como una persona de derecho público compuesta por un grupo social humano interrelacionado por razones de vecindad al estar asentado permanentemente en un territorio dado, con un gobierno propio y sometido a un orden jurídico específico, con el fin de mantener el orden público, prestar *servicios públicos* indispensables para satisfacer las necesidades elementales de carácter general de sus vecinos y realizar las obras públicas requeridas por la comunidad (Martínez Gil, 2009, pág. 199).

Es así que el art. Nº 2 de la carta orgánica de la ciudad de Neuquén establece que: “El municipio de Neuquén es autónomo, independiente de todo otro Poder en el ejercicio de sus competencias institucionales, políticas, administrativas, económicas y financieras, sin más limitaciones que las establecidas en la Constitución de la Provincia del Neuquén y en esta Carta Orgánica” (Honorable Convención Constituyente, 1995).

Mientras que en el art. Nº 5 se deja en claro que la administración municipal servirá a los intereses y necesidades de los vecinos y regirá sus acciones bajo los principios de igualdad, equidad, participación y solidaridad. Se procurará la descentralización y desconcentración de las funciones, a fin de lograr una eficiente prestación de servicios públicos y la ejecución de las obras públicas. Mientras que en su art. Nº 139 y 140, establece que serán competencia del municipio todos los servicios públicos que se presten en el ejido municipal, respetando las jurisdicciones reservadas a los Estados nacional y provincial, ejerciendo las facultades concurrentes cuando ello proceda y garantizando la prestación, por sí o por terceros, de los servicios públicos esenciales. (Honorable Convención Constituyente, 1995).

En la actualidad, en lo que se refiere a tendencias de gerenciamiento estatal, toma fuerza la visión del *gobierno empresario*, que separa la toma de decisiones de la prestación de servicios públicos. De allí la más frecuente recurrencia de los municipios a las concesiones³, las cooperativas de usuarios (por ejemplo, electricidad) o empresas estatales antárticas. De aquí nace la necesidad de garantizar el derecho a la información⁴ por parte de los ciudadanos y la comunicación⁵ de los actos del gobierno municipal en general y de los servicios públicos en particular.

El siglo XXI posiciona a Neuquén Capital como la ciudad más importante del sur argentino. Consolidándose como principal foco de concentración política, administrativa y económica de la Patagonia, puerta de entradas a inversiones extranjeras y del turismo. Receptora de la mayor cantidad de nuevos habitantes del país y centro de servicios más grande de una región que concentra a casi 600 mil habitantes. Sumado a la irrupción de la tecnología en cada aspecto de la vida de los ciudadanos y la necesidad de brindar información, servicios y comunicación de forma precisa, ágil y al alcance de cada ciudadano.

4.2. Gobierno Electrónico y Servicios Públicos

Las TIC en los servicios públicos cada día son más relevantes en las estrategias públicas de los gobiernos. Por ello, el estudio de los mecanismos para evaluar y medir el desempeño del gobierno electrónico cobra mayor importancia en el desarrollo e implementación de las políticas públicas. Ante este nuevo paradigma es que los gobiernos electrónicos deben presentar estrategias dinámicas y que acerquen el Estado a los ciudadanos.

4.2.1. Gobierno Electrónico

La Organización de los Estados Americanos (OEA) se refiere al e-gobierno como la aplicación de las TIC al funcionamiento del sector público, con el objetivo de incrementar la eficiencia, la transparencia y la participación ciudadana (OEA, 2014). En consecuencia, con esta definición el e-gobierno implica innovación en las relaciones internas y externas del gobierno con: otras agencias gubernamentales; sus propios empleados; las empresas y el ciudadano.

Por su parte la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) afirma que el e-gobierno se traducen en el uso de TIC, particularmente Internet, como una herramienta para alcanzar un mejor gobierno; mientras que el Banco Mundial sostiene que

³ Artículo 141º Carta Orgánica de la ciudad de Neuquén.

⁴ Artículo 12º La Municipalidad garantizará a la comunidad acceso a la información relacionada con la gestión de gobierno, que será completa y oportuna. Carta Orgánica de la ciudad de Neuquén.

⁵ Artículo 13º La Municipalidad elaborará políticas, programas y acciones comunicacionales adecuadas a las necesidades de su población, dando prioridad a los canales de participación y al interés general sobre el particular o sectorial. Carta Orgánica de la ciudad de Neuquén.

el concepto e-gobierno destaca la importancia que adquieren las TIC en la prestación de servicios gubernamentales (Naser & Concha, 2011).

Naser & Concha (2011) subrayan, que el uso de dichas tecnologías, transforman las modalidades en las que se relaciona el gobierno con los usuarios (personas y empresas) y, en consecuencia, implica modificaciones en cada uno de los actores involucrados. Por último, el *Gartner Group*⁶ lo define como una innovación continua de los servicios, la participación de los ciudadanos y la forma de gobernar mediante la transformación de las relaciones externas e internas a través de la tecnología, internet y los nuevos medios de comunicación (Rodríguez G. , 2004).

La implementación de las TIC en el ámbito de las administraciones públicas ha favorecido la democracia de los gobiernos. Este proceso, denominado, en sentido amplio, e-gobierno, ha permitido, además de una mayor accesibilidad y transparencia de la información una mejora en la prestación de servicios públicos y una mayor interacción y participación ciudadana en la gestión pública (Muñoz, Rodríguez Bolívar, & Garde Sánchez, 2014).

Las Naciones Unidas, en su *World Public Sector Report: Government at the Crossroads* (2003), incluye el concepto de *e-participación*, y lo incorpora en la definición de e-gobierno, como la habilidad de las personas de involucrarse en un diálogo con sus gobiernos como consumidores de los servicios públicos y participar en los procesos políticos como ciudadanos.

El e-gobierno constituye una nueva manera de organizar la gestión pública para aumentar la eficiencia, transparencia, accesibilidad y capacidad de respuesta a los ciudadanos a través de un uso intensivo y estratégico de las tecnologías de la información y comunicaciones, tanto en la gestión interna del sector público como en sus relaciones diarias con ciudadanos y usuarios de los servicios públicos (Araya & Orrego, 2004).

Teniendo en cuenta los conceptos expresados anteriormente, el e-gobierno tiene implicaciones sobre la organización y la función del gobierno en lo que se refiere a los siguientes aspectos (Naser & Concha, 2011): 1) Acceso a la información; 2) Prestación de servicios y realización de trámites; 3) Participación ciudadana; 4) Busca optimizar el uso de los recursos para el logro de los objetivos trazados; 5) Su implementación implica el paso por

⁶ Gartner Inc. es una empresa consultora y de investigación de las tecnologías de la información con sede en Stamford, Connecticut, Estados Unidos. También tiene una sede en Fort Myers Florida y otras oficinas ubicadas en Europa, Asia e Hispanomérica. Hasta 2001 era conocida como Gartner Group

una serie de estados (o fases), no necesariamente consecutivos; 6) Es un medio, no un fin en sí mismo.

4.2.2. Fases del Gobierno Electrónico

La Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento (AGESIC) propone que el desarrollo del gobierno electrónico debe asumirse como un proceso evolutivo que comprende al menos cuatro fases: Presencia, Interacción, Transacción y Transformación. Estas fases no son interdependientes ni tampoco necesitan que termine una para que comience la otra. Cada una de ellas tiene distinto objetivo y requiere distintas exigencias en términos de costos, necesidades de conocimiento y nivel de uso de las TIC (AGESIC, 2010).

En la misma línea, Araya & Orrego (2004), establecen las siguientes fases del gobierno electrónico:

- *Presencia*: refiere en esencia a brindar información a los usuarios. En este caso se insertan las páginas web institucionales, portales de transparencia, sitios con información focalizada de trámites y servicios, entre otros. No existe mayor relación con ciudadanos y empresas debido a que la información puesta en línea no posibilita la interacción.
- *Interacción*: en esta fase se incluye la oferta de servicios, por lo tanto, las personas tienen acceso a información crítica, llenar formularios que puede disponer de la red y establecer comunicación mediante correo electrónico.

La AGESIC además establece que en esta fase es posible una comunicación más directa entre los ciudadanos y los organismos. Estos no sólo brindan información, sino que están preparados para recibir opiniones y establecer una comunicación con la población a través del correo electrónico, envío de formularios, de comentarios de opinión o de foros.

- *Transacción*: durante esta fase las instituciones públicas ofrecen la realización de servicios a través de Internet, esto es, el auto servicio mediante el cual los ciudadanos pueden realizar trámites completos en línea. Como referencia se pueden mencionar las ventanillas digitales para pago de impuestos en las páginas web, la presentación de la declaración de impuestos, los kioscos o cajeros de servicios electrónicos, entre otros.
- *Transformación*: consiste en la integración total entre instituciones gubernamentales y ciudadanía, ofreciendo servicios cada vez más personalizados. En esta etapa nace la llamada *Ventanilla Única y Sistemas de agencias cruzadas con servicios compartidos*.

Para alcanzar esta fase los organismos deberán modificar sus estructuras, su estilo de atención al público y el flujo de trámites, para proveer sus servicios de forma electrónica. Además, se debe fomentar y promover el uso de tecnologías que permitan una participación activa de los ciudadanos en la formación, discusión y evaluación de políticas públicas (AGESIC, 2010).

- *Participación democrática*: consiste en lograr que los avances tecnológicos puedan ser el medio para ejercer derechos ciudadanos, tales como el voto electrónico y el acceso a la información sobre acciones y decisiones de los gobernantes elegidos, e incluso, la contraloría o vigilancia social.

En la medida en que el nivel de madurez va aumentando, la complejidad de los sistemas también aumenta. Por otro lado, y asociado al grado de madurez en la que se encuentra el e-gobierno, también se asocia una evolución tecnológica y cultural, ya la incorporación de herramientas TIC en la gestión pública otorga grandes beneficios a todo nivel tanto de los estamentos públicos como la sociedad en su conjunto (Naser & Concha, 2011).

4.2.3. Servicios Públicos

Los servicios públicos, originalmente, eran entendidos como *“toda acción o prestación realizada por la administración pública activa, directa o indirectamente, para la satisfacción concreta de necesidades colectivas, y asegurada esa acción o prestación por el poder de policía”* (Bielsa, 1964, pág. 463).

Una definición más actual la ofrece Casermeiro de Goytia (2014), quien concibe a los servicios públicos como aquellos servicios que brinda el Estado y están destinados primordialmente, a satisfacer las necesidades de los ciudadanos de una comunidad (o sociedad) donde estos se llevan a cabo y sobre la cual, dicho Estado gobierna. A la vez que recalca que *“todo servicio público debe poseer una cualidad que se denomina consistencia. Es decir, deberá ser permanente, ofreciendo el mismo nivel de servicio de forma constante y continua a lo largo del tiempo”* (Casermeiro de Goyita, 2014, pág. 9).

Asimismo, según Fuentes (1990) los servicios públicos pueden clasificarse de la siguiente forma:

- *Servicios básicos*: agua potable, drenaje y alcantarillado, calles y banquetas, alumbrado público.
- *Servicios básicos complementarios*: servicio de recolección de residuos; educación; cementerios; transporte público; vialidad y ordenamiento territorial, etc.

- *Protección a la comunidad*: salud; asistencia social; protección ecológica; prevención de desastres; comunicación social.
- *Bienestar social*: parques y jardines; protección y fomento del patrimonio.
- *Fomento de la actividad económica*: agropecuarios; industriales y de servicios.

Para Fernando Palladino (Subsecretario de Transporte y Tránsito - Municipalidad de Neuquén, 2018), los servicios públicos son la actividad que desarrolla el Estado, por sí o a través de Prestadores Privados (concesionarios) para satisfacer determinada necesidad de la población con carácter general y en igualdad de condiciones, de manera regular y continúa.

4.2.3.1. Caracteres de los Servicios Públicos

Los servicios públicos al igual que cualquier actividad administrativa están marcados por una serie de características que permiten individualizarlos y a la vez determinar los derechos del ciudadano y las obligaciones de la administración de los mismos. Es así que Rodríguez (2013), establece que los caracteres de los servicios públicos son los siguientes:

- *Continuidad*: el servicio debe ser prestado cada vez que la necesidad que satisface se presente. En relación a su suspensión, se puede hablar de continuidad absoluta cuando la necesidad colectiva que cubre el servicio público no admite que el mismo sea interrumpido, y de continuidad relativa cuando el servicio se presta en determinadas oportunidades.
- *Regularidad*: que el servicio sea regularmente prestado debe entenderse de conformidad a las reglas o normas preestablecidas; las condiciones a que se sujeta la efectiva prestación del servicio.
- *Uniformidad*: la igualdad de trato para todos los usuarios del mismo servicio, la cual deriva del principio de igualdad establecido en el art. 16 de la constitución nacional.
- *Generalidad*: la prestación del servicio público tiene por fin la satisfacción de una necesidad colectiva y como tal debe ser usado y exigido por todos los ciudadanos.
- *Obligatoriedad*: el servicio público establece la relación jurídica prestador-usuario y por su propia naturaleza está obligado a prestarlo quien lo toma a su cargo y a exigirlo el usuario.

4.2.3.2. Formas de prestación de los Servicios Públicos

Los servicios públicos pueden ser prestados de forma directa por el estado o por terceros a través de concesiones. Sobre las formas de prestación Rodríguez (2013) detalla que el interés colectivo puede ser satisfecho de dos maneras:

- a) Servicio público prestado directamente por el Estado a través de órganos de la administración central o por entidades descentralizadas, autárquicas o empresas públicas.
- b) Servicio público prestado por particulares, sean sujetos privados o entidades públicas no estatales, en este caso lo hacen a través de una concesión, licencia o permiso otorgado por el estado a quienes reúnan las condiciones exigidas para ser prestatarios del servicio durante el término convenido y según sean los términos de la concesión con la transferencia de prerrogativas sobre el dominio público.

4.2. Comunicación Digital

Según Kotler (2003) el concepto de comunicación existe independientemente de ser planificada o no. La promoción, es la parte de la comunicación diseñada por una organización para estimular el interés en la compra de sus productos o servicios. Para la presente investigación se entiende como una herramienta de difusión de la gestión y servicios del e-gobierno.

En términos generales, la comunicación digital se remite al proceso comunicativo que se da a través de un dispositivo y, por tanto, aunque toma como referencia la comunicación personal física, esta comunicación también posee características propias, las que se dan como parte de la adaptación de los usuarios a un espacio digital (December, 1997). Esta definición resulta más bien abarcativa de toda comunicación mediada por computadora, sea esta una PC, un *smartphone* o una *tablet* ya que todos estos dispositivos encajan, de manera general, en la definición de computadora.

Por su parte, Scolari (2008) define la comunicación digital como la reunión de actividades de comunicación que pueden originarse con un par de personas, un grupo o aquella que proviene de las organizaciones. Todas estas comunicaciones devienen en un conjunto de bits. De acuerdo con el autor, esta comunicación se diferencia de la comunicación de masas en los siguientes puntos: la configuración muchos-a-muchos (reticularidad); las estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad); la convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad); la participación activa de los usuarios (interactividad).

La adopción de soluciones basadas en el uso de Internet, plataformas y actualmente en las llamadas *App* (aplicaciones móviles), rompió un paradigma en la manera en que las instituciones del sector gubernamental ofrecen servicios a la población en el mundo entero,

trayendo como principales beneficios mayor transparencia, reducción de tiempos de espera y en muchos casos, trámites que se han simplificado (González, 2017).

La comunicación digital surge con la utilización de nuevas tecnologías que se han introducido de manera radical y veloz en el campo de la comunicación social, lo cual favorece a los usuarios en su forma de comunicarse al instante. Comunicación digital implica también interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectados en la red.

Por lo expuesto, tendremos en cuenta que no es lo mismo comunicar que informar, *informar* es cuando uno emite y otro recibe, en tanto *comunicar* es cuando ambos emiten y reciben, estableciéndose un proceso de *retroalimentación* e intercambio que supera el mero hecho de escuchar y recibir. Todo dato que llega hasta una persona es información, pero en el momento en que ese dato es interpretado y devuelto enriquecido a quien lo ha enviado, se transforma en un acto de comunicación (Casermeiro de Goyita, 2014).

La comunicación corporativa es entendida como un proceso intencional que tiene como objetivo transmitir mensajes que contienen información y/o símbolos para dirigirse a varios públicos (interno, externo, *co-makers*). Dentro de la comunicación corporativa es importante distinguir entre canales y flujos de comunicación, mientras que los primeros son relativamente estáticos, es decir, que varían muy poco en el tiempo, los segundos son por naturaleza dinámicos. El canal, por otro lado, existe independientemente del hecho de que haya flujos transitando a través de él (Celaya, 2007).

Esta distinción entre canales y flujos es un aspecto importante de la gestión de información y comunicación. De hecho, Celaya (2007) expresa que para transmitir información y generar flujos de comunicación, las instituciones deben invertir en la creación (o identificación) y mantenimiento de los canales más adecuados.

Hoy en día, donde las TIC son ampliamente difundidas, los canales de información y comunicación son principalmente digitales (adoptando tecnologías específicas que continúan evolucionando en el tiempo, desde la línea telefónica dúplex, fibras ópticas, conexión inalámbrica, etc.), mientras los flujos de comunicación son paquetes digitales que pueden contener datos, sonido, imágenes, película o varias combinaciones de lo mismo, indistintamente. Es así que, la digitalización ha posibilitado el desarrollo de numerosos canales (analógica primero y luego digital), tanto reservados como públicos, lo que simplifica

la circulación de información (Celaya, 2007). Se habla de un tipo de comunicación más fluido y dinámico que permite la integración de todos los involucrados.

En referencia a esto, autores como Celaya y Paladines-Galarza expresan que:

“La comunicación deja de ser lineal, de arriba a abajo, sino que se fomenta una conversación entre todos los involucrados, un modelo más participativo y que permite tener flujos comunicativos descendentes de arriba abajo, y ascendente de abajo a arriba” (Celaya, 2007, pág. 39)

“La comunicación integrada involucra a todos los que son parte de la organización, pero, para el efecto, todos deben estar alineados a una identidad corporativa (misión, valor) que es transmitida a los diferentes públicos” (Paladines-Galarza, 2013, pág. 106).

Asimismo, Capriotti (2009) construye un concepto muy ligado a la comunicación digital, denominada comunicación corporativa 2.0 (en alusión a la Web 2.0) y a diferencia de la comunicación digital en general, este concepto integra de manera innata un vínculo con el estudio organizacional de la comunicación. En palabras de Capriotti:

“...la comunicación corporativa 2.0 adquiere nuevas características: bidireccional, la comunicación es 'conversacional', ya que hay un flujo importante de información entre la organización (como emisor/receptor) y los diferentes públicos (como emisores/receptores) [...] hay múltiples focos de irradiación de información sobre la organización (cada uno de los diferentes públicos). La comunicación se vuelve multidireccional. Personalizada: la relación y el intercambio de información se pueden realizar de forma individualizada (de la organización con cada uno de los públicos o con los miembros de un público), conociendo sus particularidades y necesidades” (Capriotti, 2009, págs. 64-65).

Una vez individualizadas las definiciones que se tienen sobre la comunicación digital, entendiendo que tiene características propias y se ubica tanto dentro de la comunicación interna de una organización como también en el aspecto externo, en la presente investigación, se entenderá la **comunicación digital**: como aquel vínculo comunicativo por el cual dos usuarios, muchos usuarios, grupos u organizaciones comparten significados dentro de un entorno virtual.

Según Rodríguez (2015), existen distintos espacios de comunicación digital: Gobierno-Gobierno (G2G), Gobierno-Empleados (G2E), Gobierno-Empresas (G2B), Gobierno-Ciudadanos (G2C), Gobierno-Visitantes (G2V). Puede evidenciarse que existen *relaciones internas* (G2E, G2G) y *relaciones externas* (G2C, G2B, G2V). Generando dos dimensiones

dadas por el uso de TIC, hacia adentro de la administración pública (*Back Office*) o hacia los otros actores que, de una u otra manera, se relacionan con ella a través de la pantalla (*Front Office*) (Pagani & Pau, 2013). Estos espacios plantean la forma en que se comunica el Gobierno, entre ellas esta investigación se focalizara en la comunicación externa y en particular en la comunicación G2C (Gobierno Ciudadanos) como se observa en el gráfico nº2.

Gráfico 2: Espacio de Comunicación Digital Gobierno – Ciudadano



Fuente: Rodríguez, Vera, Marko, Alderete, & Conca, (2015).

El gobierno electrónico requiere la implementación de nuevos canales tecnológicos que se suman a los medios tradicionales existentes.

4.2.1. Sitios Web

El mundo actual, un mundo interconectado, exige insertarse en la red para permitir a los interesados contar con toda la información que necesitan, esos interesados son clientes/usuarios de distintos productos y servicios. Es por ello que términos tales como interacción, información y cooperación son los términos claves acerca de la vida en la red, tanto de la utilización exclusiva dentro de la empresa/institución, como de la que conecta la empresa/institución con el mundo exterior (Paz, 2007).

Según Paz (2007), en la actualidad los sitios web dan lugar a realizar en Internet una variedad de acciones, tales como navegar, comprar, observar, negociar, obtener información, cerrar transacciones, lograr información sobre el estado de distinto tipos de servicios, definir procedimientos, etc.

Como contrapartida, también significa obtener al mismo tiempo información sobre los visitantes y clientes/usuarios, organizar esa información en bases de datos, y utilizarla, en el caso del estado, para hacer evaluaciones de su gestión y de los niveles de satisfacción de la ciudadanía en distintas temáticas.

En los últimos años esta nueva "revolución" ha impactado la forma en que las personas se comunican, trabajan y realizan negocios. Cada vez es mayor el número de organizaciones y

personas que están utilizando la Web 2.0 ya sea para incrementar la audiencia, promover una causa social o sencillamente afrontar la demanda de contenido Web 2.0.

En lo que se refiere a la comunicación digital entre los ciudadanos y el gobierno, dentro de las G2C, es donde podemos situar los sitios web de gobiernos, que son la base para el desarrollo del gobierno electrónico, posibilitando una representación en el espacio web de una institución del estado y una nueva forma de comunicación (Martín & Lovos, 2018).

Los sitios gubernamentales tienen un objetivo definido, es decir, gestionar de una manera distinta la información, en compartir los datos e información para el uso público de manera más racional y controlada, en cambiar la forma en que los funcionarios y empleados públicos interactúan entre ellos y con el público en general.

En palabras de Martín y Lovos (2018), para alcanzar esa meta, los sitios web de gobierno deben contemplar algunas características vinculadas al diseño tales como: funcionalidad, usabilidad, navegabilidad, amigabilidad, veracidad.

El gran potencial de la Web es vincular electrónicamente a los clientes/usuarios con los prestadores de diversos servicios, es por ello que las empresas e instituciones públicas buscan explotar ese potencial para establecer una relación continua con sus clientes/usuarios a través de (Paz, 2007):

- Correo electrónico.
- Atención al cliente en tiempo real.
- Interacciones multimedia.
- Información sobre los servicios y sus tarifas en línea.
- Promocionar actividades, servicios y productos.
- Publicación del reporte anual, estados contables, de los resultados del trimestre de la empresa, de la revista interna, etc.
- Realizar encuestas: para evaluar la satisfacción de los clientes/usuarios.
- Reemplazar el envío de documentación impresa por documentación electrónica, disponible online.
- Mantener informado al momento a sus usuarios objetivos.
- Anunciar novedades público en general: por medio de *newsletters* a suscriptores vía *email* o directamente consultando la *Home Page* de la empresa o institución.

4.2.2. Redes Sociales y la comunicación digital

Muñoz, Rodríguez Bolívar y Garde Sánchez (2014), indica que las redes sociales y las tecnologías Web 2.0, han agilizado el tratamiento de la información y han promovido el proceso democrático al facilitar el debate y la discusión sobre las cuestiones importantes de interés común.

En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Radcliffe-Brown y Barnes. Las redes sociales son parte de la vida de las personas en la actualidad, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales, las personas estaban conectadas mucho antes de tener conexión a internet.

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social es un servicio que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer la lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

Según Ramos Ostio (2012), basado en un estudio de la agencia de publicidad ODM, los medios sociales o social media son medios de comunicación social donde la información y en general el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las nuevas tecnologías de edición, publicación e intercambio. Y a su vez destaca que algunas características de estos medios sociales son: audiencia global; acceso fácil y económico; facilidad de uso; actualización instantánea; elaboración colectiva de contenidos.

El funcionamiento de las redes sociales se establece mediante las acciones de los usuarios, que interactúan de manera multidireccional a través de la misma. Con el registro y la creación de una cuenta, el usuario personaliza un perfil, y envía solicitudes a otros individuos de la red para establecer una conexión a través de ella. Los usuarios que aceptan la solicitud se convierten en miembros de la lista de contactos que conforma su red social, y viceversa. Una vez establecido el vínculo on-line, los usuarios pueden relacionarse compartiendo contenidos e información en general. Las prácticas sociales se establecen mediante las actividades propuestas por el servicio que, habitualmente, son:

- Compartir contenido como fotografías, vídeos, páginas web, textos, música o noticias.
- Enviar mensajes privados a otros usuarios.
- Participar en juegos sociales que ofrece el servicio.

- Comentar el contenido compartido por otros usuarios.
- Publicar eventos para anunciar acontecimientos a su red de contactos.
- Hablar en tiempo real con uno o más usuarios mediante chat o sistemas de conversión grupal.
- Crear grupos exclusivos para determinados contactos.
- Publicar comentarios en el perfil o espacio personal de otros usuarios.
- Estas acciones representan y visibilizan las relaciones de los usuarios en las redes sociales. Junto a las opciones de configuración de cuenta y privacidad, establecen el funcionamiento habitual en los servicios de red social.

En el sector público, según García, Criado & Téllez Mosqueda (2017), es importante tener en cuenta que las redes sociales se pueden diferenciar en:

- **Plataformas sociales horizontales:** son aquellas que se orientan al conjunto de la población (contando con las limitaciones establecidas en sus términos de uso) sin restricciones derivadas por sectores o ámbitos de actividad pre-determinados (García, Criado, & Téllez Mosqueda, 2017). Son ejemplo de ello: Twitter, Facebook o LinkedIn.
- **Plataformas sociales verticales:** son aquellas que se focalizan en un grupo demográfico o sector de actividad determinado (por ejemplo, *Govloop*, en inglés, y *NovaGob*, en español), lo que lleva a que su público objetivo sea mucho más limitado que en las plataformas sociales de carácter generalista.

Esta diferenciación debe ser tenida en cuenta a la hora de planificar la acción en cada una de ellas de una organización/unidad o bien de los empleados de manera individual (García, Criado, & Téllez Mosqueda, 2017).

Las redes sociales en internet (o tecnologías sociales) ofrecen una oportunidad de innovación en las administraciones públicas con una dimensión social y en red que afecta a su sistema nervioso central. La adopción, uso y difusión de las redes sociales en las administraciones públicas se ha convertido en una de las más recientes tendencias de mejora del sector público, dado su potencial para llevar innovaciones a diferentes áreas de actividad (García, Criado, & Téllez Mosqueda, 2017).

4.2.3. Sitio web y Redes Sociales institucionales

El desarrollo del e-gobierno y la comunicación digital de los actos del e-gobierno, va más allá de la innovación en la prestación de los servicios públicos, sino también es mejorar la forma de interactuar y los canales por donde se difunde la información.

Por ello, en la actualidad la elección de los canales digitales en los que las instituciones difunden información debe ser el resultado de un plan estratégico de comunicación, en el cual se identifique en que canales se requiere hacer presencia en redes sociales como medio replicador del sitio web y de interacción con el ciudadano.

Para la selección de canales, se debe considerar quien es el público objetivo al que se desea llegar, sumado a que de acuerdo a las características de cada canal (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc.) se debe elegir cual utilizar para cumplir cada objetivo. Y de ser posible se considera como una buena práctica escoger un mismo nombre de usuario en todas las redes sociales seleccionadas.

Otro tema importante en la comunicación digital de las instituciones públicas es el tono y el lenguaje que deben utilizar en la Web 2.0. El tono de comunicación de las redes sociales es diferente al del sitio Web y los comunicados institucionales de la entidad del estado o mixta. La forma de hablar en las redes sociales debe ser cálida y cercana ya que son canales muy fuertes en relacionamiento. El lenguaje utilizado debe ser gramaticalmente y ortográficamente correcto, ya que en ocasiones en canales como Twitter donde solo se tiene 280 caracteres para expresarse, algunos *community managers* recortan palabras, quitan artículos o descuidan la ortografía (Llano, 2016).

En cuanto a la conversación y relacionamiento en las redes sociales del gobierno, lo primero que se debe hacer para comunicar la presencia de la entidad en redes sociales es divulgarlo en el sitio web institucional. Para iniciar la conversación se debe identificar mediante herramientas especializadas (Radian6, Sysomos, etc) quienes están hablando de la entidad o de sus temas de interés en los diversos canales. Una vez identificados los usuarios objeto de la interacción, hay que incentivar a la conversación/participar con contenido de valor agregado. También es muy importante responder a quienes le hablan a la institución y tratar de hacerlo de manera ágil y con información útil. De esta manera, los ciudadanos sabrán que se puede mantener una conversación abierta y, por supuesto, esto generará más contactos (Llano, 2016).

Desde el punto de vista de lo expuesto hasta aquí, diremos que, en cuanto a la comunicación, los objetivos de las instituciones públicas son:

- Amplificar la información del Sitio Web.
- Acceder a la opinión de las personas.
- Comunicar las novedades y su trabajo en un espacio abierto.

- Identificar necesidades de los usuarios.
- Evaluar la calidad de los servicios ofrecidos.

4.3. Calidad

En los últimos años el término calidad se ha extendido a todos los ámbitos de las organizaciones públicas, desde la atención al ciudadano hasta los procesos más complejos que llevan a su desempeño.

La calidad se ha transformado en un modo integrador de realizar las tareas, una manera óptima de hacer las cosas, tornándose imprescindible para lograr la satisfacción de los ciudadanos a quienes sirve (Barahona & Zamora, 2016).

Se podría decir que se trata de un concepto complejo y problemático en el sentido de que los estudiosos y expertos no llegan a un acuerdo sobre su definición, por ello Barroso (2014) ofrece algunas definiciones expuestas por las distintas teorías sobre la calidad:

- *Calidad definida como atributo:* se trata de la característica que diferencia a un producto de otro. Se supone que unos zapatos de piel son de mejor calidad que unos de goma, este atributo del material es una cualidad que lo hace ser de mejor calidad. La calidad del servicio público podría vincularse a la igualdad de trato sin por ello rechazar la preocupación por el coste del servicio.
- *Calidad como adecuación a un objetivo:* es un concepto en el que la calidad estaría definida por el grado de adecuación del producto o servicio a los objetivos de las personas a los que va dirigido. Esta definición plantea un problema que sería la interpretación arbitraria de los intereses generales.
- *Calidad como la capacidad de satisfacer las necesidades declaradas o implícitas:* se trata de una definición aceptada por la Organización Europea para el Control de la Calidad y la Sociedad Americana de Control de la Calidad y con importantes aplicaciones en el sector público al introducir la definición externa de necesidades frente a la tradicional definición de carencias realizadas por los empleados públicos.
- *Calidad como participación del usuario/cliente:* un último concepto defiende la idea de que no se puede evaluar la calidad o medir la calidad pero que, se puede identificar su ausencia, de forma que la calidad debe estar vinculada a una participación emocional del cliente en el servicio o producto que se le ofrece.

La calidad es entendida como el conjunto de propiedades y características de un servicio, producto o proceso, que satisface las necesidades establecidas por el usuario, el ciudadano o el cliente de los mismos (Casermeiro de Goyita, 2014).

El concepto de calidad en la administración pública debe vincularse a una pluralidad que construye la *percepción de calidad*, no sólo plantea el desafío de superar unos indicadores de calidad, sino, además, construir una imagen política de calidad con un enfoque más sistémico ligado a la calidad de la democracia (Barroso, 2014).

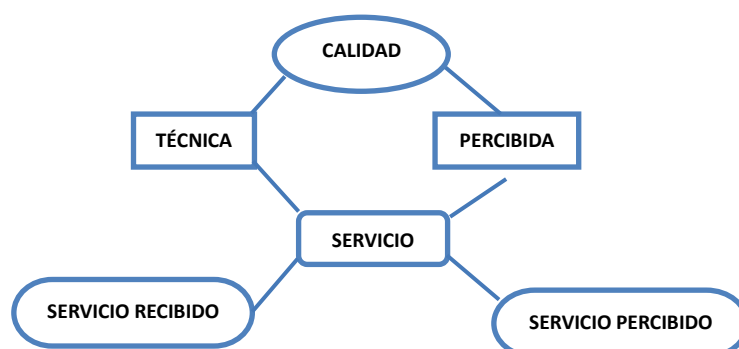
Es así que, la calidad como atributo y como adecuación de objetivo, tiene más que ver con la calidad técnica del canal de comunicación digital, mientras que la calidad para satisfacer necesidades del ciudadano y su participación concibe a la calidad como un proceso perceptual por parte del usuario del canal de comunicación digital.

4.3.1. Calidad Técnica

No existe en la actualidad un acuerdo unánime sobre el concepto de calidad técnica, pero se puede sostener que hace referencia a las cualidades de los sistemas de información y su evaluación desde distintos ángulos. Según Loiacono (1999), la definición de calidad ha evolucionado desde una acepción orientada al producto a otra más general orientada al servicio:

"...los sitios web son una forma de sistema de información, usar un sitio web es usar un sistema de información (...) es así que la evaluación de la calidad de un sitio web se ha abordado desde tres perspectivas: la máquina (software), el experto informático y la percepción del usuario" (Loiacono, Watson, & Goodhue, 1999, pág. 06).

Gráfico 3: Calidad del Servicio



Fuente: elaboración propia en base a Rodríguez & Valiño., (2010).

En las ciencias de la información, como se observa en el gráfico nº3, la calidad técnica de un sistema de información es la que evalúa el punto de vista del experto informático (Loiacono, Watson, & Goodhue, 1999). Un sitio web puede tener una información de calidad, pero estar

mal organizado o ser difícilmente accesible, y viceversa, estar perfectamente diseñado, pero tener una información de baja calidad. Aunque está reconocido que el diseño afecta a la navegabilidad de un sitio y a la comprensión de la información de un sitio.

Teniendo en cuenta la calidad técnica de la comunicación digital el grafico n°4 muestra tres dimensiones que proponen Barahona & Calderón (2014) y Barahona & Zamora (2016), las cuales son:

- La calidad de la información: entendida como el mensaje y el contenido difundido por los medios digitales.
- La calidad de la interacción: busca medir la complejidad de la interacción del sitio web con el individuo y su grado de personalización.
- La calidad del medio digital: mide que tan efectivo es el diseño del medio digital y su funcionalidad.

Gráfico 4: Calidades Técnicas



FUENTE: elaboración propia en base a Barahona & Calderón (2014) y Barahona & Zamora (2016).

La tabla n° 1 presenta las variables y los tipos de criterios a tener en cuenta para la evaluación de la calidad técnica.

Tabla 1: Variables de la Calidad Técnica

CALIDAD	NIVEL	INDICADORES	
INFORMACIÓN	RELEVANCIA	CLARIDAD	Qué tan fácil es comprender e interpretar la información que se publica en el sitio
		EXACTITUD	Mide el grado de conformidad de la información que se presenta con valores estándar o reales, y su nivel de precisión
		APLICABILIDAD	Característica de la información que permite ser usada directamente por el usuario en un contexto específico
		ALCANCE	Información que se presenta en el sitio cubre los temas en un nivel de detalle que es satisfactorio para el usuario

INTERACCIÓN	INTERACCIÓN	SIMPLE	Cumple con las condiciones de interacción de la web 2.0 al permitir al usuario interactuar en dos vías, pudiendo dar y recibir información	
		COMPLEJA	El sitio le ofrece autogestión al usuario, permitiéndole interactuar y actualizar sistemas o bases de datos para realizar un trámite de manera completa	
INDIVIDUALIZACIÓN		PRESENTACION	Cumple con las condiciones de interacción de la web 1.0, facilita la interacción en una sola vía	
		PERSONALIZACION	Permite personalizar la información disponible para ofrecerle al usuario servicios más ajustados a su perfil	
MEDIO DIGITAL	DISEÑO	APARIENCIA	Diseño web adecuado para los usuarios, es atractivo y es fácil de usar	
		NAVEGABILIDAD	Permite al usuario encontrar fácilmente la información que necesita y busca	
		USABILIDAD	Cumple con principios básicos de usabilidad que faciliten al usuario la interacción con el sitio y su información	
		MOBILE	Está diseñado de manera que facilita la navegación para dispositivos móviles	
		FUNCIONALIDAD	ACCESIBILIDAD	Técnicamente diseñado para facilitar la accesibilidad de todo tipo de usuario a su contenido
			SEGURIDAD	Contempla prácticas básicas de seguridad
			BUSCABILIDAD	Emplea prácticas básicas que facilitan la <i>searchability</i> del mismo en la web
			DESEMPEÑO	El tiempo de carga y peso de las páginas es adecuado, la velocidad con que cargan las páginas es óptima

FUENTE: elaboración propia en base a Barahona & Calderón (2014) y Barahona & Zamora (2016).

4.3.2. Calidad percibida por el Ciudadano

Según Kotler y Armstrong (2009), la *percepción* es entendida como proceso en el que las personas seleccionan, organizan e interpretan información para formarse una imagen significativa del mundo. Mientras que Hawkins (2004), plantea la percepción como aquellas actividades por las que un individuo adquiere y atribuye significado a los estímulos. Las personas pueden tener distintas percepciones del mismo estímulo debido a tres procesos perceptuales: la atención, la distorsión y la retención selectiva (Kotler & Armstrong, 2009).

En la actualidad, las personas están expuestas a un sin número de estímulos externos, que buscan modificar sus necesidades y a la vez generar en ellos una serie de deseos, lo cual se ha intensificado en la última década mediante la comunicación digital y la rápida extensión de las tecnologías móviles y las redes sociales. Los tres procesos perceptuales de la percepción de Kotler y Armstrong (2009) son: la *atención selectiva* (la tendencia de la gente a filtrar la mayoría de la información a la que se ve expuesta); la *distorsión selectiva* (tendencia de las personas a interpretar la información de manera que sustente sus

creencias); y la *retención selectiva* (los usuarios probablemente seleccionen que recordar de las marcas).

Según Petracci (1998), la *calidad percibida* es un concepto global de la calidad, que excede el control técnico de sus aspectos específicos. En ese sentido, corresponde a una de las dimensiones del concepto de calidad; es la dimensión más afín con el enfoque basado en la satisfacción del cliente. Mientras que la calidad técnica corresponde a las *mediciones duras*, la calidad percibida corresponde a las denominadas *variables blandas*.

Las dimensiones que forman los juicios de calidad percibida son más específicas que las de la satisfacción, ya que están basadas en atributos o indicadores que definen la calidad. Los juicios sobre satisfacción, sin embargo, pueden ser el resultado de cualquier dimensión, esté o no relacionada con la calidad, puesto que todos los atributos del producto son susceptibles de considerarse para la evaluación de la satisfacción (Rodríguez & Valiño, 2010).

Asimismo, la calidad percibida de un servicio, supone la valoración de que un producto es útil, en referencia a que cumple con lo que tenía encomendado, pero también que proporciona sensaciones placenteras. La calidad de servicio puede definirse como la evaluación actitudinal hacia el servicio, es decir, si dicho servicio cumple con los fines que tiene encomendados, asociándolas a propiedades placenteras para la persona individuo que se puede actualizar en cada transacción, rendimiento percibido, influyendo sobre la satisfacción experimentada por el usuario (Martínez-Tur & Ramos, 2001).

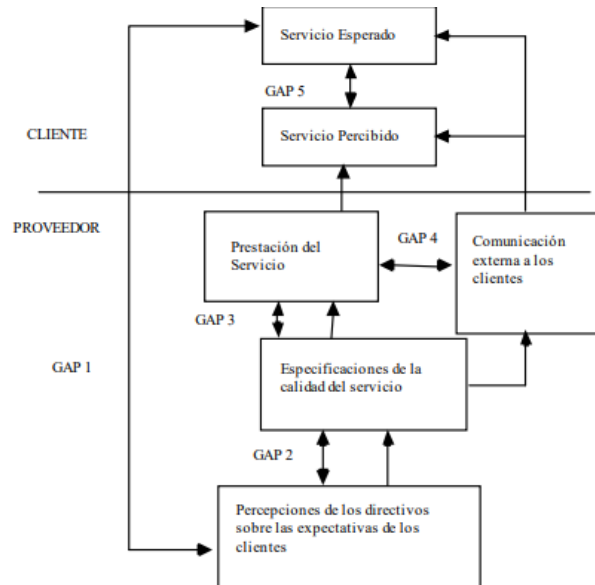
De este modo, es necesario conocer las expectativas de los ciudadanos para poder adecuar a éstos los servicios que se le prestan. Estas expectativas están vinculadas a la imagen global que se tiene de la administración pública, además de las experiencias personales que cada ciudadano tenga en su relación con las administraciones públicas (Casermeiro de Goyita, 2014). La calidad percibida se refiere a la opinión formada de los usuarios respecto de un servicio antes de la decisión de compra, basada en la imagen institucional o en la marca, la experiencia con el servicio, y en la información boca a boca, de fuentes especializadas o de los medios de comunicación. Por ello, para esta investigación se entenderá al ciudadano como el usuario del servicio público brindado por el Estado.

4.3.2.1. Modelo Servqual

El modelo Servqual mide la percepción de la satisfacción de la atención de los usuarios, basado en la percepción subjetiva del usuario denominado. Este modelo fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), con el propósito de mejorar la calidad del servicio

brindadas por las organizaciones. Para el desarrollo del modelo definen la *calidad del servicio* como el juicio global del cliente acerca de la superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios sobre el mismo y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido. Desde esta conceptualización es que nace el modelo de calidad de servicio, denominado Modelo de las Diferencias, o de los GAPS, que trata de identificar las causas de un servicio deficiente.

Gráfico 5: Modelo de las Diferencias o de los Gaps



Fuente: elaboración propia en base a Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985).

El Modelo de las Diferencias o de los Gaps (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985), como se observa en el gráfico n° 5, proporciona información detallada sobre opiniones del usuario acerca del servicio de las empresas, creando una escala para calificar a las empresas de servicios de acuerdo a cinco dimensiones: fiabilidad, respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. Permitiendo evaluar las preferencias de los clientes, a la vez que es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

En la tabla n° 2, se observan las dimensiones del Servqual y los indicadores que derivan de las mismas:

Tabla 2: Dimensiones del Modelo Servqual

Dimensión	Concepto
Fiabilidad	Implica la consistencia de rendimiento y confianza. Significa que la empresa realiza el servicio correcto la primera vez. También significa que la empresa cumple sus promesas. Específicamente, implica: exactitud en la facturación; mantener los registros correctamente; realizar el servicio en la hora designada.
Sensibilidad	Se refiere a la disposición de los empleados para prestar el servicio. Implica la puntualidad del servicio: proporcionar un

	comprobante de la transacción de inmediato; llamar al cliente rápidamente; prestar un servicio ágil y rápido (por ejemplo, configurar citas rápidamente).
Competencia	Significa la posesión de las habilidades y conocimientos necesarios para realizar el servicio. Implica: conocimiento y habilidad del personal de contacto; conocimiento y habilidad del personal de soporte operacional; capacidad de investigación de la organización, por ejemplo, empresa de corretaje de valores.
Acceso	Implica la accesibilidad y facilidad de contacto. Significa que: el servicio es fácilmente accesible por teléfono (las líneas no están ocupadas y no lo ponen en espera); la espera para recibir el servicio (por ejemplo, en un banco) no es extenso; horarios de atención adecuados; ubicación conveniente de la instalación de servicio.
Cortesía	Implica cortesía, respeto, consideración y amabilidad del personal de contacto (incluidos recepcionistas, operadores telefónicos, etc.). Incluye: consideración para la propiedad del consumidor (por ejemplo, zapatos sin barro en la alfombra); aspecto limpio y ordenado del personal de contacto con el público.
Comunicación	Significa mantener informados a los clientes en un lenguaje que puedan entender y escuchar. Puede significar que la empresa tiene que ajustar su idioma para diferentes consumidores, lo que aumenta el nivel de sofisticación con una persona bien educada, hablando simple y llanamente con un novato. Implica: explicar el servicio en sí mismo; explicar cuánto costará el servicio; explicar las compensaciones entre servicio y costo; asegurar al consumidor que se manejará un problema.
Credibilidad	Implica la confiabilidad, credibilidad, honestidad. Implica tener en el corazón los mejores intereses del cliente. Los factores que influyen en la credibilidad son: el nombre de empresa; la reputación de la empresa; las características personales del personal de contacto; el grado de venta dura involucrado en las interacciones con el cliente.
Seguridad	Es la libertad de peligro, riesgo o duda. Implica: seguridad física (¿Seré asaltado en el cajero automático?); seguridad financiera (¿la empresa sabe dónde está mi certificado de acciones?); confidencialidad (¿Mis relaciones con la empresa son privadas?).
Empatía	Implica hacer el esfuerzo de comprender las necesidades del cliente. Implica: aprender los requisitos específicos del cliente; proporcionar atención individualizada; reconocer al cliente habitual.
Tangibles	Incluir la evidencia física del servicio: Facilidades físicas; aparición de personal; herramientas o equipos utilizados para proporcionar el servicio; representaciones físicas del servicio, como una tarjeta de crédito plástica o un extracto bancario; otros clientes en la instalación de servicio.

Fuente elaboración propia en base a Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985).

El modelo Servqual, elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), como marco de referencia, es una herramienta que pretende ayudar a comprender la percepción de la calidad del servicio por parte de los individuos, siendo estas opiniones una referencia de la calidad del servicio prestado por las instituciones. Este modelo, a través del análisis de los datos obtenidos, busca generar una descripción de las relaciones entre las variables que determinan la mejora de la calidad y del desempeño. Permitiendo plantear mejoras en la calidad del servicio y por lo tanto en la percepción y satisfacción de los ciudadanos (Rodríguez & Valiño, 2010).

4.3.2.2. E-SQUAL: Una escala de elementos múltiples para evaluar Calidad de servicio electrónico

El concepto de calidad percibida ha derivado en una gran variedad de sistemas de medición que no han hecho otra cosa, sino que adaptarse a los cambios producidos por las nuevas tecnologías (Hernández, 2015). Por calidad percibida tradicionalmente se refiere a la calidad

de todas interacciones y experiencias de clientes/usuarios, lo cual, puede o no, basarse en consumos mediados por un canal digital, es por ello que en principio resulta útil en este punto el modelo Servqual para medir la percepción de las expectativas de los usuarios/clientes en su comparativa con otros productos o empresas (Parasuraman A. , 2005).

Por otro lado, el estudio de las percepciones sobre las personas y la interacción mediada por la tecnología (calidad percibida del servicio electrónico), implican una evaluación del cliente basado en un proceso distinto. Parasuraman (2005) luego de un extenso estudio cualitativo basado en el análisis de cómo los clientes interactúan con los productos basados en la tecnología, sugiere que: (a) la satisfacción del cliente con tales productos involucra una carga altamente compleja de significado y procesos a largo plazo; (b) el proceso puede variar entre diferentes segmentos de clientes; y (c) la satisfacción en tales contextos no siempre es una función de la comparación pre-consumo estándar.

La E-SQUAL (*Electronic Service Quality*) viene del *e-service*, servicios mediados por el uso de la tecnología. Se trata de una escala de medida de la calidad percibida desarrollada por Parasuraman y basada en investigaciones previas de Zeithaml, donde se evalúa principalmente el *e-service* y que trata de evaluar los servicios ofrecidos *on-line*, tal y como su nombre indica. Inicialmente la escala e-SERVQUAL contenía once dimensiones: acceso, facilidad de navegación, eficacia, flexibilidad, fiabilidad, personalidad, seguridad, capacidad de respuesta, confianza, diseño/estética del sitio Web y precio (González López, 2015), que fueron reducidas a cuatro como se puede observar en la tabla nº 3: eficiencia, cumplimiento, disponibilidad del sistema y privacidad (Hernández, 2015).

Tabla 3: Dimensiones de la E-SQUAL

Dimensiones	E-SQUAL
Eficiencia	Facilidad para acceder y usar la página Web
Disponibilidad del sistema	Funcionamiento técnico del sitio Web
Fiabilidad	Grado de cumplimiento de los compromisos relacionados con la entrega y disponibilidad del producto.
Privacidad	Grado de seguridad relacionado con la confidencialidad de los datos.

Fuente: elaboración propia en base a Hernández (2015) & González López (2015).

En sus estudios González López (2015), expresa que las evaluaciones que los consumidores/usuarios realizan de las transacciones online no se basan solo en la experiencia que tiene lugar durante la interacción con la página Web, sino también en otros

aspectos del servicio que se materializan una vez que la transacción como tal ha concluido en el entorno *online*. De ahí que, define la calidad del servicio electrónico (e-SQ) como el grado en que un sitio web facilita las acciones de compra, adquisición y entrega; de manera eficiente y efectiva.

En conjunto, los hallazgos de diversos estudios revelan importantes diferencias en la aceptación y el uso de las tecnologías por parte de los usuarios según sus creencias tecnológicas; a la vez que sugieren que pueden existir diferencias, similares a las creencias tecnológicas, en la evaluación de los procesos utilizados para juzgar la calidad percibida de los servicios electrónicos. En otras palabras, ciertos atributos específicos del usuario, como la preparación tecnológica, podría influir, por ejemplo, en los atributos deseados e ideales que espera, lo cual podría hacer variar los niveles de rendimiento que señalaría de la E-squal (Parasuraman A. , 2005).

4.3.2.3. E-G-SQUAL: la E-SQUAL adaptada para medir la calidad del servicio del e-gobierno

Tal y como establecen los autores Parasuraman, González López y Hernandez (2005), el modelo E-S-QUAL se centra en los sitios web que venden bienes, es decir, productos físicos y es necesario realizar modificaciones para aplicarlos a otros tipo de servicios online, como los financieros o los relacionados con el e-gobierno.

El sitio web de un gobierno es considerado como un sitio web de servicio puro, eso significa que, sobre todo en la dimensión del cumplimiento, el propósito del sitio web del gobierno es entregar servicios a los ciudadanos en lugar de entregar productos tangibles. Entonces, el modelo E-Squal, debe modificar algunos elementos de la presentación y de la entrega del producto/servicio para adaptarse a los sitios web de servicio puro, es decir para los sitios del e-gobierno (Jun, Liangliang & Fubin, 2009).

Comparado con los sitios web de servicio puro tradicionales, los sitios web de e-gobierno adquieren más información personal. Además, siempre adquieren otra información, como la ubicación, por ejemplo, por lo tanto, la dimensión de privacidad debe poner el acento en la protección de la información personal e información relativa de los usuarios (Jun, Liangliang, & Fubin, 2009).

La escala E-G-S-QUAL se desarrolla en base al ES-QUAL, como se observa en la comparativa de la tabla nº 4. De esta forma Jun, Liangliang & Fubin (2009), dan lugar a un modelo específico para analizar la calidad del servicio del e-gobierno, al cual denominan E-G-S-QUAL

y el mismo presenta siete dimensiones: eficiencia; disponibilidad del sistema; cumplimiento; privacidad; sensibilidad; compensación; contacto.

Tabla 4: Dimensiones del E-G-SQUAL vs E-S-QUAL

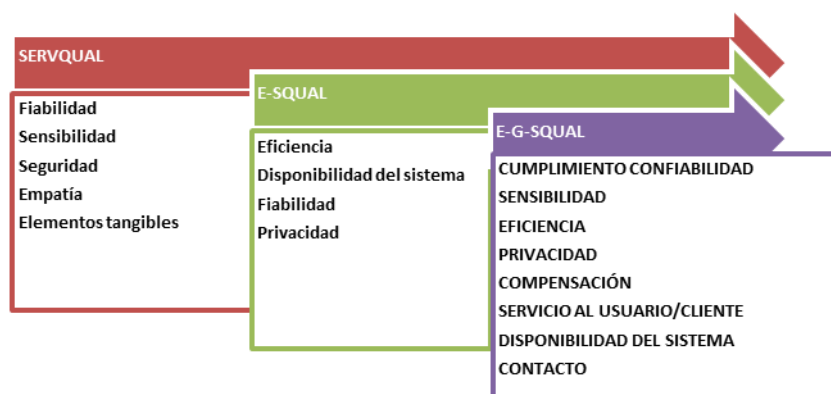
DIMENSIONES	E-G-S-QUAL	E-S-QUAL
Eficiencia	Este sitio hace que sea fácil encontrar el servicio que necesito.	Este sitio hace que sea más fácil encontrar lo que necesito.
	Hace que sea fácil llegar a cualquier parte del sitio.	Hace que sea fácil llegar a cualquier parte del sitio.
	El proceso de servicio es conciso.	Me permite completar una transacción rápidamente.
	La información en este sitio está bien organizada.	La información en este sitio está bien organizada.
	Carga sus páginas rápidamente.	Carga sus páginas rápidamente.
	Este sitio es simple de usar.	Este sitio es simple de usar.
	Este sitio me permite abordarlo rápidamente.	Este sitio me permite abordarlo rápidamente.
	Este sitio está bien organizado.	Este sitio está bien organizado.
Disponibilidad del Sistema	Este sitio está siempre disponible para el servicio.	Este sitio siempre está disponible para negocios.
	Este sitio se inicia y se ejecuta de inmediato.	Este sitio se inicia y se ejecuta de inmediato.
	Las páginas del sitio web se muestran normalmente.	Este sitio no se cuelga.
	No se produjo ningún error durante el uso del sitio web.	Las páginas de este sitio no se congelan después de ingresar la información de mi pedido.
Cumplimiento	Ofrece servicio cuando se envían la información y los materiales necesarios.	Entrega pedidos cuando se lo prometen.
	Este sitio proporciona comentarios rápidamente.	Este sitio hace que los artículos estén disponibles para su entrega dentro de un marco de tiempo adecuado.
	El servicio fue entregado antes de la fecha límite prometida.	Entrega rápidamente lo que ordeno.
	Cumple el servicio prometido rápidamente.	Envía los artículos ordenados.
	El servicio está disponible cuando se mostró en la página.	Tiene en existencia los artículos que la compañía dice tener.
	Es sincero acerca de lo prometido.	Es sincero acerca de sus ofertas
	Hace promesas precisas sobre su servicio.	Hace promesas precisas sobre la entrega de productos.
Privacidad	Protege mi información personal.	Protege la información sobre mi comportamiento de compra en la Web.
	No filtra mi información personal al público.	No comparte mi información personal con otros sitios.
	Protege la información de mis materiales enviados.	Este sitio protege la información sobre mi tarjeta de crédito.
Sensibilidad	Me proporciona las razones por las que no se puede ofrecer el servicio.	Me proporciona opciones convenientes para devolver artículos.
	Este sitio me ofrece ayuda cuando falla mi aplicación.	Este sitio maneja bien los productos.
	Este sitio ofrece una explicación significativa	Este sitio ofrece una garantía significativa.
	Me dice qué hacer si no se puede ofrecer el	Me dice qué hacer si mi transacción no se procesa.

	servicio. Se ocupa de los problemas con prontitud.	Se ocupa de los problemas con prontitud.
Compensación	Este sitio me compensa por los problemas que crea.	Este sitio me compensa por los problemas que crea.
	Me compensa cuando el servicio no se entregó antes de la fecha límite prometida.	Me compensa cuando lo que pedí no llega a tiempo.
	N / A	Recoge los artículos que quiero devolver de mi casa o negocio.
Contacto	Este sitio proporciona números de teléfono y correos electrónicos para llegar con los cargos.	Este sitio proporciona un número de teléfono para llegar a la compañía.
	El sitio tiene oficiales disponibles en línea.	Este sitio tiene representantes de servicio al cliente disponible en línea.
	Ofrece la posibilidad de hablar con una persona en vivo si hay un problema.	Ofrece la posibilidad de hablar con una persona en vivo si hay un problema.

Fuente: elaboración propia en base a Jun, Liangliang & Fubin (2009).

Aunque la escala E-G-SQUAL (tabla nº4) se desarrolla en base a E-SQUAL, resulta necesario modificar una serie de las dimensiones originales en respuesta a las particularidades de los sitios web del e-gobierno (Jun, Liangliang, & Fubin, 2009). Es así que el gráfico nº 6, muestra la adaptación de los modelos Servqual y E-Squal para generar el modelo E-G-Squal y las dimensiones que se deben tener en cuenta para medir la percepción de calidad de los servicios del e-gobierno.

Gráfico 6: Modelos de Percepción



Fuente: elaboración propia en base a Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985), Hernández, (2015), Jun, Liangliang & Fubin (2009).

La escala E-SQUAL adaptada para servicios electrónicos de gobierno fue utilizada por otros autores en otros ámbitos geográficos. Por ejemplo, Bhattacharya et al (2012), han utilizado esta escala para medir la calidad del servicio electrónico de los portales de gobierno en India desde la perspectiva de los ciudadanos.

CAPITULO 3



ASPECTOS METODOLÓGICOS

MÉTODO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS Y LOS CANALES

COMUNICACIÓN DIGITAL UTILIZADOS POR EL MUNICIPIO NEUQUINO

MÉTODO PARA MEDIR LA CALIDAD TÉCNICA DE LOS CANALES DIGITALES

MÉTODO PARA MEDIR LA CALIDAD PERCIBIDA DEL CANAL DIGITAL



5. Aspectos Metodológicos

El diseño metodológico utilizado en esta tesis fue mayormente de tipo descriptivo, ya que se buscó observar e identificar las variables que permitieron generar el análisis de los datos recolectados, aunque se nutrió también de momentos de exploración con el objeto de enriquecer la investigación, dado que las investigaciones que se realizan bajo este esquema pretenden dar una visión general y aproximada de los objetos de estudio (Sampieri & Collado, 2006).

El diseño descriptivo permitió analizar y describir las características de los canales de comunicación digital a través de los cuales el municipio de Neuquén se comunica con los ciudadanos, así como también la calidad técnica de los mismos y la percepción de los usuarios a la hora de utilizarlos.

Además, la presente investigación planteó un sistema de objetivos específicos que requirieron de decisiones metodológicas particulares a cada uno, como se puede observar en la tabla nº 5.

Tabla 5: Metodología de la Investigación

Objetivo específico	Unidades de relevamiento	Técnica de recolección de datos	Variable teórica
Identificar y describir las formas de prestación de los servicios públicos, así como los canales de comunicación digital utilizados para comunicar los servicios a los ciudadanos.	Funcionarios Municipales	Entrevistas en profundidad	Tipo de Servicio
	Sitios web, app y redes sociales de cada prestador de un servicio público identificado anteriormente	Análisis de contenido digital: web, redes sociales institucionales	Tipo de Gestión Tipo canal digital
Describir la calidad técnica a través de las dimensiones mensaje, interacción y medio digital, de los canales digitales utilizados por municipio para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado	Expertos de distintas especialidades (marketing de servicios; informática; relaciones internacionales, comunicación y protocolo).	Observación estructurada por parte de expertos de distintas disciplinas	Calidad de la Información
			Calidad de la interacción
			Calidad del medio digital
Describir la calidad percibida por los usuarios de los canales digitales utilizados por municipio para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado, a través de las dimensiones cumplimiento, eficiencia, seguridad, servicio al usuario y contacto.	Usuarios efectivos de los canales de comunicación de los servicios públicos	Encuestas online.	Cumplimiento / confiabilidad
			Eficiencia Seguridad Servicio al usuario Contacto Usuario Perfil usuario

FUENTE: elaboración propia.

5.1. Método para la identificación de los Servicios Públicos y los Canales de Comunicación Digital utilizados por el Municipio Neuquino

Para identificar y describir las formas de prestación de los servicios públicos, así como los canales de comunicación digital utilizados para comunicar los servicios a los ciudadanos, se utilizó una metodología en principio exploratoria que permitió profundizar la temática, identificando los servicios públicos gestionados por el estado municipal y los canales que utiliza para comunicar digitalmente.

En lo que se refiere a las técnicas de recolección de datos utilizados para la resolución del primer objetivo de la tesis, como se observa en la tabla nº 6, fueron seleccionadas en base a la necesidad de explorar y describir el objeto de estudio de esta investigación, de esta manera se recurrió al análisis de contenido digital (web, redes sociales del municipio de Neuquén) y a entrevistas en profundidad con informantes claves, para lo cual se utilizó un cuestionario con preguntas abiertas como se puede observar en el Anexo 1.1 de la presente tesis.



Tabla 6: Metodología para la identificación de los Servicios Públicos y Comunicación Digital

Objetivo específico	Unidades de relevamiento	Técnica de recolección de datos	Dimensión	Indicadores	Marco teórico variables
Identificar y describir las formas de prestación de los servicios públicos, así como los canales de comunicación digital utilizados para comunicar los servicios a los ciudadanos.	Funcionarios Municipales	Entrevistas en profundidad	Fase del Gobierno electrónico	Presencia Interacción Transacción Transformación	ABOY GARCÍA, 2017 Araya & Orrego, 2004
	Sitios web, app y redes sociales de cada prestador de un servicio público identificado anteriormente	Análisis de contenido digital: web, redes sociales institucionales	Tipo de Gestión	Estado Particular	Barroso, 2014 Casermeiro de Goytia, 2014
			Tipo canal digital	Sitio Web Redes Sociales	Naser & Concha, 2011 Pagani & Pau, 2013 Rodríguez, Vera, Marko, Alderete, & Conca, 2015

FUENTE: elaboración propia.

Para la identificación de los servicios públicos y los canales de comunicación digital se optó por un tipo de *muestreo no probabilístico intencional* para las unidades de análisis

compuestas por el gobierno municipal, ya que se eligieron a los sujetos más aptos para ser parte del estudio, y a su vez, a aquellos que estuvieron accesibles al investigador.

Las entrevistas se realizaron, durante septiembre y octubre de 2018, a informantes considerados claves: Fernando Palladino Subsecretario de Transporte y Tránsito de la Municipalidad de Neuquén); María Eva Rocca (Subsecretaria de Espacios Verdes); y Silvia Gutiérrez (Subsecretaria de Medio Ambiente); con el objeto de poder profundizar y enriquecer la investigación con la información obtenida. Para esto se confecciono un cuestionario con preguntas abiertas como se puede observar en el Anexo 1.1 de la presente tesis.

En cuanto al análisis de contenido digital, se utilizó como unidad de relevamiento el sitio web del municipio de Neuquén (<http://www.ciudadneuquen.gob.ar>) y sus redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), con el objeto de identificar el contenido, ya sea texto, imagen o video, que se transmite a través de estos canales digitales. Dicho relevamiento se efectuó durante los meses de septiembre y octubre de 2018.

5.2. Método para medir de la Calidad Técnica de los Canales Digitales

El análisis de la calidad técnica a través de las dimensiones: información, interacción y medio digital de los canales digitales utilizados por el municipio para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado, fue realizado desde un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo, donde las *unidades de análisis* a investigar fueron: el sitio web municipal (<http://www.ciudaddeneuquen.gov.ar>), como principal canal digital utilizado por el municipio de Neuquén para comunicar los servicios públicos y sus redes sociales (Facebook, twitter, Instagram y YouTube) como soporte; el proceso de comunicación a través del canal digital; y el e-gobierno municipal. Mientras que las *unidades de relevamiento* fueron: expertos de distintas disciplinas.



El marco conceptual seleccionado propone utilizar la calidad de la información como un nexo para medir la capacidad de e-gobierno a nivel institucional, evaluado a través de la experiencia del usuario en el sitio donde se brinda el servicio (Barahona & Zamora, 2016). Para evaluar la calidad técnica se consideraron las tres calidades mencionadas en el gráfico nº 4: la calidad de la información, la calidad de la interacción y la calidad del medio digital. Para ello se utilizó la observación estructurada utilizando un formulario web (ver anexo 2.1), que fue completado por expertos de distintas disciplinas en el mes de septiembre de 2018, quienes evaluaron los criterios e indicadores indicados en la tabla nº 5, como se muestra en la tabla nº 7.

Tabla 7: Metodología para medir de la Calidad Técnica de los Canales Digitales

Objetivo específico	Unidades de relevamiento	Técnica de recolección de datos	Dimensión	Subdimensión	Indicadores	Escala de medición	Marco teórico variables		
Describir la calidad técnica a través de las dimensiones mensaje, interacción y medio digital, de los canales digitales utilizados por municipio para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado	Expertos de distintas especialidades	Observación estructurada por parte de expertos	Calidad de la Información	Relevancia	Claridad Exactitud Aplicabilidad Alcance	Escala de 0 a 100, donde un valor más alto corresponde a una mejor calidad del sitio web.	Kotler & Armstrong, 2009 Barahona & Zamora, 2016 Loiacono, 1999 Barroso, 2014 Estrada, 2008 Inostroza Oyarzún, 2015 Barahona &		
			Calidad de la interacción	Interacción	Simple Compleja Presentación Personalización				
		Análisis de la calidad técnica mediado por la ayuda de un software	Individualización						
			Calidad del medio digital	Diseño	Apariencia Navegabilidad Usabilidad Mobile Accesibilidad Seguridad Buscabilidad				
					Funcionalidad				

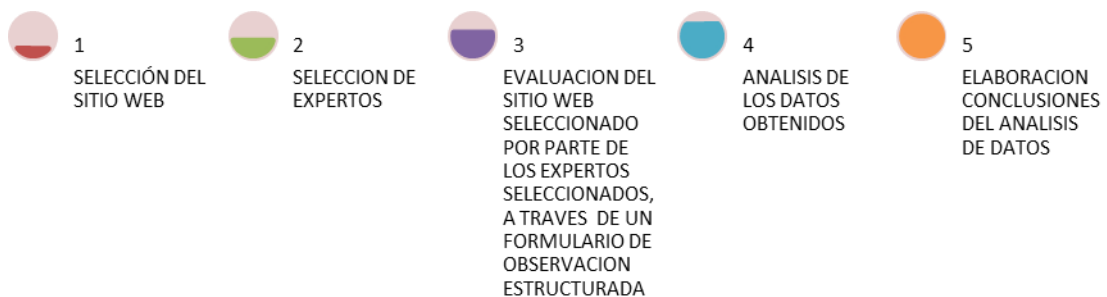
Desempeño

Calderón,
2014

FUENTE: elaboración propia.

La metodología de evaluación de la calidad técnica implicó diferentes etapas, como se observa en el gráfico n° 7. A la hora de elegir a los expertos, se seleccionaron de manera que, para la realización de las evaluaciones, se contara con una visión integral de lo que, actualmente es y representa la prestación de servicios públicos por canales digitales (Barahona & Zamora, 2016). Para conformar el equipo de evaluadores, se buscó mantener la visión metodológica planteada para esta investigación, es así que el equipo de expertos estuvo integrado por un especialista en marketing de servicios, un informático y un profesional de las relaciones internacionales especializado en comunicación y protocolo.

Gráfico 7: Metodología de evaluación del Sitio Web



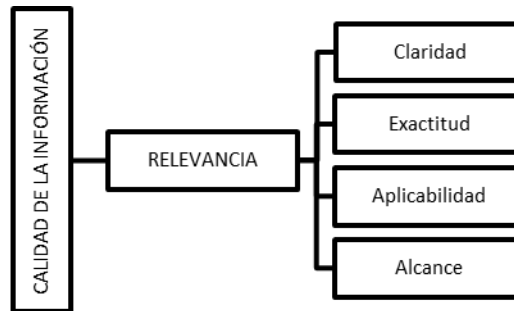
FUENTE: elaboración propia en base a Barahona & Zamora (2016).

En lo que se refiere a la *calidad de la información*, a los fines de esta investigación se la define como la calidad del mensaje que parte de la premisa de que cualquier ciudadano debe ser capaz de acceder y comprender la información presentada; sin importar la edad, el nivel educativo, lugar de residencia o cualquier otra característica personal (Barahona & Zamora, 2016).

La calidad de la información, como se muestra en el gráfico n°8, se midió teniendo en cuenta su relevancia a través de cuatro indicadores: a) la **claridad**, donde se evaluó qué tan claro es el grado de comprensión e interpretación de la información que se publica en el sitio; b) la **exactitud**, donde se midió si la información del sitio está libre de discrepancias y orienta bien al usuario respecto a la acción que requiere realizar; c) la **aplicabilidad**, que identifico si la información es útil, está disponible de manera oportuna, es descargable y si es fácil de agregar y combinar; d) el **alcance**, es decir si la información es satisfactoria para el usuario, se caracteriza por estar actualizada o vigente.

Gráfico 8:

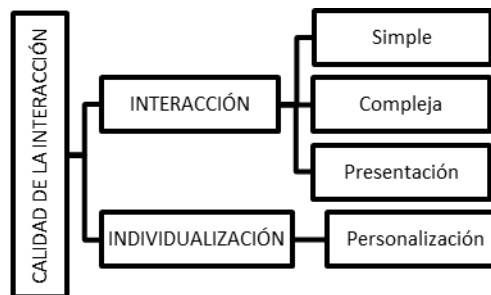
Calidad de la Información



FUENTE: elaboración propia en base a Barahona & Zamora (2016).

En cuanto a la *calidad de interacción* (grafico n°9), se midió la complejidad de la interacción del sitio web, teniendo en cuenta el nivel de interacción y de individualización del mismo.

Gráfico 9: Calidad de la interacción



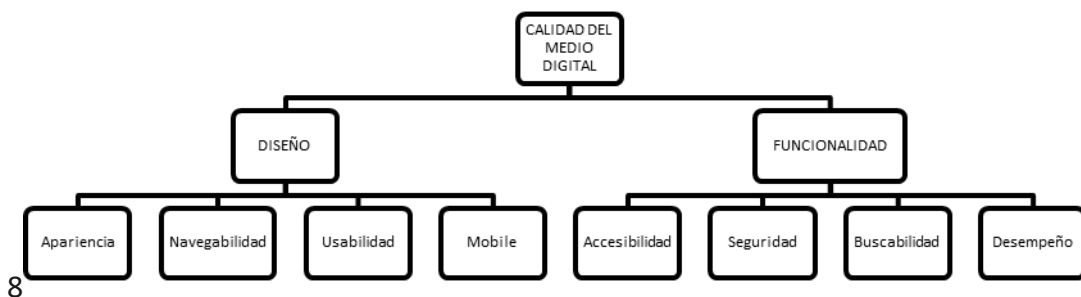
FUENTE: elaboración propia en base a Barahona & Zamora (2016).

El nivel de interacción tuvo por objeto medir el grado de madurez de la interacción que ofrece el sitio web. Es decir, ¿es un sitio estático o se ofrecen servicios o interacciones más complejas entre el ciudadano y el estado? De esta manera, se evaluaron los siguientes indicadores: a) **simple**, el sitio pone a disposición transacciones simples, formularios para completar en el sitio web, multicanales digitales para hacer consultas, mecanismos para retroalimentar la institución, y facilidades para promover el tráfico por medio de redes sociales; b) **compleja**, los servicios se pueden realizar de forma completa en línea, hay pagos directamente en el sitio web, consultas dinámicas a bases de datos, y Apps móviles para transacciones complejas; c) **presentación**, el sitio brinda información para entender qué hace la entidad, cómo está estructurada y organizada, y muestra los servicios en línea disponibles, la información de contacto y las actividades que realiza.

Mientras que en el nivel de individualización se midió el grado de preparación de la información para diferentes perfiles de usuarios de una institución y qué tanto se le permite a este usuario personalizar la información que se publica en el sitio. El indicador a evaluar fue: la **personalización**, si el sitio dispone de perfiles de usuario también llamados arquetipos, permite registrarse en línea y personalizar la información tras el registro, utiliza información tomada de otros sistemas de información o bases de datos mediante interoperabilidad, y personaliza la información de acuerdo con las necesidades del usuario de manera anticipada.

La *calidad del medio digital* (grafico n°10), se evaluó desde los aspectos técnicos del sitio web y la experiencia general al interactuar con el sitio y aspectos técnicos que aseguren que la información del sitio puede ser accesada por diferentes tipos de usuarios usando diferentes tipos de dispositivos.

Gráfico 10: Calidad del Medio Digital



FUENTE: elaboración propia en base a Barahona & Zamora (2016).

Así a través del nivel de diseño se evaluó la experiencia del usuario con el sitio web por medio de la calidad de: a) su **aparencia**, es decir si el sitio posee atractivo y facilidad en su uso, si presenta imágenes adecuadas para transmitir las ideas, infográficos o representaciones visuales significativas, y un patrón de diseño que sigue el flujo visual natural del usuario; b) la **navegabilidad**, mide si la ubicación de las páginas son claras, los enlaces se identifican con facilidad, existe un mapa de sitio y un buscador interno; c) la **usabilidad**, evalúa si el sitio no contiene páginas en construcción, el propósito de cada página es claro, y su contenido es accesible con el mínimo *scroll*; d) **mobile**, identificar si el sitio está diseñado para navegar desde dispositivos móviles, si tiene el enfoque de *responsive design* y está optimizado para dispositivos móviles, permitiendo acceder a sus contenidos con una velocidad adecuada en estos dispositivos.

Mientras que en el nivel de la funcionalidad se recurrió al auxilio de un software (Loiacono, Watson, & Goodhue, 1999) para la medición de la calidad técnica en forma automática, donde se evaluó mediante los aspectos más técnicos del sitio como: a) la **accesibilidad**, es decir si el sitio puede navegarse de manera efectiva con la tecla TAB, los enlaces con imágenes poseen textos alternativos, y es perfectamente compatible con múltiples navegadores; b) la **seguridad** que contempla principios básicos de seguridad para evitar vulnerabilidades; c) la **buscabilidad**, es decir si el sitio emplea prácticas básicas que facilitan la buscabilidad (*searchability*) del mismo en la web, hace uso adecuado de *keywords*, el *sitemap test*; d) el **desempeño**, si el tiempo de carga y peso de las páginas es adecuado, la velocidad con que cargan las páginas es óptima y no posee enlaces rotos. Este análisis se realizó mediante la ayuda de un software, que permitió la recolección de datos y su posterior análisis.

La medición efectuada con ayuda de un software, como se observa en la tabla nº 8, se utilizó para medir la calidad en cuanto a cómo es el diseño y funcionabilidad del sitio web www.ciudadneuquen.gov.ar. En este caso la ayuda del software se materializó a través de distintos sitios web especializados según el área a medir. Cada sitio utilizado permite a través del simple proceso de crear una cuenta y luego cargar la url del sitio web municipal, de obtener indicadores acerca de la calidad del sitio web según el área deseada. Estos indicadores fueron utilizados para dar respuesta a un formulario web previamente diseñados (ver Anexo nº 3.2) con criterios específicos a medir; los resultados de dichos análisis se podrán observar en el capítulo 4 de la presente tesis.

Tabla 8: Medición con ayuda de un software

Variable	Software	Sitio Web
Mobile		
Responsive design	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://responsivedesignchecker.com
Optimización para móviles	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly
Velocidad en dispositivos móviles	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/
Accesibilidad		
Navegabilidad con la tecla TAB	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/
Imágenes y objetos tienen textos alternativos o "Alt Text".	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://seositecheckup.com
Compatibilidad con navegadores (Internet Explorer, FireFox y Chrome)	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://browsershots.org/
Seguridad		
Certificación digital	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/

Test de Servidor de Firma / Server Signature	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
Test de Navegación de Directorios / Directory Browsing	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
Test Plaintext Emails Test	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
Buscabilidad		
El sitio cumple con Meta Title & Meta Descripciones	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
El sitio hace un uso adecuado de keywords.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
El sitio cumple con <h1> & <h2> Headings.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
El resultado del Archivo robots.txt Test es óptimo.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
El resultado del Site Map Test es óptimo.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
El resultado de Google Analytics Test es óptimo.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
El sitio sigue el OpenGraph Protocol	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://seositecheckup.com/
Desempeño		
Tiempo de carga.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://gtmetrix.com
Peso de páginas.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://gtmetrix.com
Velocidad de páginas.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://gtmetrix.com
Yslow score.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://gtmetrix.com
Number of requests.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	https://gtmetrix.com
Carece de enlaces rotos, enlaces redirigidos y enlaces inválidos.	Inteligencia Artificial (a través de un sitio web)	http://validator.w3.org/checklink/

Fuente elaboración propia.

5.3 Método para medir la calidad percibida del canal digital

La calidad percibida del canal digital se analizó utilizando un diseño descriptivo acompañado por un enfoque cuantitativo. La metodología seleccionada busco medir la experiencia de los usuarios efectivos de los canales de comunicación identificados, desde su perspectiva y su interacción con los canales digitales por los cuales el municipio de Neuquén comunica los servicios públicos. La evaluación no busco explicar las razones de éxito o fracaso del sitio web, sino más bien se usó, como una herramienta para medir desde la perspectiva del ciudadano, la calidad en la prestación de servicios por medios digitales (Barahona & Zamora, 2016).



Como se observa en el grafico n°11, la adaptación de los modelos anteriores deriva en un modelo adaptado a la medición de la interacción de los e-gobierno con los ciudadanos, el E-G-Squal es la metodología que se utiliza en esta investigación como herramienta de medición de la calidad percibida por los ciudadanos.

Gráfico 11: Percepción del Ciudadano



Fuente: elaboración propia en base a Jun, Liangliang, & Fubin (2009).

Las dimensiones que se midieron, como se observa en la tabla n° 8, surgen de una adaptación realizada en base al modelo E-G-SQUAL (Jun, Liangliang, & Fubin, 2009) y aplicaciones en el campo del análisis de la calidad de servicio electrónico de González-López (2015). Las dimensiones seleccionadas fueron: cumplimiento, eficiencia, seguridad, servicio al usuario, contacto, usuario y perfil del usuario.

Tabla 9: Metodología para medir la Calidad Percibida del Canal Digital

Objetivo específico	Unidades de relevamiento	Técnica de recolección de datos	Dimensión	Subdimensión	Indicadores	Escala de medición	Marco teórico variables		
Describir la calidad percibida por los usuarios de los canales digitales utilizados por municipio para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado, a través de las dimensiones cumplimiento, eficiencia, seguridad, servicio al usuario y contacto.	Usuarios efectivos del principal canal digital utilizado por el municipio para el e-gobierno de los servicios públicos.	Encuestas online.	Cumplimiento / confiabilidad		Tiempo	Escala de Likert de 5 puntos.	Zhejiang University, 2009		
			Eficiencia		Exactitud				
					Precisión				
					Navegabilidad				
			Seguridad		Usabilidad			Siendo 1 poco satisfecho y 5 muy satisfecho.	González-López, 2015 Hernández, 2015
					Personalización				
					Protección de datos				
			Servicio al usuario		Medidas de seguridad				
					Confiabilidad				
					Respuesta				
			Contacto		Exactitud				
					Celeridad				
Asistencia Online y offline									
Usuario	Servicios Públicos	Si/no Últimos 3 años							
		Comportamiento	Tiempo Dispositivos Servicios consultados Ultimo gestionado						
			Sociodemográfico	Genero Edad Ciudad de residencia Nivel de estudios Situación laboral					

FUENTE: elaboración propia.

Como se expresó anteriormente y se observa en la tabla nº , se utilizó una adaptación de la escala E-G-SQUAL propuesta por Jun, Liangliang, & Fubin (2009), con el objetivo de recolectar la información necesaria en base a una modificación de las dimensiones e ítems originales debido a las particularidades del sitio web del municipio neuquino.

Tabla 10: E-G-SQUAL ADAPTADO

DIMENSIÓN	INDICADOR	E-G-SQUAL
CUMPLIMIENTO	EXACTITUD	OBTUVO AQUELLO QUE SOLICITO DEL SITIO
	TIEMPO	EL SERVICIO/PRODUCTO FUE ENTREGADO EN EL PLAZO PROMETIDO POR LA COMPAÑÍA
	PRECISIÓN	EL SERVICIO/PRODUCTO RECIBIDO FUE REPRESENTADO CON Precisión EN EL SITIO WEB
EFICIENCIA DEL SITIO WEB	NAVEGABILIDAD	EL SITIO WEB PERMITE CIRCUITOS DE INFORMACIÓN
	USAVILIDAD	EL SITIO WEB NO ME HACE PERDER EL TIEMPO
	PERSONALIZACION	ES RAPIDO Y FACIL DE COMPLETAR UNA TRANSACCION EN ESTE SITIO WEB
		EL NIVEL DE PERSONALIZACION EN ESTE SITIO ES EL ADECUADO, NI MUCHO NI POCO
		ESTE SITIO TIENE UNA BUENA SELECCIÓN DE SERVICIOS/PRODUCTOS
CREA UN SENTIDO DE PERSONALIZACION		
SEGURIDAD	MEDIDAS DE SEGURIDAD	SIENTO QUE MI PRIVACIDAD ESTA PROTEGIDA EN ESTE SITIO
	PROTECCION DE DATOS	ME SIENTO SEGURO EN MIS TRANSACCIONES CON ESTE SITIO
	CONFIABILIDAD	EL SITIO WEB TIENE MEDIDAS DE SEGURIDAD ADECUADAS
		HACE QUE ME SIENTA SEGURO PARA REALIZAR TRANSACCIONES
MI INFORMACION PERSONAL ESTA ASEGURADA		

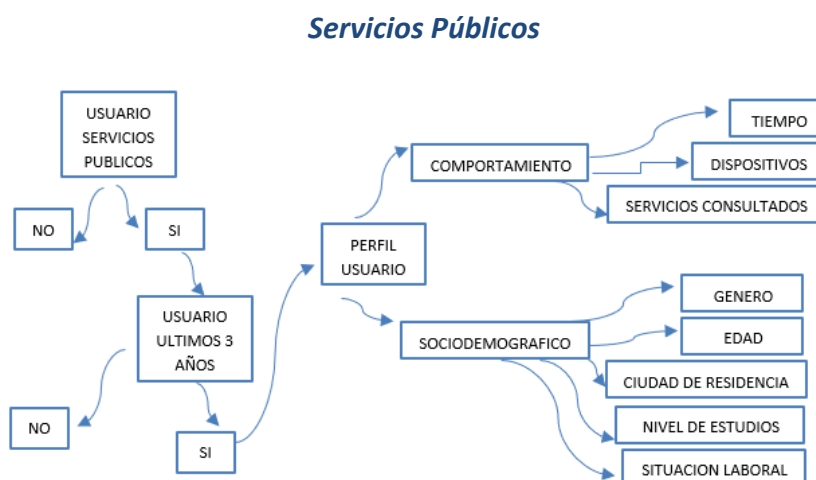
SERVICIO AL USUARIO/CLIENTE		CUANDO UD. TIENE UN PROBLEMA, EL SITIO WEB MUESTRA UN SINCERO INTERES EN RESOLVERLO
		LAS CONSULTAS SE RESPONDEN CON PRONTITUD
		TRANSMITE UN SENTIDO DE COMUNIDAD
		HACE QUE SEA FACIL COMUNICARSE CON LA ORGANIZACIÓN
CONTACTO	ASISTENCIA ONLINE	El sitio proporciona números de teléfono y correos electrónicos para llegar a funcionarios municipales.
	ASISTENCIA OFFLINE	El sitio tiene asistentes del usuario disponible en línea.
		Ofrece la posibilidad de hablar con una persona en vivo si hay un problema.

Fuente: elaboración propia en base a Jun, Liangliang & Fubin (2009).

En lo que se refiere a las técnicas de recolección de datos, se optó por utilizar una encuesta estructurada mediante un formulario online, con el objetivo de recolectar datos acerca de los usuarios y la relación con el e-gobierno, con la comunicación digital del e-gobierno y por último con los servicios públicos en sí. En la confección del instrumento de recolección de datos se tuvieron en cuenta las dimensiones desarrolladas en la tabla nº 10, en el anexo 2.1 se presenta el formulario utilizado.

Para complementar y enriquecer el análisis de las variables seleccionadas para el desarrollo del modelo E-G-SQUAL, se nutrió a la encuesta online (ver gráfico nº 12) con la incorporación del **análisis del perfil usuarios de los servicios públicos**: la frecuencia con la que ingresan al sitio web del municipio neuquino; y su comportamiento (tiempo, dispositivos, servicios que consultan). Así como también el perfil sociodemográfico de los usuarios: género; edad; ciudad de residencia; nivel de estudio; y situación laboral. La incorporación de estas variables permitió no solo enriquecer el análisis de datos sino también profundizarlo y ampliarlo.

Gráfico 12: Procedimiento para seleccionar encuestados y perfilarlos como usuarios

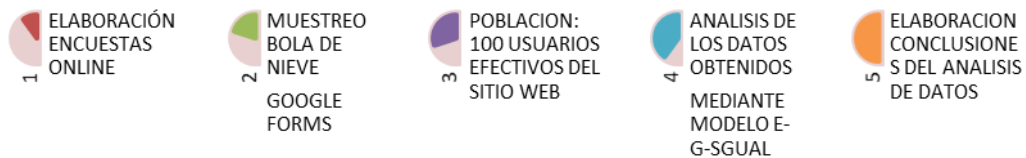


(*) Cuando responden “no” fin de la encuesta.

Fuente: elaboración propia.

Para la selección y análisis de los usuarios de los servicios públicos (grafico n°13), se aplicó un muestreo no probabilístico por bola de nieve. La recolección de datos, se llevó adelante mediante una encuesta estructurada on-line gestionada a través de Google Forms, enviada por correo electrónico a la población objeto de estudio durante los meses de septiembre y octubre de 2018. El tamaño de la muestra fue de 100 usuarios del sitio web del municipio de Neuquén.

Gráfico 13: Metodología de análisis de la Calidad Percibida



Fuente: elaboración propia.

CAPITULO 4



ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

SERVICIOS PÚBLICOS PRESTADOS POR EL ESTADO MUNICIPAL Y CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL UTILIZADOS POR EL MISMO

CALIDAD TÉCNICA DEL PRINCIPAL CANAL DIGITAL UTILIZADO POR EL MUNICIPIO NEUQUINO

CALIDAD PERCIBIDA DEL CANAL DIGITAL UTILIZADO POR EL MUNICIPIO NEUQUINO

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA Y PERFIL DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS

CALIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS DEL SITIO WEB DEL MUNICIPIO DE NEUQUÉN



6. Análisis de datos y resultados

Para alcanzar el objetivo planteado de analizar la calidad de la comunicación digital de los servicios públicos de Neuquén prestados directamente por el estado municipal, se recolectaron y analizaron los datos surgidos de entrevistas con funcionarios del municipio neuquino; se aplicó la técnica de observación estructurada realizada por tres expertos de distintas disciplinas; y se realizaron encuestas online aplicadas a los usuarios de dichos servicios públicos.

La información surgida de analizar el contenido digital (sitio web y redes sociales institucionales) y de las entrevistas realizadas a informantes claves: Fernando Palladino Subsecretario de Transporte y Tránsito de la Municipalidad de Neuquén); María Eva Rocca (Subsecretaria de Espacios Verdes); y Silvia Gutiérrez (Subsecretaria de Medio Ambiente); se analizaron cualitativamente extrayendo ideas principales e información de relevancia para el estudio. Mientras que los datos surgidos del análisis de las redes sociales del municipio neuquino y de las encuestas online se analizaron cuantitativamente con un análisis univariado de frecuencia y de medias.

El análisis de los datos permitió identificar los servicios públicos que son prestados por el estado municipal propiamente y como los comunican digitalmente, realizar un análisis por parte de los especialistas de la calidad técnica del sitio web municipal, sus virtudes, falencias y las necesidades de mejoras; así como conocer la percepción acerca de la calidad de los servicios públicos por parte de los usuarios.

6.1. Servicios públicos prestados por el estado municipal y canales de comunicación digital utilizados por el mismo

El estado municipal neuquino tiene la potestad de brindar, directa o indirectamente (Rodríguez F. , 2013), los servicios públicos en su ejido municipal, esto se establece en Título VIII Obras y Servicios Públicos de su carta orgánica. Estableciendo en su art. 137 que “Serán obras públicas municipales los estudios, proyectos, construcciones, conservaciones, instalaciones, reparaciones, refacciones, trabajos y obras en general que pertenezcan a la Municipalidad, sus entes descentralizados o autárquicos y entes públicos no estatales, siempre que tengan delegadas atribuciones o competencias públicas municipales para satisfacer el interés colectivo o general” (Honorable Convencion Constituyente, 1995, pág. 46).



En lo que se refiere a los servicios públicos, el art. 139 establece que “serán de competencia de la Municipalidad todos los servicios públicos que se presten en el ejido municipal, respetando las jurisdicciones reservadas a los Estados nacional y provincial, y ejerciendo las facultades concurrentes cuando ello proceda” (Honorable Convencion Constituyente, 1995, pág. 47). Mientras que el art 140 da carácter de esenciales a los servicios públicos y asegura su prestación por parte del estado municipal o terceros. Finalmente, el art. 141 establece los principios de concesión de los servicios públicos mediante ordenanzas.

El municipio de Neuquén tiene bajo su órbita distintos servicios públicos, esto se puede observar en su carta orgánica en el Capítulo III donde se establecen las Competencias Municipales, entre las competencias es de importancia para esta tesis, el art 16 inc. 29⁷ donde hace referencia a su competencia en materia de transporte público de pasajeros; así como el inc. 31 de dicho artículo que establece como competencia del municipio asegurar la prestación de servicios públicos domiciliarios básicos (Honorable Convencion Constituyente, 1995).

⁷ Art. 16 inc. 29) Entender sobre el servicio de transporte público urbano de pasajeros y, concurrentemente con la Nación, la Provincia y otros municipios, en lo concerniente al interurbano.

Los resultados de las entrevistas a los informantes claves (anexo 1.1), resaltan que mediante la ordenanza N° 10.811⁸ se establece la concesión de la distribución de energía eléctrica por parte de CALF. A su vez son órbita del estado municipal el transporte público de pasajeros, la recolección y tratamiento de los residuos, el agua potable y saneamiento⁹(a través de obras públicas), el estacionamiento medido, taxis y remis (Palladino, 2018). Otros servicios a cargo del municipio son: licencia de conducir, patentes, tasa de comercio, retributivos, espacios verdes y obras públicas.

Estos servicios no son prestados en forma directa por el municipio, sino que son concesionados o adjudicados a privados mediante contratos Administrativos de Prestación de Servicios que realiza el estado municipal (Palladino, 2018), es decir, prestados indirectamente por el estado municipal.

Por su parte la Subsecretaria de espacios verdes (Rocca, 2018), expreso que desde la subsecretaria tiene a su cargo, en materia de servicios públicos, la ejecución y mantenimiento de espacios verdes, espacios públicos, recolección de residuos, limpieza urbana, obras menores; por lo que serían servicios prestados directamente por el estado municipal.

Como muestra la tabla n° 11, podemos observar que el servicio de estacionamiento medido es brindado por SAEM y el de transporte público y la recolección de residuos es prestada por empresas privadas, Autobuses Neuquén / Pehuenches y Cliba respectivamente. Por su parte el municipio brinda los siguientes servicios públicos: licencia de conducir; patentes; tasa de comercio: espacios verdes y retributivos.

Tabla 11: Gestión de los servicios públicos

SERVICIO	PRESTADOR	PRESTACION POR PARTE DEL ESTADO
Transporte Publico	PRIVADO	INDIRECTA
Estacionamiento medido	PRIVADO	INDIRECTA
Recolección de residuos	PRIVADO	INDIRECTA
Distribución Electricidad	PRIVADO	INDIRECTA
Licencia de conducir	ESTADO MUNICIPAL	DIRECTA
Patentes	ESTADO MUNICIPAL	DIRECTA
Tasa de Comercio	ESTADO MUNICIPAL	DIRECTA
Retributivos	ESTADO MUNICIPAL	DIRECTA

⁸ El contrato fue aprobado por el Concejo Deliberante el 12 de julio del año 2007 mediante la ordenanza N° 10.811, promulgada tácitamente, publicada en el Boletín Oficial N° 1629/07 y suscripto entre la Municipalidad de Neuquén y CALF el 28 de agosto del año 2007.

⁹ Art. 51 Carta Orgánica de la ciudad de Neuquén

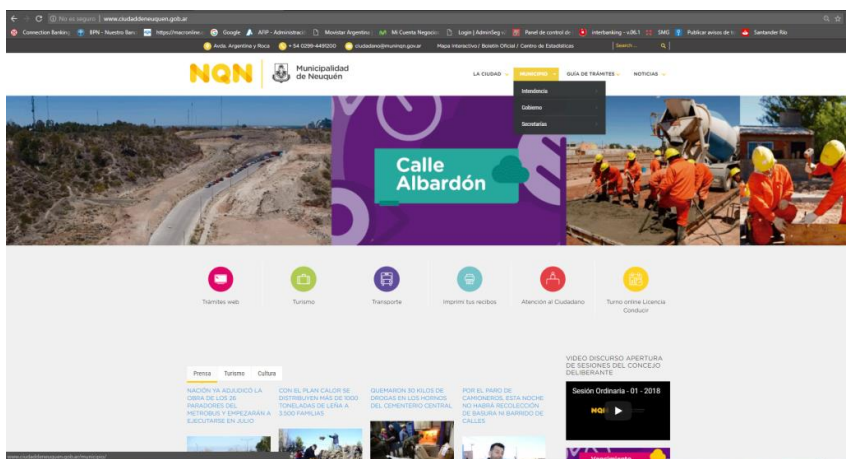
Espacios Verdes	ESTADO MUNICIPAL	DIRECTA
Obras publicas	ESTADO MUNICIPAL	

Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta que el e-gobierno se caracteriza por brindar acceso a la información, la prestación de servicios, realización de trámites y el fomento de la participación ciudadana; se analizó el tipo de presencia del estado municipal en su sitio web, especialmente de aquellos servicios prestados directamente por el estado municipal en la web.

El análisis del contenido web del municipio neuquino hizo hincapié en su sitio web, al cual se puede acceder a través de la url <http://www.ciudadneuenquen.gov.ar/>, en la figura nº 1 se muestra una captura de pantalla del mismo. El cual se presenta como principal canal de comunicación digital del municipio neuquino, en el podemos encontrar los servicios públicos prestados directamente por el municipio, así como también aquellos servicios prestados indirectamente por el estado municipal a través de concesionarios del servicio, permitiendo obtener información básica de los servicios en principio y realizar trámites en algunos casos.

Figura 1: Sitio web Municipalidad de Neuquén

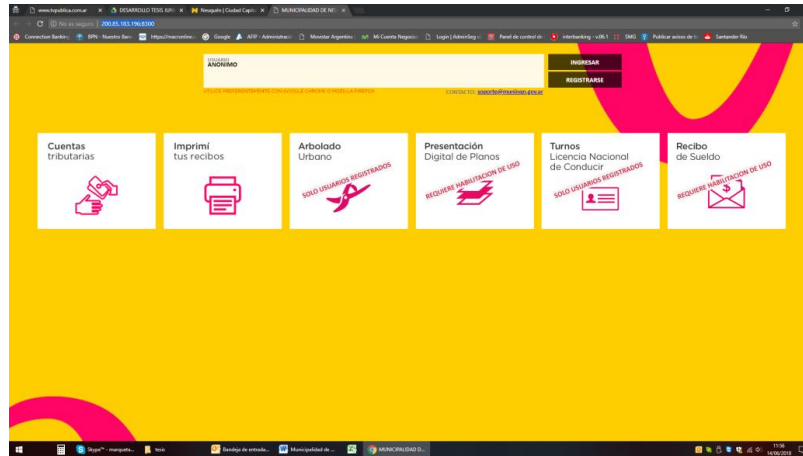


Fuente: Captura de pantalla del sitio web de gobierno analizado.

A partir de la observación del sitio web analizado, se pudo vislumbrar que presenta en su margen superior derecho menús desplegables a los principales contenidos, mientras que luego en su parte inferior muestra accesos directos a: tramites web, turismo, transporte, imprimir recibos, atención al ciudadano y turnos online para la licencia de conducir. Mostrando la información de forma ordenada y por secciones que facilitan su acceso.

En función del análisis del sitio web y de la información recabada en las entrevistas, se puede considerar que el mismo aporta a una cierta madurez de e-gobierno ya que permite obtener información, iniciar y consultar tramites y obtener contactos de referencia (teléfonos, direcciones, correo electrónico, etc.) como se observa en la figura nº2.

Figura 2: Transacciones del sitio web del Municipio de Neuquén

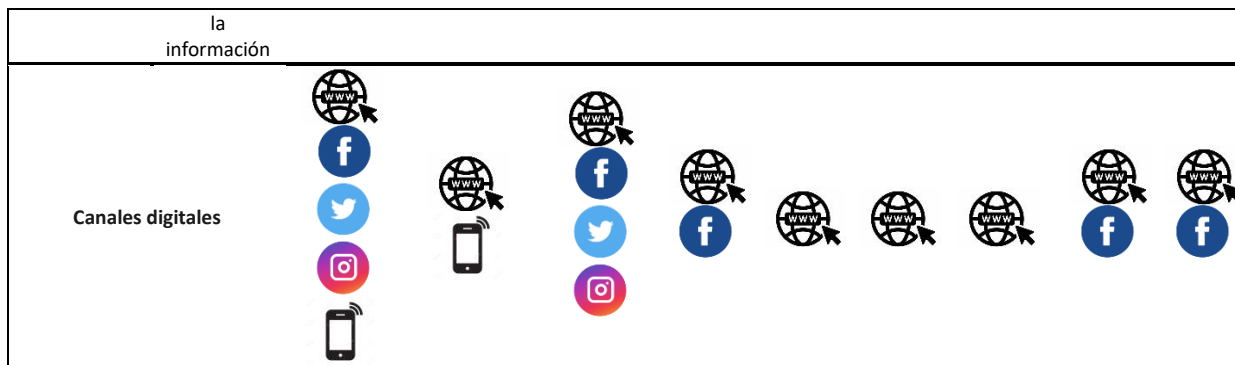


Fuente: Tramites web: <http://200.85.183.196:8300/> - CONTACTO: soporte@muninqn.gov.ar

Además, y como se desprende de la tabla nº 12, el e-gobierno del estado municipal neuquino cumple con las principales características de e-gobierno en camino hacia la fase de *interacción/participación democrática*, seleccionando como principal canal de comunicación digital al sitio web del municipio, mientras que las redes sociales son utilizadas como canales amplificadores en búsqueda de generar mayor participación con el ciudadano.

Tabla 12: Fase de e-gobierno de los servicios públicos del municipio neuquino

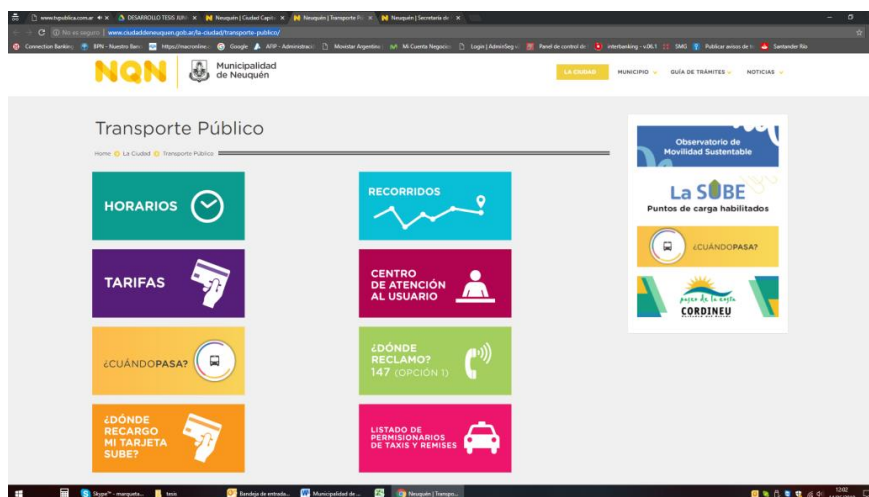
Fases de e-gobierno	Indicadores	Transporte Público	Estacionamiento medido	Recolección de residuos	Licencia de conducir	Patentes	Tasa de Comercio	Rebtributivos	Espacios Verdes	Obras públicas
Presencia	Se brinda información a los usuarios.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Interacción	Oferta de servicios y comunicación.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Transacción	Trámites y presentaciones en línea.	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Transformación	Integración total entre instituciones y ciudadanía.	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Participación democrática	Avance tecnológico, e-participación y acceso a	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗



Fuente: elaboración propia.

El Subsecretario de Transporte y Tránsito (Palladino, 2018), se refirió a que el municipio tiene presencia digital en transporte público y estacionamiento medido, aunque son servicios concesionados, tanto en el sitio web como móvil a través de la aplicación “Cuando pasa” y “SAEM” respectivamente. Mientras que el resto de los servicios públicos, tienen su presencia digital en el sitio web del municipio como se observa en la figura nº3, donde se presentan de forma directa los servicios públicos prestados por el gobierno municipal (ver anexos 1.1 y 1.1.1).

Figura 3: Pagina web de Transporte público del sitio web del municipio de Neuquén

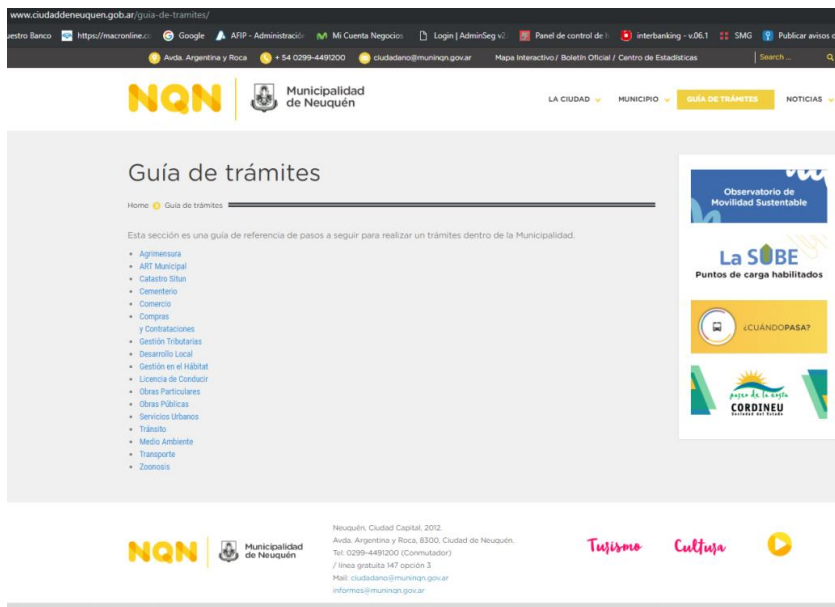


Fuente: Sitio web: <http://www.ciudadneuquen.gob.ar/la-ciudad/transporte-publico/>

Se podría afirmar que el ámbito del e-gobierno con más potencial es el de su relación con los ciudadanos a través de la comunicación (G2C). En este sentido, los canales digitales elegidos por el municipio para comunicar de forma digital los servicios públicos son a través del sitio web, redes sociales y Apps del municipio, y como se observa en las figuras nº 4 y nº 5, existe

una extensa guía de trámites al servicio del ciudadano. A través de estos canales digitales el municipio busca poder informar en forma directa a los usuarios sobre la prestación del servicio y generar ahorro de tiempo, por ejemplo, en el transporte público (Palladino, 2018).

Figura 4: Página web de Guía de Tramites del sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: <http://www.ciudadneuenquen.gob.ar/guia-de-tramites/>

En cuanto al monitoreo de las percepciones de los usuarios acerca del desempeño de los servicios públicos, en palabras del Subsecretario de Transporte y Tránsito (Palladino, 2018): “en Transporte público se realizan dos encuestas de satisfacción del usuario por año, mientras que en estacionamiento medido comenzaron este año con las encuestas de satisfacción”, no expresando claramente los aspectos que se priorizan a la hora de medir la satisfacción del ciudadano.

Figura 5: Página web de Atención al ciudadano del sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: <http://www.ciudadneququen.gob.ar/la-ciudad/atencion-al-ciudadano-formulario/>

El área de prensa del municipio es la encargada de informar digitalmente, a través del sitio web, como así también a través de las de las redes sociales y newsletters. Además, hay subsecretarías que tienen páginas propias en Facebook. La subsecretaría de espacios verdes (Rocca, 2018) menciona que el área de espacios verdes realiza un trabajo permanente en la ciudad, en el cuidado de los espacios verdes, la limpieza, el riego, la poda, la forestación y la siembra; reparación de juegos infantiles y la iluminación y expresa que la comunicación digital es una de las herramientas actuales para mantener informado al vecino de todo lo que se realiza.

Por su parte la Subsecretaría de Medio Ambiente (Gutierrez, 2018), expresa que *“la principal función de comunicar digitalmente la prestación de los servicios públicos es dar información a los vecinos de cuando pasa el colectivo, o qué residuos hay que sacar en ese día, o cuando hay un plan de limpieza barrial. Es brindarle información al ciudadano que le haga más práctico sus día a día, que le permita organizarse y disfrutar la ciudad”*. A la vez que dice que no está identificada si es comunicación digital o mixta, ya que es un proceso en construcción. Los municipios, en materia de comunicación, tienen como objetivo extender la información del sitio web; acceder a la opinión de las personas; comunicar las novedades y su trabajo en un espacio abierto; identificar necesidades de los usuarios. Luego de analizadas las entrevistas, se puede decir que actualmente no existe la medición de la calidad de la comunicación de los servicios públicos por parte del municipio neuquino. Aunque se busca tener un feedback con los ciudadanos a través de encuestas de satisfacción que realiza periódicamente la Dirección de Atención al Usuario (Palladino, 2018) - a las cuales no se pudo acceder a los resultados- éstas se centran en medir la satisfacción y el desempeño de los servicios públicos en general, pero no enfocan su atención en la comunicación de los mismos.

En cuanto a las redes sociales como canal digital de comunicación, se observó que el estado municipal cuenta con presencia en las principales redes: Facebook (fan Page con 23.249 me gusta), Twitter (2.328 seguidores), Instagram (2.063 seguidores) y YouTube (683 suscriptores), como lo muestra la figura nº 6:

Figura 6: Redes Sociales Municipio de Neuquén



Fuente: Facebook: <https://www.facebook.com/municipalidaddeneuquen/>

Fuente: Twitter: <https://twitter.com/munineuquen>



Fuente: Instagram: <https://www.instagram.com/municipalidaddeneuquen/>

Fuente: YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCQ5Ja-exwEAh5yW-TCUdQKA/featured>

Del análisis del contenido de las redes sociales del estado municipal neuquino, se observó que, además de las redes sociales oficiales del municipio, distintos sectores y secretarías tienen páginas o espacios propios en las redes sociales propias donde desarrollan la información a un grupo más específico de personas.

En lo que se refiere a *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, se observa que son herramientas que permiten extender la comunicación digital de los servicios públicos por parte del estado

municipal, valiéndose de imágenes, link y breves descripciones, es decir comunicando de forma sencilla y ágil las novedades que se están desarrollando y el estado de las obras llegando más rápido a los ciudadanos (figura nº7).

Figura 7: Comunicación en Facebook, Twitter e Instagram



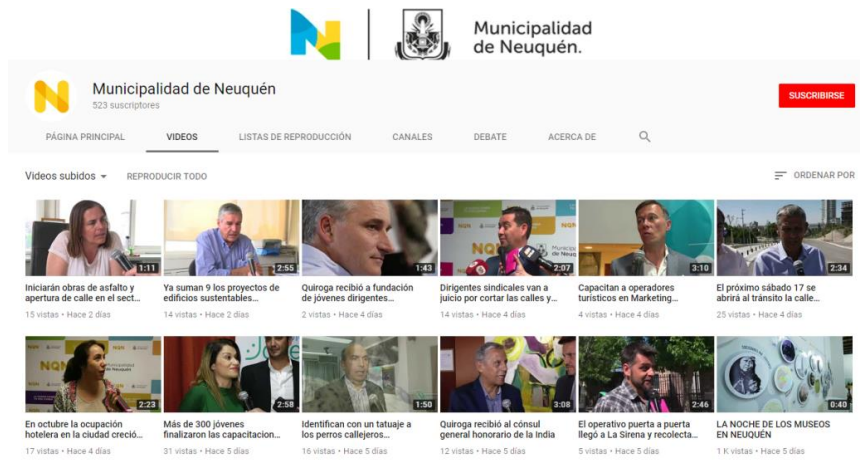
Fuente: <https://www.facebook.com/municipalidaddeneuquen/> - <https://twitter.com/munineuquen>



Fuente: <https://www.instagram.com/munineuquen/>

En lo que se refiere al uso de la cuenta oficial de *YouTube* (figura nº8), consta con 676 suscriptores, es quizás la principal herramienta audiovisual para desarrollar la información, esto en base a que los videos que el municipio sube al canal no solo son replicados en sus otras redes sociales, sino también son utilizados por los principales medios periodísticos electrónicos de la región (Diario Rio Negro y LMNeuquen), incluso por los canales de televisión de la región.

Figura 8: Videos Municipalidad en YouTube



Fuente: <https://www.youtube.com/channel/UCQ5Ja-exwEAh5yW-TCUdQKA/videos?sort=dd&flow=grid&view=0>

6.2. Calidad Técnica del principal canal digital utilizado por el municipio neuquino

La calidad técnica, en este caso de un sistema de información, se vincula a la evaluación de un experto en cuanto a la calidad de la información, la interacción y el diseño digital de un sitio web. Es así que se analizó la adecuación de la comunicación de los servicios públicos a los objetivos que los ciudadanos habitualmente tienen para interactuar con el canal digital.

Para evaluarla, un grupo de 3 expertos de distintas disciplinas, analizaron el sitio web del municipio de Neuquén

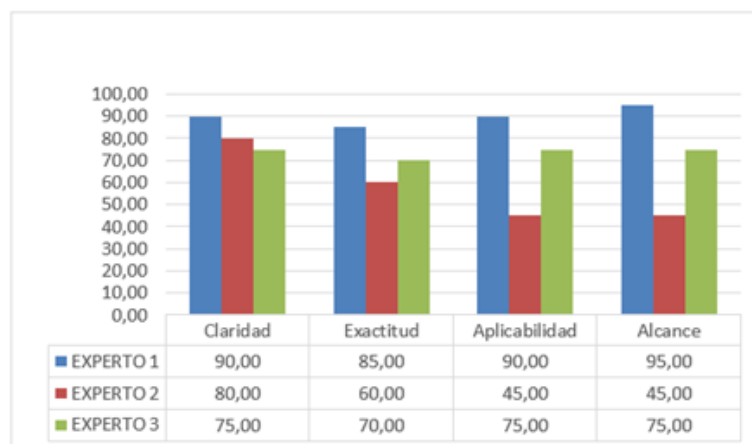
(www.ciudadneuquen.gov.ar) utilizando las subdimensiones calidad de la información (relevancia), calidad de la interacción (interacción e individualización) y calidad del medio digital (diseño y funcionalidad).

Las dimensiones de la calidad técnica fueron operacionalizadas a través de tres variables medibles mediante un cuestionario predeterminado (ver anexo 2.2 y 2.3), que fueron calificadas por los especialistas de forma independiente y según su criterio particular con una escala de 0 a 100, donde un valor más alto corresponde a una mejor calidad del sitio web. Al estar cada dimensión compuesta por subdimensiones e indicadores, para obtener el análisis de los valores obtenidos, se efectuaron promedios entre las calificaciones de cada experto y como resultado se obtuvo una nota promedio de cada variable.

En el gráfico nº 14, hace referencia a la evaluación de la calidad de la información, entendida como el mensaje y el contenido difundido por el sitio web del municipio de Neuquén, haciendo hincapié en los indicadores de: claridad, exactitud, aplicabilidad y alcance comprendidos en la subdimensión de relevancia.

En dicho gráfico se presentan las opiniones de los tres expertos (cada uno representado en una barra de diferente color) para los cuatro indicadores, englobados en la relevancia del sitio como parte de la dimensión calidad de la información.



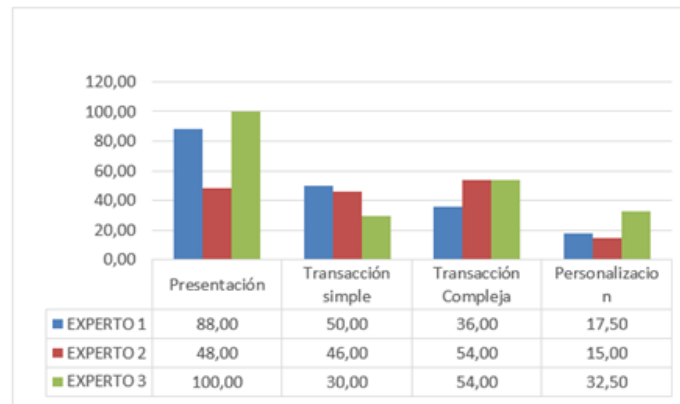
Gráfico 14: Calidad de la información del sitio web del municipio de Neuquén

Fuente: elaboración propia.

Para el indicador claridad de la información, los expertos muestran coincidencias en sus valoraciones, ya que la califican con valores de 90, 80 y 75, por lo que el promedio de los tres expertos resulta de 81,66. En relación con el indicador exactitud de la información las calificaciones fueron de 85, 60 y 70, obteniéndose un valor promedio de 71,66. Los expertos presentan mayor dispersión en sus respuestas en lo que se refiere a los indicadores alcance y aplicabilidad de la información. Para el alcance las calificaciones son de 95, 45 y 75 y para la aplicabilidad son de 90, 45 y 75, siendo la calificación promedio de 71,66 en ambos casos. Esto hace que la calidad de la información brindada por el sitio web del municipio de Neuquén sea considerada con una calificación promedio de **buena** de forma global, con una nota promedio global de 74,16, que surge del promedio de las valoraciones de los expertos a los cuatro indicadores de esta dimensión.

Por otro lado, la calidad de la interacción comprende la complejidad de la interacción del sitio web con el individuo y su grado de individualización, con indicadores como: el soporte para transacciones simples, soporte para transacciones complejas y presentación; y por otra parte incluye la individualización, a través del indicador personalización.

Se presentan en el gráfico n° 15 las opiniones de los tres expertos con respecto a la variable de interacción y sus subvariables e indicadores (cada uno representado en una barra de diferente color) en una escala de 0 a 100.

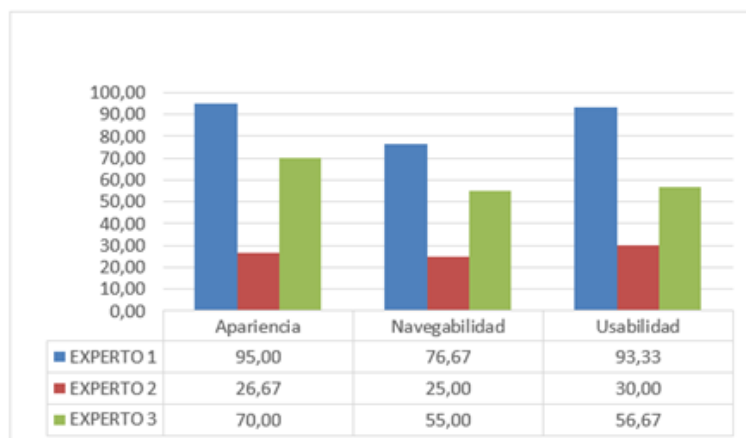
Gráfico 15: Calidad de Interacción del sitio web del municipio de Neuquén

Fuente: elaboración propia.

Los expertos dieron calificaciones de 88, 48 y 100 (en orden del experto 1, 2 y 3 respectivamente) para la presentación, con una calificación promedio de muy buena-(nota promedio de 78,67); y fueron más críticos con el resto de los indicadores de la interacción. En el caso de la transacción simple con calificaciones de 50, 46 y 30, y de 36, 54 y 54 para la transacción compleja, queda claro que las consideran regular (notas promedio de 32,10 y 48,00 respectivamente); mientras que en lo que se refiere a la personalización del sitio web analizado, con notas de 17.50, 15,00 y 32.50 respectivamente, los especialistas consideran de baja calidad técnica a dicho indicador, con una nota promedio de 21,67. Esto hace que la calidad de interacción sea considerada con una calificación de **regular** de forma global, siendo su nota promedio de 44,86.

En el gráfico nº 16, se presentan las opiniones de los expertos (cada uno representado en una barra de diferente color) para la dimensión calidad del medio digital del sitio web analizado, donde se midió que tan efectivo es su diseño y funcionalidad.

Gráfico 16: Calidad del Medio Digital del sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en el gráfico nº 16, en lo que se refiere específicamente a la calidad del medio digital, más específicamente del diseño, los expertos tienen diferencias a la hora de evaluar los indicadores de apariencia, navegabilidad y usabilidad del sitio web. La mayor discrepancia se presenta en el indicador de la apariencia, donde los expertos puntuaron con notas de 95, 26,67 y 70 (en orden del experto 1, 2 y 3 respectivamente), considerando la apariencia como buena en términos de promedios de las calificaciones de los expertos, con una nota promedio de 63,89.

En lo que se refiere a la usabilidad del sitio web, los expertos calificaron con notas de 93,33, 30 y 56,67, por lo que se observa que las discrepancias continúan y dos de los expertos coinciden en que la usabilidad del sitio web es regular, mientras que solo uno de los expertos dio muy buenas calificaciones de este indicador. Esto hace que la calificación global de la usabilidad sea de buena a regular, con una nota promedio de 60.

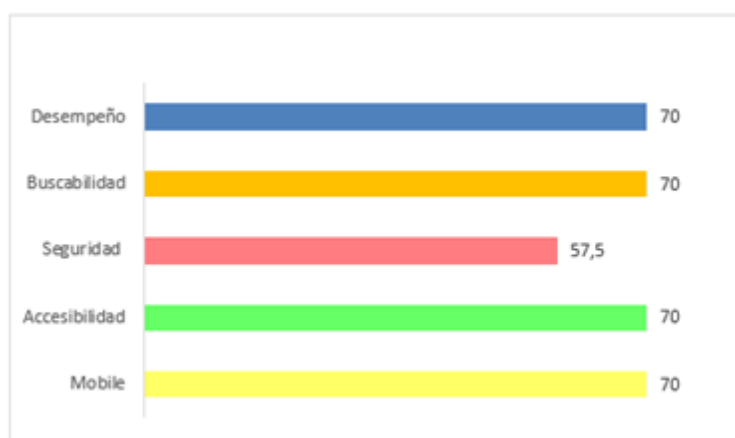
Si se observan las calificaciones acerca de la navegabilidad del sitio web, 76,67, 25 y 55 respectivamente, se visualiza que la brecha de discrepancia entre los expertos se achica y se obtiene una calificación promedio para este indicador de regular, con una nota promedio de 52,23.

Esto hace que la calidad del medio digital sea considerada con una calificación de **buena a regular** de forma global, con una nota promedio de 58,70, con respecto al diseño y en base a los tres indicadores mencionados anteriormente.

Por otro lado, el resto de los indicadores de desempeño, buscabilidad, seguridad, accesibilidad y mobile del sitio web, no fueron evaluados por los expertos, sino que la calidad técnica de los mismos fue medida en forma automática con el auxilio de un software (Loiacono, Watson, & Goodhue, 1999).

Para medir la calidad del diseño del sitio web municipal bajo el enfoque “responsive design”, de manera que adapta en su forma según el dispositivo, se utilizó la ayuda del sitio web <http://responsivedesignchecker.com>. Mientras que la optimización del sitio para móviles se midió a través del sitio web google.com/webmasters/tools/mobile-friendly. La velocidad y accesibilidad mediante el sitio <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>. Por su parte mediante el sitio web <http://seositecheckup.com/>, se pudo medir la calidad de imágenes y sonidos, la navegabilidad y los certificados web del sitio. Por último, desde el sitio web <https://gtmetrix.com> se midió el desempeño, el tiempo de carga y el peso de la página web. (Ver Anexo nº 3.2)

Gráfico 17: Calidad Técnica del sitio web del municipio de Neuquén medida por un Software



Fuente: elaboración propia.

Como se observa en el gráfico nº17 (para ver información más detallada ir al anexo 3), se obtuvieron notas promedio de la medición de forma automática con el auxilio de un software, de las cuales se desprende que el desempeño, la buscabilidad, la accesibilidad y la adaptabilidad del sitio móvil son **buenas**, con una calificación que se aproxima a una nota promedio de 70, por otro lado, en materia de seguridad, la medición de forma automática con el auxilio de un software, arroja una calificación de 57,5 en promedio y se podría decir que la seguridad del sitio es **regular**.

Tras haber detallado las evaluaciones de la calidad técnica a través de sus subdimensiones e indicadores, se presenta una comparación entre los promedios generales de las mismas en la tabla nº 13 y el gráfico nº18 (ver tabla de promedios en anexo 3.2) y de las dimensiones en el gráfico nº 19.

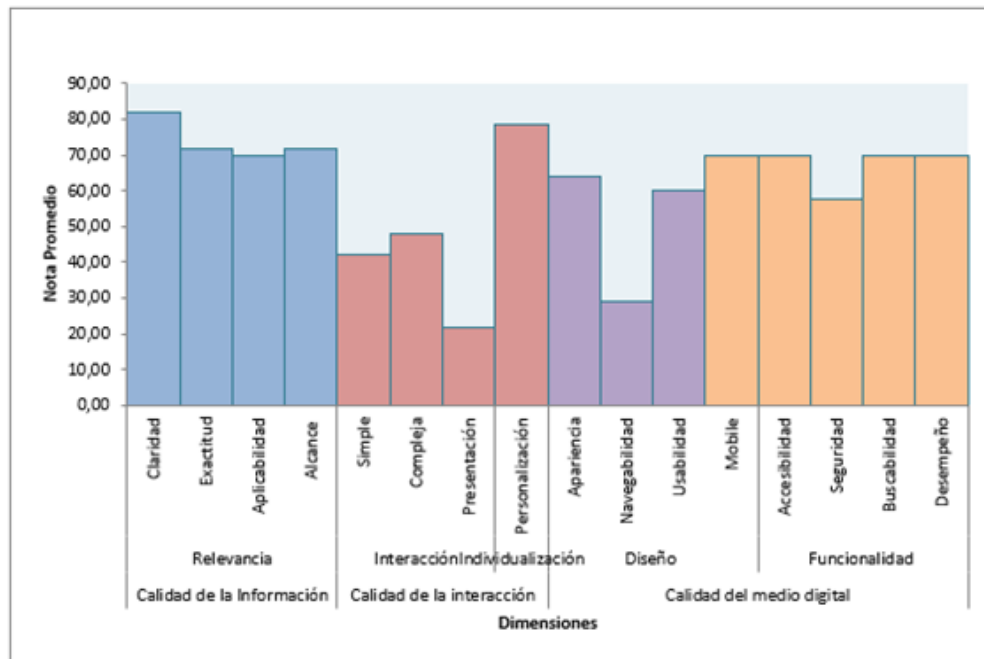
Tabla 13: Promedios dimensiones Calidad Técnica

			Nota	Promedio	
Calidad de la Información	Relevancia	Claridad	81,67	73,75	
		Exactitud	71,67		
		Aplicabilidad	70		
		Alcance	71,67		
Calidad de la interacción	Interacción	Simple	42	47,59	
		Compleja	48		
		Presentación	21,67		
	Individualización	Personalización	78,67		
Calidad del medio digital	Diseño	Apariencia	63,89	50,93	
		Navegabilidad	28,89		
		Usabilidad	60		
	Funcionalidad	Mobile	70		67,5
		Accesibilidad	70		
		Seguridad	57,5		
		Buscabilidad	70		
		Desempeño	70		
Promedio total			60,98		

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la tabla nº 13, la subdimensión relevancia obtuvo un promedio de 73,75 en su evaluación por parte de los expertos, siendo la de mayor aceptación por los mismos y observando que cada uno de sus indicadores obtiene una aceptación de buena a muy buena. La subdimensión interacción, presenta el indicador con menos aceptación por parte de los expertos en el indicador presentación con una nota de 21,67; esto acompañado de bajas calificaciones en el resto de los indicadores, hacen que la interacción tenga una aceptación que va de regular a mala. Por lo contrario, la subdimensión individualización en su indicador personalización con una nota de 78,67, presenta una aceptación de buena a muy buena por parte de los expertos.

Gráfico 18: Comparación de la Calidad Técnica del sitio web del municipio de Neuquén



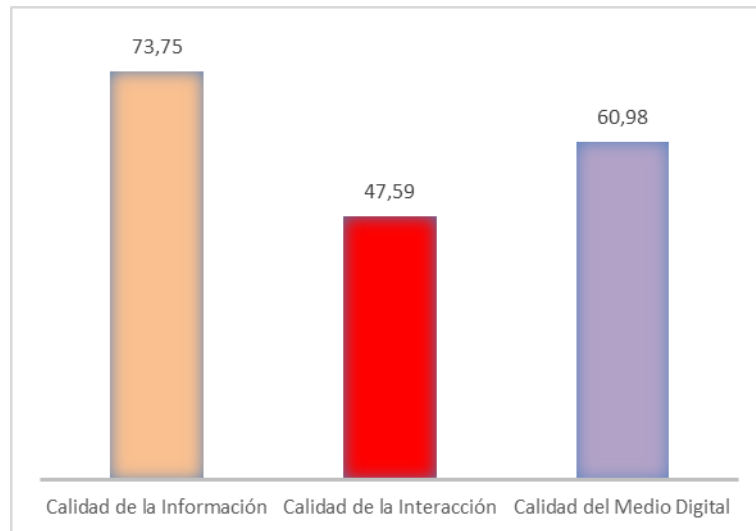
Fuente: elaboración propia.

Como podemos observar en la tabla n° 12 y el gráfico n° 18, las subdimensiones de la calidad del medio digital presentan distintos niveles de aceptación. En cuanto a la subdimensión diseño se presentó el segundo indicador con menos aceptación por parte de los expertos, el de navegabilidad con una nota de 28,89, siendo la aceptación del diseño por parte de los expertos de regular.

Por su parte, la subdimensión funcionalidad, evaluada mediante la ayuda de un software, presenta en sus indicadores una paridad en sus notas arrojando un promedio de 67,5; lo que permite decir que el desempeño de la funcionalidad es bueno.

En cuanto al promedio de las tres dimensiones de la calidad técnica, el gráfico n° 19 nos permite observar que los expertos encuentran que la calidad de la información del sitio web analizado es de una buena (promedio global de 73,75) y los indicadores no presentan variaciones en los niveles de calidad.

Gráfico 19: Notas Promedio Dimensiones



Fuente: elaboración propia.

La calidad técnica del medio digital, calificada por los expertos (aparición, navegabilidad y usabilidad) y medida por medio del auxilio de un software (mobile, accesibilidad, seguridad, buscabilidad y desempeño), es de buena a regular (con notas promedio de 50,93 y 67,5 respectivamente). En lo que se refiere a la calidad de la interacción del sitio web es la más baja en opinión de los expertos (la nota promedio global es de 47,59).

En resumen, para finalizar se estimó un índice global de calidad en sus tres dimensiones. Para ello se promediaron los valores promedios de cada dimensión del gráfico n° 19 y se obtuvo una evaluación global de 60,98, la cual puede ser entendida como una calificación de **buena** en lo que hace referencia al desempeño de la calidad técnica del sitio web del municipio neuquino.

6.3. Calidad percibida del canal digital utilizado por el municipio neuquino

En esta tesis se concibe a la calidad percibida, a diferencia de la calidad técnica, como la capacidad del prestador de un servicio de satisfacer las necesidades de sus usuarios, así como con su participación emocional en el mismo (Barroso, 2014). Supone un proceso de evaluación actitudinal hacia el canal digital, es decir, si el sitio web del municipio de Neuquén es percibido y asociado por los ciudadanos a propiedades placenteras porque cubre sus expectativas en cuanto a la prestación de los servicios públicos.

Tal como se mencionara en el apartado de los aspectos metodológicos, las dimensiones a analizar de la calidad percibida en esta tesis fueron el cumplimiento/confiabilidad, la eficiencia, la seguridad, el usuario y su perfil, el servicio al usuario y el contacto.

6.2.1. Características de la muestra y perfil de los usuarios de servicios públicos

Para medir la calidad percibida del canal digital, se tomó una muestra de **91 usuarios** efectivos de los servicios públicos prestados propiamente por el estado municipal de Neuquén Capital, de los cuales expresaron en un 90,48% son usuarios de los servicios públicos de la ciudad de Neuquén, mientras que un 9,52% no los son (ver cuestionario online en anexo 2.1).

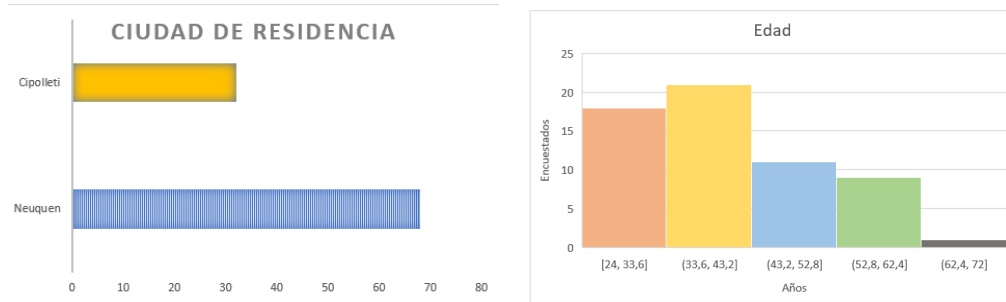
El 60% de la muestra fueron mujeres y el 40% restante hombres (grafico nº20). Mientras que el promedio de edad de los encuestados fue de 39,77 años, en un rango de edad que abarca de los 24 a los 69 años. Las mujeres tienen un promedio de edad de 39,83 años y los hombres de 42,04 años. Por su parte, el 68 % de la muestra fueron residentes de la ciudad de Neuquén y el 32% en Cipolletti.



Gráfico 20: Perfil socio demográfico



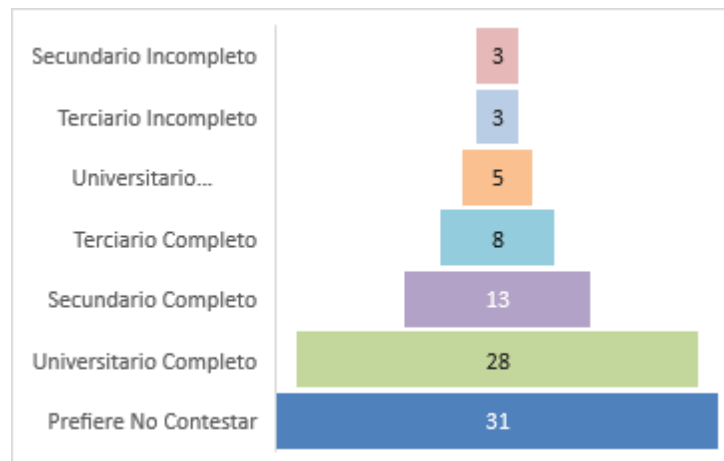
● hombre ● mujer



Fuente: elaboración propia

En cuanto al nivel de instrucción, el 34% prefirió no contestar, un 31 % de los encuestados cuenta con estudios universitarios completos, el 14% tiene estudios secundarios completos, un 9% terciario completo mientras que el 6% son universitario con estudios incompletos, a su vez un 3% de los encuestados tiene estudios secundarios incompletos y otro 3% estudios terciario incompleto como se observa en el gráfico nº 21.

Gráfico 21: Nivel de Instrucción



Fuente: elaboración propia

En materia laboral (ver gráfico nº 22), se puede observar que el 78% de los encuestados trabaja tiempo completo y el 9% solo medio tiempo, mientras que el 3% no trabaja. Al hacer la comparación según género de los encuestados, el 83% de los hombres trabaja tiempo completo mientras que el 9% solo trabaja medio tiempo y el 8% no trabaja. A su vez, se

observó que el 67% de las mujeres encuestadas trabajan tiempo completo mientras que el 28% solo trabaja medio tiempo y 5% actualmente no trabaja.

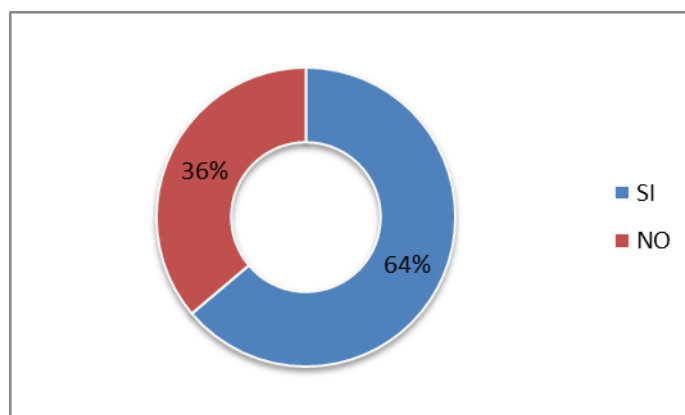
Gráfico 22: Situación laboral de la Muestra



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, del 90,48% de los encuestados manifestaron ser usuarios efectivos de los servicios públicos de la ciudad de Neuquén, el 64% expreso que utilizo el sitio web del municipio de Neuquén al menos una vez en los últimos tres años para realizar una gestión y/o consulta acerca de los servicios públicos, por otro lado, el 36% no ingreso al sitio web del municipio neuquino en los últimos tres años como se puede observar en el grafico nº 23.

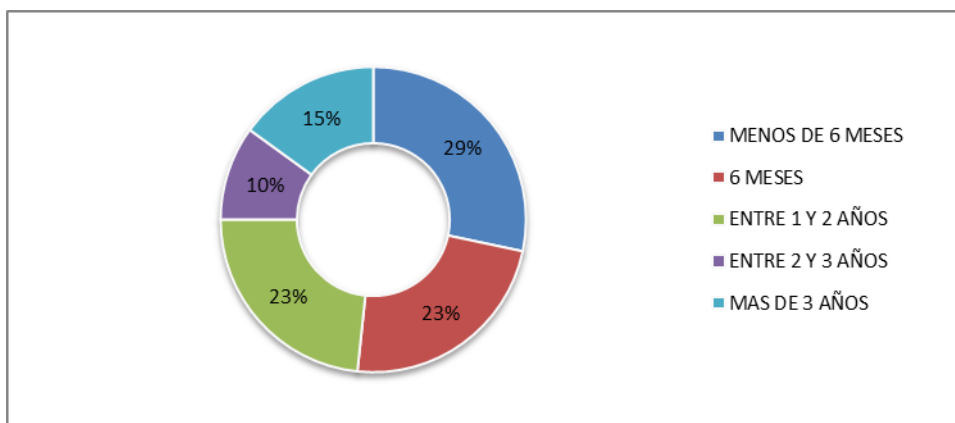
Gráfico 23: Consulta de Servicios Públicos en el sitio web del municipio neuquino



Fuente: elaboración propia

De los usuarios efectivos que realizaron una consulta y/o gestión en el sitio web del municipio de la ciudad de Neuquén, el 26% lo utilizo para realizar gestiones vinculadas a los servicios públicos hace menos de 6 meses, un 23% manifestó haberlo utilizado hace 6 meses y en el mismo porcentaje entre 1 y 2 años; el 10% entre 2 y 3 años y un 15% aseguro que entro hace 3 años, como lo refleja el grafico nº 24.

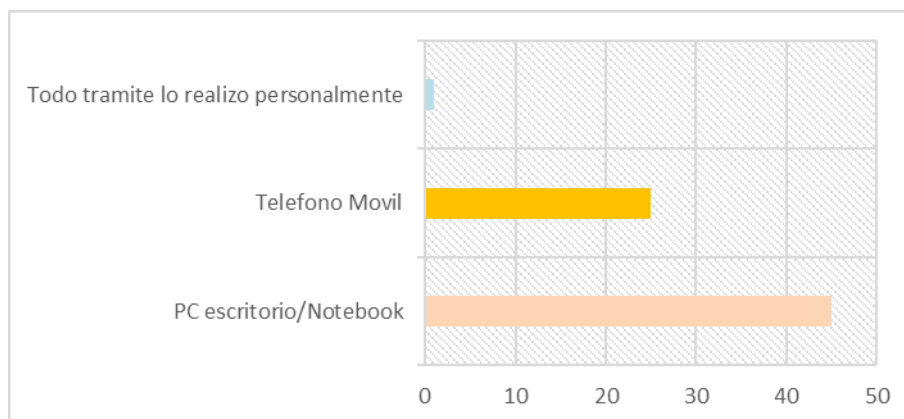
Gráfico 24: Ultimo ingreso al sitio web del municipio neuquino



Fuente: elaboración propia

Como refleja el gráfico nº25, los encuestados manifestaron que a la hora de ingresar al sitio web del municipio neuquino, el 63,38% manifestó haberlo hecho desde una PC de escritorio o notebook, el 35,21% lo hace a través de un teléfono móvil, y el 1,41% prefirió realizar el trámite personalmente en la dependencia municipal correspondiente.

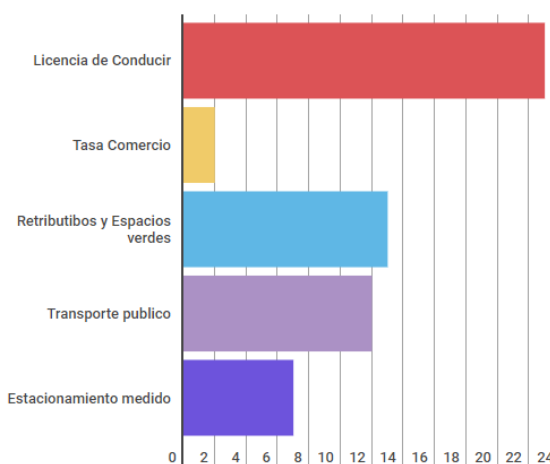
Gráfico 25: Dispositivos a través de los que los usuarios ingresan al sitio web del municipio neuquino



Fuente: elaboración propia

Al ser consultados acerca de ¿Cuál fue el servicio que consultó/gestionó recientemente a través del sitio web? (gráfico nº26), un 40,35% indicó que su última experiencia en el sitio fue una consulta/gestión vinculada a la licencia de conducir, un 22,81% a retributivos y espacios verdes, el 21,05% a transporte público, el 12,28% al estacionamiento medido y un 3,51% vinculado a la tasa de comercio municipal.

Gráfico 26: Servicios públicos gestionados en el sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: elaboración propia

6.2.2. Calidad Percibida por los usuarios del sitio web del municipio de Neuquén

A la hora de indagar acerca de la calidad percibida por los usuarios del sitio web del municipio de Neuquén, se les pidió a los usuarios, mediante encuestas online (ver anexo 2.1 y anexo 4.1), que indiquen su nivel de acuerdo en relación a afirmaciones que sirvieron de para medir los indicadores: servicio, tiempo, personalización, protección de datos, seguridad, respuesta y asistencia online/offline. Para cada indicador el encuestado tuvo que señalar su nivel de acuerdo/desacuerdo utilizando una escala de 5 puntos, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

La tabla nº 13 permite observar la media y la desviación estándar para cada uno de los indicadores analizados ordenados en forma descendente (de mayor puntuación a menor puntuación promedio). También se indica, en la primera columna, a qué dimensión de la calidad percibida refiere el indicador.

Las frases para medir los indicadores están redactadas como una percepción positiva de calidad. Por tanto, un valor promedio alto (cercano a 5) indica un nivel de acuerdo alto con la frase, en otras palabras, indica un nivel alto de calidad percibida en relación al indicador. Por

el contrario, un valor promedio bajo (cercano a 1) indica un nivel de desacuerdo con la frase en evaluación y, por tanto, un nivel bajo de calidad percibida en relación al indicador.

En la tabla nº 14 y en el gráfico nº 27, se observa que las medias de los indicadores de calidad percibida oscilaron entre 3,32 (para los indicadores con mejores niveles de calidad percibida) y 2,08 (para los indicadores con peores niveles de calidad percibida).

Dos indicadores de la dimensión servicio fueron los que obtuvieron mejores puntuaciones. Los usuarios de los servicios públicos consideraron que obtuvieron aquello que necesitaba en el sitio web (una media de 3,32) y que el servicio recibido coincidió con el comunicado en el sitio web (con una media de 3,22).

Por su parte al ser consultados sobre si el sitio presenta una buena selección de servicios/productos (personalización), la media de las respuestas obtenida fue de 3,09. En referencia al indicador tiempo, al ser consultados sobre la facilidad y tiempo para efectuar consultas o trámites la media arrojada fue de 3,02 y se obtuvo una media de 3,07 en cuanto al detalle de la información detallada por el sitio web.

Tabla 14: Calidad Percibida por los usuarios del sitio web del municipio de Neuquén

Indicador	Indicador Concreto	Media	Desv. est.
SERVICIO	Obtuve aquello que necesitaba del sitio web	3,32	1,43
SERVICIO	El servicio recibido coincidió con lo comunicado en el sitio web	3,22	1,38
PERSONALIZACION	Este sitio tiene una buena selección de servicios/productos	3,09	1,25
TIEMPO	El sitio web me proporcionó información detallada	3,07	1,32
TIEMPO	Fue rápida y fácil de completar la consulta/transacción en este sitio web	3,02	1,33
PRIVACIDAD	Me sentí seguro en mis transacciones con este sitio	3,00	1,02
PERSONALIZACION	El nivel de personalización del sitio fue el adecuado, ni mucho ni poco	2,98	1,22
PRIVACIDAD	El sitio web tenía medidas de seguridad adecuadas	2,95	1,24
RESPUESTA	Es te sitio hace que sea fácil comunicarse con la organización	2,95	1,41
SERVICIO	El servicio fue realizado en el plazo prometido en el sitio web	2,93	1,45
PRIVACIDAD	Sentí que mi privacidad estaba protegida en este sitio	2,93	1,27
TIEMPO	El sitio web no me hizo perder el tiempo	2,84	1,37

ASISTENCIA ONLINE / OFFLINE	El sitio proporciona números de teléfono y correos electrónicos para llegar a funcionarios municipales	2,78	1,45
SEGURIDAD	Mi información personal está asegurada	2,77	1,18
RESPUESTA	Las consultas se responden con prontitud	2,75	1,39
SEGURIDAD	Este sitio hace que me sienta seguro para realizar transacciones	2,74	1,2
RESPUESTA	El sitio transmite un sentido de comunidad	2,63	1,17
PERSONALIZACION	Crea un sentido de personalización	2,60	1,24
SEGURIDAD	Cuando tuve un problema, el sitio web mostro un sincero interés en resolverlo	2,26	1,12
ATENCION ONLINE / OFFLINE	El sitio tiene asistentes del usuario disponible en línea	2,09	1,16
ATENCION ONLINE / OFFLINE	El sitio ofrece la posibilidad de hablar con una persona en vivo si hay un problema	2,08	1,29

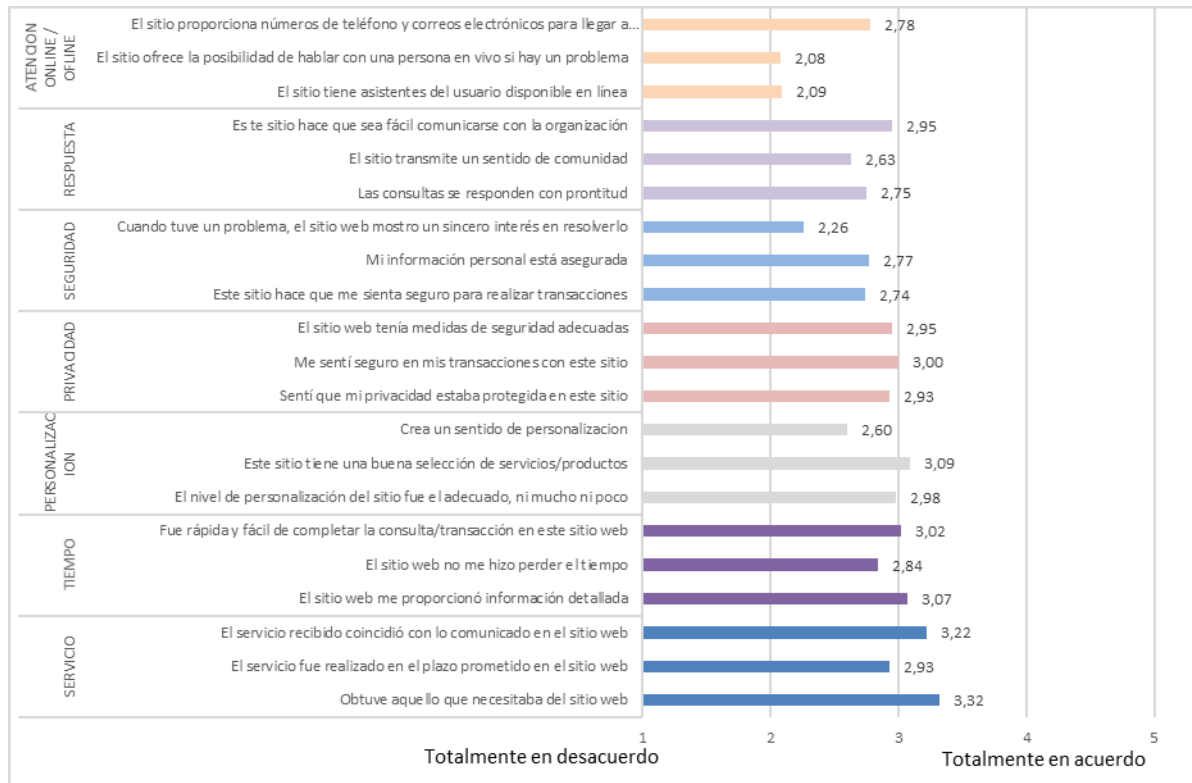
N=91

Fuente: elaboración propia - para más información ver anexo 4

En cuanto al indicador de protección de datos, relacionado a la sensación de seguridad al realizar transacciones en el sitio web del municipio neuquino, la media fue de 3,00.

Como se observa en el grafico nº 27 (datos detallados en anexo 4), los indicadores que presentaron menor nivel de calidad percibida, fueron aquellos en que los encuestados señalaron no estar de acuerdo con las frases “cuando tuve un problema, el sitio web mostro un sincero interés en resolverlo” (media de 2,26), “el sitio tiene asistentes del usuario disponible en línea” y “el sitio ofrece la posibilidad de hablar con una persona en vivo si hay un problema” (cada uno con media de 2,08).

Gráfico 27: Promedios Calidad Percibida por los usuarios del sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: elaboración propia - para más información ver anexo 4

Los usuarios encuestados mencionaron distintas sugerencias de mejoras del diseño del sitio web municipal con respecto a los servicios públicos prestados por el municipio de Neuquén, surgieron distintas sugerencias al diseño del sitio web municipal. Entre los más destacados se encuentran:

- Mejorar la web para celulares, debería mejorar el formato, la carga resulta lenta y la resolución no es adecuada.
- Información clara, concisa y concreta.
- Ampliar la información y contener archivos o datos históricos.
- Actualización constantemente, algunos servicios ya no funcionan o están pasados de fecha.
- Podría tener un apartado de preguntas frecuentes o un chat de consultas.
- Facilidad de acceso para consulta de deudas y patentes.
- Validación de usuarios a través de la AFIP.
- El sitio no da la información requerida, y aunque se comunique con el sitio las respuestas a los requerimientos no son en poco tiempo...Eso hace que el sitio web no sea útil.
- Más fácil de usar y resolver cuestiones vinculadas a los servicios públicos.
- Más mantenimiento al sistema de transporte público.

- Mejorar del servicio de atención online.
- Mejoraría el lay out del sitio.
- El sitio debería estar más organizado, a veces es difícil buscar información en él.
- Que sea más práctico en el sector cuentas tributarias y dentro de la página sea practico para encontrar los impuestos a pagar.
- Los accesos no son directos y eso no facilita ningún trámite.
- Subdivisión de acuerdo a los trámites a realizar.
- Que sea más simple la función para los adultos.
- Que se unifique/sincronice el sistema de datos entre las diferentes dependencias. Ya que haces un trámite y te piden ir a otra dependencia.
- Realizo todo personalmente por desconfianza con los datos.
- Transporte público suele fallar en los horarios que pasan por las paradas, no se actualizan rápido los cambios de recorridos, etc.
- Sistema más personalizado, comunicación en línea, Chat instantáneo, mayor privacidad y más funcional.

El grafico n°28 muestra, a través de una nube de palabras, los conceptos que más surgieron de las opiniones de los encuestados, resaltando palabras como: datos, mejorar, sitio, sistema y transporte entre las más sugeridas.

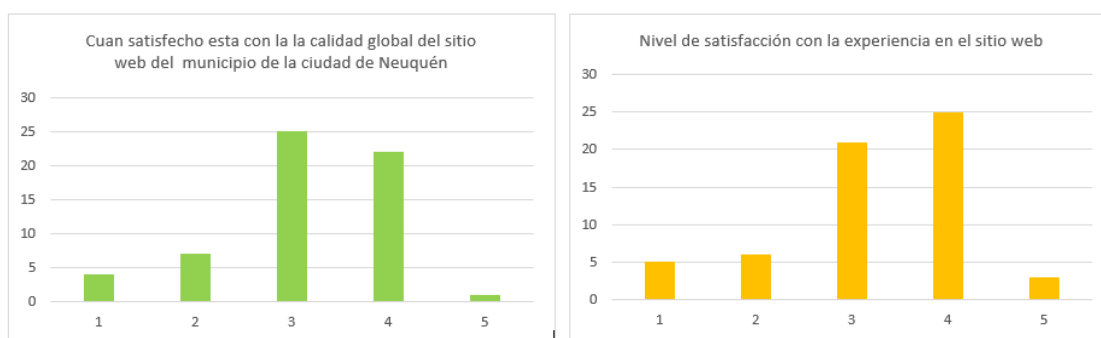
Gráfico 28: Nube de Sugerencias acerca del sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: elaboración propia

El grafico nº 29 muestra la respuesta de los encuestados ante la pregunta ¿Cuán satisfecho esta con la calidad global y su experiencia en el sitio web del municipio neuquino?, medida en una escala de 1 a 5, donde 1 es poco satisfecho y 5 es muy satisfecho. De esta manera, se pudo observar que se manifestaron satisfechos en cuanto a la calidad global del sitio web del municipio neuquino, así como también con su experiencia en el mismo.

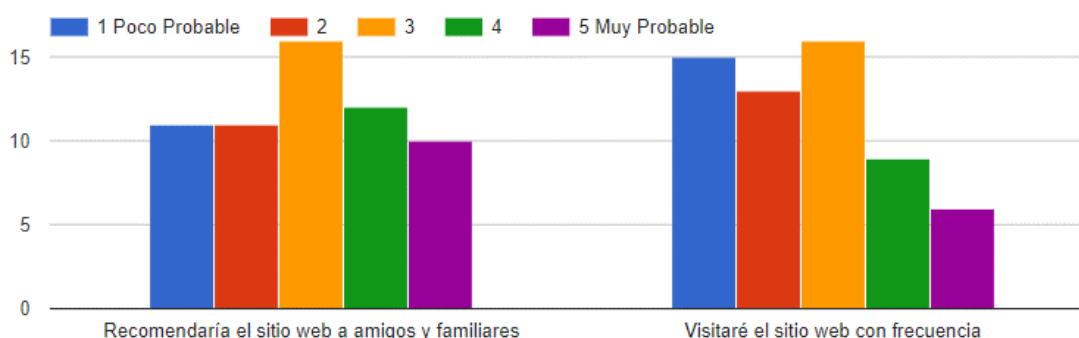
Gráfico 29: Satisfacción de la experiencia en el sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: elaboración propia

Al ser consultados en referencia a si recomendarían el sitio web a amigos y familiares, como se observa en el grafico nº 30, y en una escala del 1 al 5, donde 1 es poco probable y 5 muy probable, se podría decir que los encuestados, son precavidos a la hora de recomendar el sitio web, observando que el 42% de los encuestados lo recomendaría mientras que el 41% se podría decir que lo recomendarían pero mantendrían sus reservas acerca del sitio web y finalmente el resto de los encuestados no parecen seguros de recomendar el sitio web del municipio neuquino.

Gráfico 30: Recomendación del sitio web del municipio de Neuquén



Fuente: elaboración propia

Mientras que consideran, en gran parte, que será poco probable que aumenten la frecuencia con la que visitan el sitio web del municipio neuquino, aquí se destaca que ante la posibilidad de opinar acerca del sitio web, los encuestados hacen referencia a la falta de conexión con otros entes o áreas, y la falta de actualización, lo cual los lleva a expresar que

a pesar que recomendarían el sitio no aumentarían la frecuencia de ingreso al mismo ante la falta de actualizaciones y conexiones que permitan una mejor interacción en el sitio web.

CAPITULO 5

CONCLUSIONES

IMPLICACIONES GERENCIALES

LIMITACIONES DE LA INVESTIGACION

FUTURAS LINEAS DE ACCION



7. Conclusiones

La presente tesis se centró en el análisis la **calidad de la comunicación digital** de los servicios públicos que presta el municipio neuquino, siendo la comunicación un componente esencial para el desarrollo del e-gobierno y en la difusión de los servicios públicos como eje de las políticas públicas destinadas a los ciudadanos.

El análisis de la comunicación digital de los servicios públicos se realizó mediante la identificación de los servicios prestados por el estado municipal y los canales de comunicación digital elegidos para comunicar los servicios públicos. A su vez se analizó la calidad de la comunicación desde dos miradas complementarias, por un lado desde la calidad técnica del canal digital y por otro, el de la calidad percibida por los usuarios.

Para ello se planteó un sistema de objetivos específicos y de decisiones metodológicas particulares que posibilitaron obtener resultados concretos y con ello conclusiones particulares a cada uno.

El análisis del contenido digital permitió identificar al sitio web del municipio neuquino como principal canal y eje de la comunicación digital y desde allí su extensión a las redes sociales. Así como también identificar los servicios públicos brindados prestados directamente por el estado municipal neuquino (licencia de conducir, patentes, tasa de comercio, retributivos,

espacios verdes y obras públicas), y los servicios públicos prestados indirectamente por el municipio a través de la concesión a un privado (transporte público, estacionamiento medido y recolección de residuos).

En materia de comunicación digital, en la búsqueda de identificar los canales de comunicación, se presentó una situación que se podría denominar de gestión mixta (Celaya, 2007), ya que el estado municipal forma parte de la comunicación de los servicios públicos prestados por privados, lo cual hace que los ciudadanos no los diferencien de los prestados en forma directa por el Estado municipal, siendo el caso del transporte público y de la recolección de residuos.

Entre los canales de comunicación digital, el sitio web resultó ser el más relevante para el e-gobierno de los servicios públicos. El análisis del sitio web oficial del municipio de Neuquén permitió concluir que este sitio web cuenta con cierta madurez desde el punto de vista del e-gobierno, ubicándose en lo que denomina una etapa de transacción según lo expresado por Araya & Orrego (2004), presentando un diseño amigable a primera vista, con información de cada área del municipio y la posibilidad de realizar diversos trámites en línea.

A pesar de ello, el sitio web presenta déficits a la hora de realizar trámites o continuar un trámite iniciado; no existe cruce de información entre distintas áreas del municipio ni con entes públicos provinciales o nacionales como por ejemplo AFIP o la Dirección Provincial de Rentas. Esto hace que, como establece la AGESIC (2010), sea inconsistente la integración total entre instituciones gubernamentales y ciudadanía, dificultando el paso de la fase de *transacción* a la de *transformación*, siendo ello necesario para crear las condiciones necesarias que permitan al e-gobierno municipal avanzar hacia la e-participación, es decir a una fluida y participativa relación entre el ciudadano y el estado municipal.

A su vez resultaría necesario vincular la información del sitio web del municipio neuquino con los sitios webs y/o redes sociales y las aplicaciones móviles de las empresas prestadoras de los servicios públicos concesionados y así hacer más ágil la navegación y la búsqueda de información para los usuarios.

Particularmente, en materia de *transporte público*, se concluyó que la información presentada en los canales digitales del municipio es deficitaria, es decir, no se presenta de forma clara ni precisa y en muchos casos solo es una especie de afiche online, que presenta horarios y recorridos, los cuales muchas veces no coinciden con el día a día de los ciudadanos.

Por su parte, el municipio pone a disposición información a través de la aplicación "*Cuando pasa*", la cual resulta difícil usar desde un Smartphone, ya sea por inconvenientes de geolocalización, de actualización o por falta de señalización para ubicar las paradas de colectivo. Mientras que las empresas concesionarias del transporte público no cuentan con una App propia donde se informe de recorridos y horarios.

A fines de 2018 se creó una fan Page de Facebook de la empresa Autobuses Neuquén, que de a poco comienza a comunicar su servicio a los usuarios, mientras que durante abril de 2019 el municipio incorpora la posibilidad de consultar los recorridos a través de la aplicación móvil *waze* (Mapa *waze* ciudad de Neuquén).

Cabe resaltar que en muchos casos el municipio reduce la comunicación digital a informar cuando pasa el colectivo o cuando sacar los residuos, y como ya se expresó con anterioridad no es lo mismo informar que comunicar (Casermeiro de Goyita, 2014); creyendo que esto es lo más importante para los usuarios. Ejemplo de esto es la fallida campaña de comunicación acerca de la separación de residuos ya que, pasados dos años, aún los usuarios no pueden diferenciar los residuos a la hora de separarlos y los días que deben sacar cada uno, siendo esto parte de la falta de una más clara y educativa estrategia de comunicación clásica y digital.

En cuanto a las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), son simplemente utilizados como herramientas de amplificación de la estrategia digital planteada desde el sitio web del municipio neuquino, en vez de ser planteadas como canales digitales que permitan llegar a usuarios específicos (Llano, 2016) y fomentar la interacción con los usuarios; mientras que desde YouTube crean contenido específico para ser difundido por estas redes sociales e incluso los medios de comunicación de la región.

Se debe entender a la comunicación digital, es decir la reticularidad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Scolari, 2008) que la genera, como el atributo determinante que garantice el buen funcionamiento del e-gobierno. Diferenciarla de la comunicación de masas y comprender que una comunicación digital con estándares elevados en su calidad garantiza más accesibilidad y transparencia, una mejor prestación de servicios públicos y la participación e interacción de la ciudadana en la gestión pública (Muñoz, Rodríguez Bolívar, & Garde Sánchez, 2014); constituyendo pilares fundamentales para la modernización del estado, disminuyendo costo y facilitando la descentralización del

estado, acercándolo al ciudadano y a estos últimos a la toma de decisiones en materia de políticas públicas (Rodríguez & Valiño, 2010).

Para el análisis de la *calidad técnica*, se propuso un modelo basado en expertos (Barahona & Zamora, 2016), junto a una medición de indicadores específicos, en forma automática con el auxilio de un software (Loiacono, Watson, & Goodhue, 1999). El modelo se definió analizando investigaciones relacionadas con el servicio de gobierno electrónico, siendo las variables estudiadas las de la información, interacción y medio digital. Centrando el análisis en el sitio web del municipio neuquino como principal canal digital utilizado para comunicar los servicios públicos prestados directamente por el estado municipal.

Esto permitió concluir que la calidad técnica, siguiendo la línea de investigación planteada en los estudios de Barahona & Zamora (2016), con referencia a los indicadores de claridad, exactitud, aplicabilidad y alcance, es *bueno* de forma global, es decir cumple de forma estándar con el rendimiento deseado, pero es plausible de mejoras. Por lo cual, se debería trabajar y mejorar los indicadores de alcance y aplicabilidad, entendiendo esto, como la necesidad de un entorno web más amigable con el usuario del sitio web del municipio neuquino.

En lo que refiere a la calidad de la interacción y sus indicadores de presentación, transacción simple y compleja y personalización, se concluyó que es la dimensión de más baja calidad técnica considerada por los expertos y donde más debería trabajar en mejorar el acceso de los usuarios al sitio web, la implementación de una ventanilla única para transacciones online y la unificación de datos e información (AGESIC, 2010).

Mientras que la calidad del medio digital, en sus indicadores de apariencia, navegabilidad y usabilidad, tiene una aceptación de buena a regular, encontrándose aquí la mayor discrepancia entre los expertos. Cabe resaltar que el sitio web muestra dificultades en estos indicadores a la hora de entrar desde dispositivos móviles, alejada de lo que son hoy en día los estándares de *responsive design*, dificultando la navegabilidad y la usabilidad del mismo. A pesar de esto en una futura investigación sería recomendable volver a los indicadores medidos ya que tales discrepancias indican que se debe reevaluar los ítems analizados y también ampliar el número de expertos para obtener un análisis más enriquecedor.

Respecto a los indicadores de desempeño, buscabilidad, seguridad, accesibilidad y mobile del sitio web, los datos recolectados mediante auxilio de un software (Loiacono, Watson, & Goodhue, 1999), la calidad se adapta de buena forma a los estándares deseados, pero con

un dato alarmante que es la baja calidad del indicador seguridad, y al tratarse de datos de los ciudadanos, se debería trabajar con celeridad en mejorarla.

Finalmente teniendo en cuenta que la comparación de la calidad técnica, que se realizó en esta investigación, deja la impresión de que el sitio está en una fase de búsqueda de madurez en su desarrollo, por lo que es necesario se adapte a las necesidades del ciudadano y la interacción con el mismo mediante una mayor incorporación de las TIC.

El tercer eje de esta investigación, la calidad percibida por los usuarios del canal digital y su experiencia en el sitio web de la ciudad de Neuquén, fue analizada a través de encuestas online, permitiendo elaborar un perfil del *usuario promedio*, el cual es una mujer de 39 años que vive en Neuquén Capital, tiene estudios universitarios completos, trabaja jornada completa y es usuaria frecuente del sitio web del municipio neuquino a través de una PC de escritorio y en menor cuantía desde un smartphone.

Por su parte la adaptación del modelo E-G-SQUAL de Jun, Liangliang, & Fubin (2009) para el análisis de la calidad percibida por los usuarios acerca de la gestión y capacidad de respuesta del sitio web en materia de servicios públicos, permitió concluir acerca de los indicadores de tiempo, personalización y protección de datos, que el desempeño del sitio web del municipio neuquino es aceptable en cuanto a esos indicadores y por lo tanto cumple con su objetivo. Destacando que es plausible de múltiples mejoras, tales como la incorporación de una sección de preguntas frecuentes y un *chatbot* que luego de ciertos pasos derive a un chat con un asistente online; vincular al usuario con todos los servicios en una sola cuenta con cruce de información con otros entes; y amplias mejoras en materia de privacidad de los datos de los usuarios.

En lo que se refiere al indicador servicio al usuario, cuenta con la mayor aceptación por parte de los usuarios y muestra una correspondencia satisfactoria entre lo deseado y lo prometido como lo establecen los autores Parasuraman; González López; y Hernandez, entendiéndose que el usuario obtiene el servicio buscado, en el tiempo prometido y la forma adecuada. Aunque quizás se debería hacer hincapié en la falta de actualización en la información presentada en cuanto al transporte público, siendo necesario una app o *web mobile* exclusiva para este servicio, que se actualice en tiempo real de ser posible y mejore la utilización de la geolocalización.

En cambio, los indicadores de seguridad, respuesta y asistencia online/offline, presentan bajos niveles de aceptación en la experiencia de los usuarios y mayor disconformidad por

parte de los mismos, concluyendo que el e-gobierno debería mejorar estos indicadores, explorando las necesidades reales de los usuarios, esto es importante, ya que tanto la calidad como la percepción de los servicios públicos brindados por el gobierno local, son de suma importancia a la hora de satisfacer las reales necesidades del ciudadano y obtener su aprobación.

Finalmente se concluye, que la comunicación digital de los servicios públicos, en una ciudad que crece en población y territorialmente a pasos agigantados y donde las necesidades cambian a ese ritmo y las soluciones llegan con demoras; se le debe dar una importancia relevante a la interacción con los ciudadanos, especialmente para optimizar recursos y destinarlos a cubrir las necesidades reales de los mismos, de aquí que sea fundamental en avanzar hacia una e-participación por parte del e-gobierno.

Es en este sentido, y a sabiendas que el proceso de modernización y digitalización del Estado es sumamente complejo, es que esta investigación pretende ser un puntapié inicial que conduzca a otras investigaciones que indaguen sobre el e-gobierno, la comunicación digital y la calidad y percepción de los servicios públicos y sea una herramienta de análisis de la actual situación de los mismos.

7.1. Implicaciones Gerenciales

Si bien los resultados se basan en un número pequeño de encuestas, en términos generales, la primera implicación gerencial es la de fortalecer el e-gobierno, incorporando herramientas para personalizar y generar más interacción mediante la comunicación digital de sus servicios públicos de Neuquén prestados directamente por el estado municipal.

Otra implicación de importancia, es la necesidad de concebir la comunicación digital de los servicios públicos, desde una definición muy clara de las características del servicio y teniendo como principal eje identificar y dar valor a las necesidades del usuario. Lo cual debe permitir diseñar y desarrollar relaciones entre el e-gobierno y los ciudadanos, que perduren en el tiempo y permitan la constante retroalimentación.

Por ello se deben realizar acciones en torno a medir y mejorar la calidad técnica y la calidad percibida de la comunicación digital de los servicios públicos de Neuquén prestados directamente por el estado municipal. Estas son algunas orientaciones básicas al respecto:

- Efectuar mediciones de la calidad técnica del sitio web, mediante sondeos sistemáticos por parte de distintos expertos.

- Realizar mediciones periódicas entre los usuarios, basados en indicadores cuantitativos que permitan lograr una visión objetiva de la calidad de la prestación de los servicios públicos y su comunicación digital.
- Realizar, regularmente, controles en cuanto a la atención online y offline en materia de servicios públicos en el sitio web y redes sociales del municipio neuquino y sus distintas áreas.

Cabe resaltar que, como se vio en el análisis de los datos recolectados, resulta necesario la unificación de la experiencia online del usuario de los servicios públicos. Entendiendo que el municipio terceriza y/o concesiona algunos servicios públicos por cuestiones económicas, esto no debería reflejarse en una fragmentación del mensaje digital, sino en generar la unificación de la experiencia de los canales digitales en favor del usuario.

La unificación de los canales digitales, debería reflejarse en la implementación de un responsive design unificado de los formatos de sitios web, mobile web y app, es decir que sean iguales o similares, sean del municipio o de las empresas prestadoras. En cuanto al contenido resulta necesario sea coherente según el canal digital y entre el municipio y las empresas prestadoras, a su vez que este actualizado.

No menor es el caso de la seguridad y la protección de datos, como se observó tanto en el análisis de la calidad técnica por parte de los expertos como en la percepción de calidad por parte de los usuarios encuestados, el sitio web debe mejorar en estos indicadores.

La seguridad y protección de datos debe garantizar el no acceso a los datos de los usuarios por otros usuarios o maquinas. Para ello se deben aplicar medidas de protección digital tales como validar la identidad mediante el DNI del usuario, así como incorporar captcha para el ingreso con un usuario y a su vez la posibilidad de tener una verificación de dos pasos al ingresar a nuestra cuenta en el sitio web municipal; garantizando la confidencialidad, integridad, autenticidad y disponibilidad de los datos.

En cuanto a la interacción entre los usuarios y el municipio mediante el canal digital, se pudo observar tanto desde lo técnico como desde lo perceptual, que se debería trabajar en la creación de un entorno más amigable para el usuario: esto relacionado con lo ya dicho: la unificación del formato de los canales digitales; la mejora en la protección y seguridad de los datos y sobre todo en la implementación de un asistencia online-offline que permita al usuario resolver sus necesidades de forma sencilla, ágil y en tiempos adecuados.

Se recomienda para mejorar la interacción online la interconexión entre los servicios prestados por el municipio, las empresas tercerizadas o concesionarias y demás instituciones gubernamentales, esto tendiente a mejorar y unificar las transacciones online. Por otro lado, resulta necesaria la incorporación de video tutoriales explicativos acerca del uso del sitio y sus secciones acompañado de una sección de preguntas frecuentes y glosario de términos. Para finalizar, con el objeto de que el e-gobierno del municipio neuquino avance hacia niveles más participativos, es necesario promover la integración total entre los ciudadanos y el municipio, esto a través de una transformación tecnológica. Esto a través de:

- Actualización y adecuación del hardware y software por parte del gobierno municipal.
- La capacitación del equipo humano dedicado a las tareas de mantenimiento, operación y soporte del sistema.
- Integración del acceso digital mediante TIC.
- Sistema unificado de base de datos.
- Encriptación de datos.
- Alfabetización digital de los usuarios.
- Automatización de las Transacciones, para realizar diferentes trámites que actualmente se realizan en forma presencial, reducir los tiempos de espera, los costos y la insatisfacción del usuario.
- Compatibilidad de servicios on-line y off-line.

7.2. Limitaciones de la Investigación

Esta investigación se encontró ante las siguientes limitaciones:

- El tamaño y las características de la muestra. Si bien no restan validez a los resultados, impiden generalizarlos a la población de usuarios efectivos de los servicios públicos prestados por el estado municipal neuquino. Es decir, la validez externa de la investigación podría lograrse mediante un diseño probabilístico de mayor alcance.
- Obtención de las entrevistas. Fue un gran esfuerzo conseguir las entrevistas con las diferentes unidades de relevamiento de estudio. Lo que se complementó con la falta de recursos y tiempo disponible.
- Falta de datos disponibles. Ya que los miembros del municipio neuquinos fueron reacios a dar entrevistas y aquellos que accedieron se mostraron medidos a la hora de brindar datos o información específica de sus áreas o del municipio.

- La falta de estudios previos de investigación sobre el tema. Se presentó el limitante de investigaciones acerca de la temática en el ámbito local, que permitieran tener referencias bibliográficas previas que permitieran sentar la base teórica acerca de la temática investigada.

7.3. Futuras líneas de acción

Con respecto a futuras líneas de acción, el análisis la calidad de la comunicación digital de los servicios públicos debe ser considerado como una temática de análisis que evoluciona constantemente y es de carácter. Por lo tanto, se debe los métodos utilizados en esta investigación deben ser validados y valorizados con otros modelos y métodos. Algunas líneas de acción futura son:

- Usuarios. Considerado en esta investigación un eje central, se considera que resulta necesario, de forma periódica, abarcar la mayor cantidad de usuarios efectivos de los servicios públicos, para dar mayor alcance.
- Calidad técnica. Partiendo del conocimiento que se tiene del sitio web del municipio neuquino, se deberían realizar mediciones cuatrimestrales incorporando nuevos canales digitales como por ejemplos redes sociales y aplicaciones móviles, para enriquecer el análisis de datos obtenidos con anterioridad.
- Calidad percibida. Simplificación del modelo de medición de calidad percibida, que permita la autoevaluación periódica de los servicios públicos prestados por el estado municipal neuquino.
- Queda abierta la posibilidad de realizar investigaciones específicas de los servicios públicos en forma individual.

Bibliografía

- Aboy García, M. O. (2017). *Servicios públicos 4.0, la revolución pendiente*. Recuperado el 5 de noviembre de 2017, de <http://www.elcorreogallego.es/>:
<http://www.elcorreogallego.es/opinion/firmas/ecg/servicios-publicos-4-0-revolucion-pendiente/idEdicion-2017-08-12/idNoticia-1068669/>
- AGESIC. (2010). *Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento Uruguay*. Recuperado el 17 de febrero de 2018, de <https://www.agesic.gub.uy/innovaportal/v/163/1/agesic/gobierno-electronico-.html?idPadre=26>
- Albino, V., Berardi, U., & Dangelico, R. M. (2015). Smart cities: definitions, dimensions, and performance. *Journal of Urban Technology*.
- Araya, R., & Orrego, C. (2004). *Gobierno electrónico y ciudadanía*. Buenos Aires: FLACSO.
- Barahona, J. C., & Zamora, D. (2016). *Índice de Experiencia Pública Digital*. Recuperado el 28 de NOVIEMBRE de 2017, de <https://www.experienciapublica.org/wp-content/uploads/Informe-Experiencia-Publica-Digital-INCAE-2016.pdf>
- Barahona, J., & Calderón, O. (2014). *Difusión y Calidad de la Prestación de Servicios*. Costa Rica: INCAE.
- Barroso, F. G. (2014). La Administración pública y calidad en el ámbito público. En F. G. Barroso, *Documentación sobre gerencia pública, del Subgrupo A1, Cuerpo Superior, especialidad de Administración General, de la Administración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Tema 8*. (págs. 3 - 4). Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha: Consejería de Administraciones Públicas. Escuela de Administración Regional.
- Bielsa, R. (1964). *Derecho Administrativo*. Buenos Aires: 6a ed.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago de Chile: Ed. Libros de la Empresa.
- Casermeiro de Goyita, M. B. (2014). *La calidad en los servicios públicos*. Salta: Oficina de Calidad de los Servicios, Secretaría de la Función Pública, Secretaría General de la Gobernación de Salta.
- Celaya, J. &. (2007). *Comunicación empresarial 2.0. La función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de comunicación empresarial*. Barcelona: Grupo BPMO Ediciones.
- CEPAL. (2012). *El desafío hacia el gobierno abierto en la hora de la igualdad*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Debjani Bhattacharya, U. G. (2012). E-service quality model for Indian government portals: citizens' perspective. *Journal of Enterprise Information Management, Vol. 25 Iss: 3, 246 - 271*.

- December, J. (1997). *Notes on Defining of Computer-Mediated Communication*. Recuperado el 24 de agosto de 2017, de Computer-Mediated Communication Magazine: <http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/december.html>
- Estrada, S. (2008). Indicadores de Gobierno electrónico. En C. V. Mario Albornoz, *indicadores de ciencia y tecnología en iberoamérica agenda 2008* (págs. 29-35). Buenos Aires: RICYTRed Iberoamericanade Indicadores de Ciencia y Tecnología.
- Fuentes. (1990). *Manual de administración municipal*. Mexico: CEPES.
- García, J. R., Criado, J. I., & Téllez Mosqueda, J. C. (2017). *Tecnologías de Información y Comunicación en la Administración Pública: Conceptos, Enfoques, Aplicaciones y Resultados*. Mexico: INFOTEC Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías.
- González López, O. R. (2015). *La calidad electrónica en sitios Web corporativos. Propuesta de medición*. Universidad de Extremadura.
- González, A. L. (2017). <https://www.etcetera.com.mx>. Recuperado el 3 de septiembre de 2017, de <https://www.etcetera.com.mx>: <https://www.etcetera.com.mx/revista/gobierno-electronico/>
- Gutierrez, S. (2018). subsecretaria de medio ambiente - municipalidad de neuquen. (d. aguilera, Entrevistador)
- Hawkins. (2004). *Comportamiento del Consumidor. Construyendo estrategias de marketing*. Mexico: Ed. Mc Graw Hill.
- Hernández, J. F. (2015). *E-SQ-MEDIA, creación e implementación de una escala de medición de la calidad percibida en cibermedios*. Universitat de Lleida.
- Honorable Convencion Constituyente. (Agosto de 1995). Carta Organica Municipal de la Ciudad de Neuquen. Neuquen, Neuquen, Argentina.
- Inostroza Oyarzún, N. I. (2015). Índice de Participación Electrónica Municipal: Gobierno Electrónico Local en la Región Metropolitana. *Revista Busquedas Políticas · Volumen 4 N°1*, 113-135.
- Jun, Z., Liangliang, C., & Fubin, L. (2009). *E-S-QUAL: Its Applicability in Evaluating E government Web Sites Service Quality*. Hangzhou, China: International Symposium on Information Engineering and Electronic Commerce.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing*. Prentice hall.
- Kotler, p., & Amestrong, G. (2009). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson.
- Llano, J. C. (2016). *Gobierno 2.0. Estrategia de redes sociales para entidades públicas y del gobierno. Guía paso a paso de E-Government*. Obtenido de <https://www.juanmejia.com/marketing-en-redes-sociales/estrategia-de-redes-sociales-para-entidades-publicas-y-del-estado-lo-unico-que-no-se-puede-hacer-es-estar-ausente/>
- Loiacono, E. T., Watson, R., & Goodhue, D. L. (1999). *WebQual™: A Measure of Web Site Quality*.

- Martín, F., & Lovos, E. (2018). Revisión del diseño de sitios web de gobierno desde una perspectiva. *Question, 1(57), e025, 1-12.*
- Martínez Gil, P. (2009). *El Municipio, la Ciudad y el Urbanismo*. Mexico CD: UNAM.
- Martínez-Tur, V. P., & Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicosocial*. Madrid: Síntesis.
- Muñoz, L. A., Rodríguez Bolívar, M. P., & Garde Sánchez, R. (2014). Estudio cuantitativo de la investigación en transparencia informativa, participación ciudadana y prestación de servicios públicos mediante la implementación del e-Gobierno. *Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review, 130-142.*
- Naser, A., & Concha, G. (2011). *El gobierno electrónico en la gestión pública*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Neuquén Informa. (2018). *Neuquén Informa*. Recuperado el 27 de abril de 2018, de <http://w2.neuquen.gov.ar/noticias/>: <http://w2.neuquen.gov.ar/noticias/9425-modernizacion-digital-se-presentara-el-portal-para-consultar-dictámenes-en-linea>
- OEA. (2014). *Organización de los Estados Americanos*. Recuperado el 10 de Octubre de 2017, de <http://portal.oas.org/>: <http://portal.oas.org/Portal/Sector/SAP/DptodeModernizaci%C3%B3ndelEstadoyGobernabilidad/NPA/SobreProgramadeeGobierno/tabid/811/Default.aspx>
- OIT. (1996). *Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado el 10 de Octubre de 2017, de OIT: <http://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/utilities-water-gas-electricity/lang-es/index.htm>
- Pagani, M. L., & Pau, V. (2013). *NTIC y modernización en los municipios de la provincia de Buenos Aires: resultados de un estudio sobre sus portales web*. Recuperado el 3 de septiembre de 2017, de <http://www.gobiernolocal.gob.ar/sites/default/files/websmunicipales-2013---final.pdf>
- Paladines-Galarza, F. &.-T. (2013). La marca online como parte de la comunicación integral. Manejo de marcas ecuatorianas en las redes sociales. La Coruña, España.
- Palladino, F. (2018). Subsecretario de Transporte y Tránsito - Municipalidad de Neuquén. (D. Aguilera, Entrevistador)
- Parasuraman, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing. *Journal of Service Research, Volume 7, No. 3, 213-233.*
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1985). Conceptual Model of Service Quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing, Vol. 49, No. 4 (Autumn, 1985), 41-50.*
- Paz, C. A. (2007). *Usos de la Web en las empresas*. Recuperado el 27 de octubre de 2018, de [gestiopolis](https://www.gestiopolis.com/ usos-de-la-web-en-las-empresas/): Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/ usos-de-la-web-en-las-empresas/>

- Petracci, M. (1998). *La medición de la calidad y la satisfacción del ciudadano - usuario de los servicios públicos privatizados*. Buenos Aires: Instituto nacional de la administración pública.
- Presidencia de la Nación. (13 de 11 de 2019). <https://www.casarosada.gob.ar/>. Obtenido de <https://www.casarosada.gob.ar/nuestro-pais>
- Ramos Ostio, M. J. (2012). Relaciones Públicas. 2.0: El uso de los Medios Sociales en la estrategia de comunicación online de marcas ciudad españolas. *REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS*, 71-90.
- Rocca, M. E. (2018). Subsecretaria de Espacios Verdes - Municipalidad de Neuquen. (D. Aguilera, Entrevistador)
- Rodriguez, F. (2013). <http://www.feliperodriguez.com.ar>. Recuperado el 17 de febrero de 2018, de <http://www.feliperodriguez.com.ar/wp-content/uploads/2013/02/DERECHO-PUBLICO-SERVICIOS-PUBLICOS.pdf>
- Rodríguez, G. (2004). Gobierno Electronico: Hacia la modernización y transparencia de la gestión pública. *Revista de Derecho - Universidad del Norte*, 5.
- Rodriguez, G., & Valiño, V. B. (2010). Valoración de los factores determinantes de la calidad del servicio público local: un análisis de la percepción de los ciudadanos y sus repercusiones sobre la satisfacción y credibilidad. *Revista Innovar Journal*, 139-156.
- Rodríguez, R. A., Vera, P. M., Marko, I. B., Alderete, C. G., & Conca, A. G. (2015). El Gobierno Electrónico y la Implementación de las TIC para Brindar Nuevos Canales de Comunicación. *Revista Latinoamericana de Ingeniería de Software*, 187-196.
- Sabino, C. A. (1992). *El proceso de investigacion*. Buenos Aires: Lumen.
- Sampieri, & Collado, F. (2006). *Metodología de la investigación - 4ª edición*. Mexico: McGraw-Hill.
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. GEDISA.
- Soria, T. (2017). *Tecnologías de Información y Comunicación en la Administración Pública: Conceptos, enfoques, aplicaciones y resultados*. Mexico CD, Mexico.
- Unidas, N. (2003). *World Public Sector Report: Government at the Crossroads* .
- Uriarte, O. E. (2006). Diálogo Social : teoría y práctica. *IusLabor*, 1, 11-26.

Anexo 1

Anexo 1.1 Servicios públicos prestados por el estado municipal

Modelo Entrevista en profundidad online

Nombre y Apellido:

Puesto Laboral:

¿Qué entiende Ud. por servicios públicos?

¿Qué servicios públicos están a cargo del municipio de Neuquén?

Estos servicios públicos ¿son prestados directamente por el municipio de Neuquén?

El municipio ¿tiene presencia digital en materia de servicios públicos?

¿Existe un sitio web donde tengan presencia los servicios públicos prestados de forma directa por el estado municipal? ¿Cuál?

Estos servicios públicos ¿son comunicados de forma digital? Es decir, sitio web redes sociales y apps del municipio

¿Cuál es para el municipio la función de comunicar digitalmente la prestación de los servicios públicos a su cargo?

Particularmente llama la atención que el servicio de transporte público, concesionado, sea comunicado digitalmente por el municipio y no así por las empresas concesionarias, puede Ud. darme un indicio de ¿por qué es así?

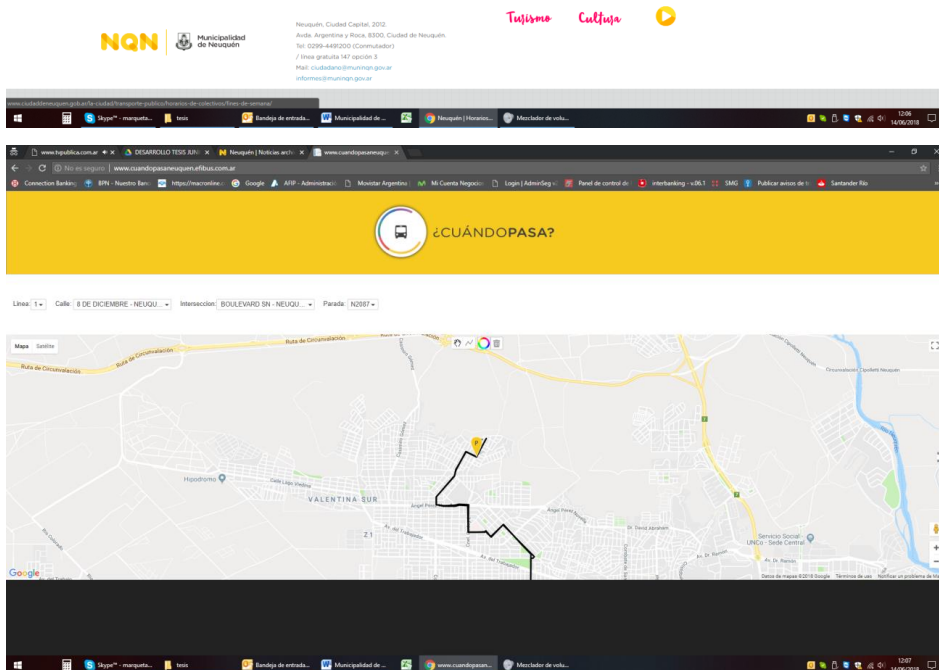
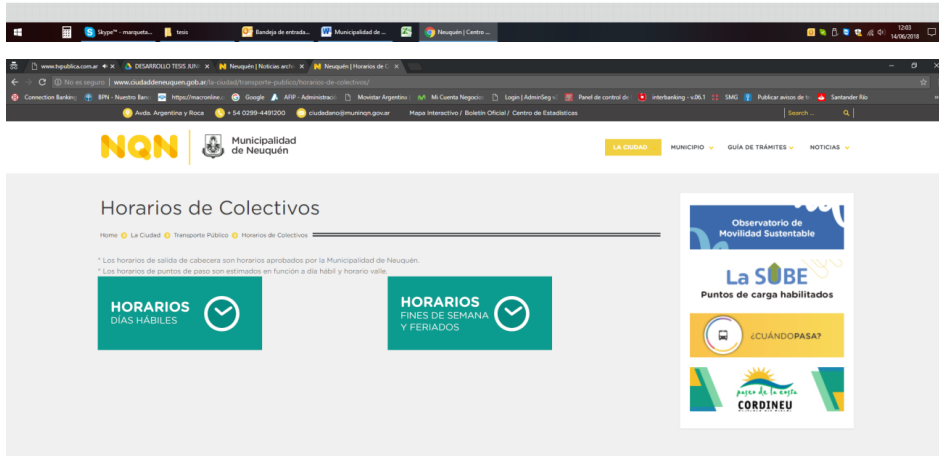
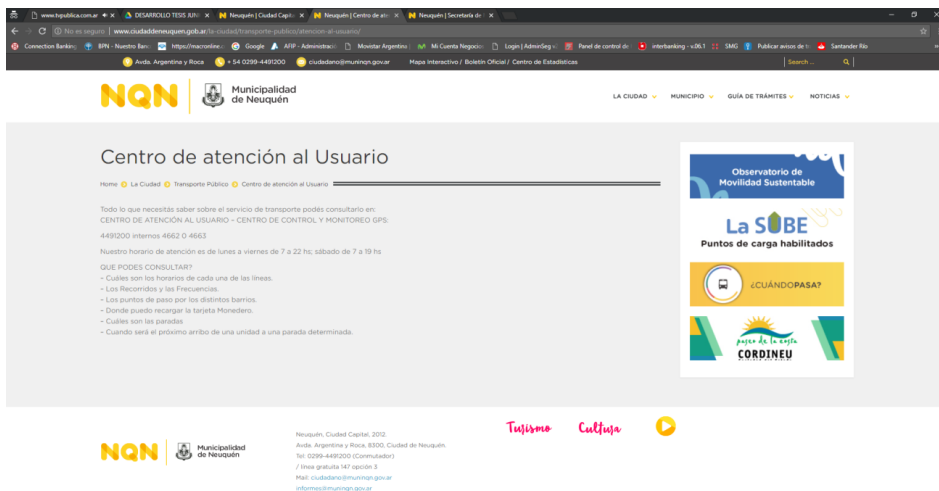
Teniendo en cuenta a los usuarios de los servicios publico ¿Saben cuál es el nivel de calidad que los ciudadanos están esperando y cuáles son los aspectos que requieren priorizarse?

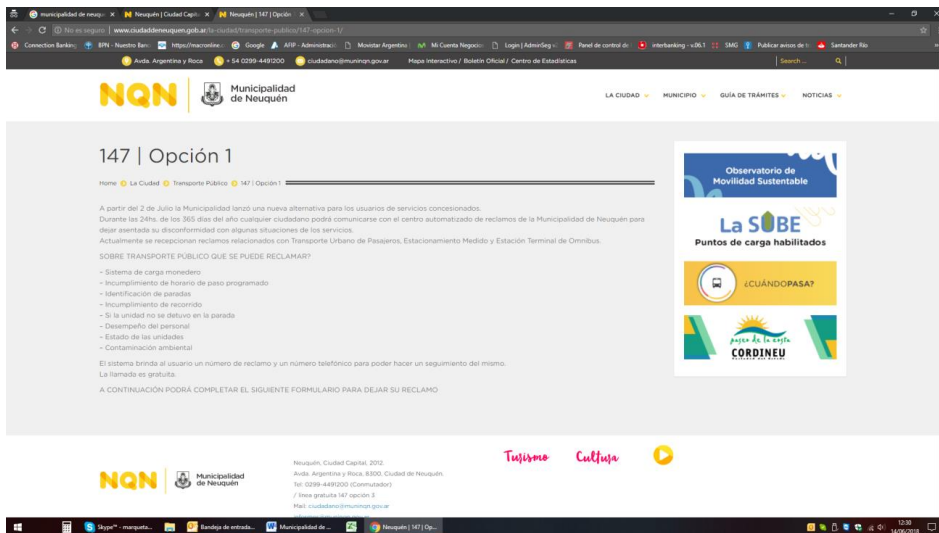
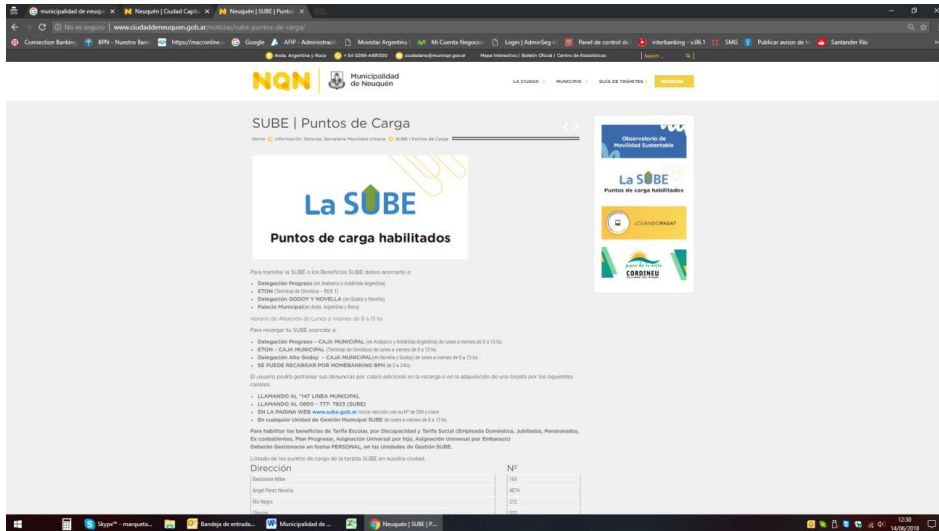
¿La calidad de la comunicación de los servicios públicos es medida por el municipio? ¿De qué forma?

La satisfacción ciudadana en cuanto a la comunicación digital de la prestación de los servicios públicos, ¿forma parte del conjunto de mediciones de desempeño de los organismos prestadores de servicios?

¿Se evalúa el desempeño de la comunicación de los servicios públicos, sin considerar la experiencia de los usuarios?

Anexo 1.1.1 Sitio Web





Anexo 2: Cuestionarios

Anexo 2.1 Calidad de la comunicación digital de los servicios públicos en Neuquén capital

CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN NEUQUÉN CAPITAL

Hola, soy el Lic. Darío Aguilera, alumno de la Maestría de Marketing de Servicios de la Universidad Nacional del Comahue, Facultad de Turismo.

Estoy realizando mi tesis en relación a los servicios públicos en Neuquén Capital y cómo son comunicados. Necesito su colaboración completando esta encuesta, que registra la percepción de los usuarios.

Es importante señalar que en esta investigación se consideran que los servicios públicos son los que gestiona el estado, en este caso nos interesa el estado municipal, y están destinados a satisfacer necesidades de los ciudadanos de una comunidad. Ejemplos de servicios públicos son: alumbrado público, transporte público, recolección de residuos, espacios verdes, actividades deportivas, etc.

*Obligatorio

1. Usted, ¿se considera un usuario de los servicios públicos la ciudad de Neuquén? *

- Sí
- No

SIGUIENTE

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN NEUQUÉN CAPITAL

*Obligatorio

2. ¿Ha utilizado en los últimos tres años el sitio web del Municipio Neuquino para consultar y/o realizar gestión vinculada a servicios públicos? *

- Sí
- No

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN NEUQUÉN CAPITAL

*Obligatorio

COMPORTAMIENTO DE USO DE MEDIOS DIGITALES DEL MUNICIPIO

3. ¿Cuánto tiempo hace que utiliza el sitio web del municipio neuquino para consultar y/o realizar gestiones vinculadas a servicios públicos? *

- Menos de 6 meses
- 6 meses - 1 año
- Entre 1 y 2 años
- entre 2 y 3 años
- Más de 3 años

4. ¿Qué dispositivos utiliza usted para consultar y/o realizar una gestión vinculada a servicios públicos?

- PC escritorio/Notebook
- Teléfono Movil
- Otros: _____

5. Indique los servicios públicos del municipio que consulta/gestiona habitualmente a través de medios digitales (sitio web, redes sociales)

- Recoleccion de Residuos
- Licencia de Conducir
- Tasa Comercio
- Retributibos y Espacios verdes
- Transporte publico
- Estacionamiento medido
- Otros: _____

6. ¿Cuál fue el que consultó/gestionó recientemente (última experiencia) a través del sitio web?

- Estacionamiento medido
- Tasa Comercio
- Transporte publico
- Recoleccion de Residuos
- Retributibos y Espacios verdes
- Licencia de Conducir

ATRÁS

SIGUIENTE

7. Indique su nivel de acuerdo con las siguientes frases en relación a su última experiencia vinculada a un servicio público - consulta y/o gestión - en el sitio web municipal. (Si utiliza un móvil para ver la encuesta, recomendamos rotar la pantalla)
 Indique su nivel de acuerdo en una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo)

	1 Totalmente en desacuerdo	2	3	4	5 Totalmente de acuerdo
El sitio tiene constantes del usuario disponible en línea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El sitio transmite un sentido de comunidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El sitio proporciona números de teléfono y correos electrónicos para llegar a funcionarios municipales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las consultas se responden con prontitud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crea un sentido de personalización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El sitio web no me hizo perder el tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El sitio web me proporcionó información detallada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El nivel de personalización del sitio fue el adecuado, ni mucho ni poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El servicio fue realizado en el plazo prometido en el sitio web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuando tuve un problema, el sitio web mostró un sincero interés en resolverlo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El sitio web tenía medidas de seguridad adecuadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me sentí seguro en mis transacciones con este sitio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Este sitio hace que me sienta seguro para realizar transacciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El sitio ofrece la posibilidad de hablar con una persona en vivo si hay un problema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fue rápido y fácil de completar la consulta/transacción en este sitio web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El servicio recibido coincidió con lo comunicado en el sitio web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi información personal está segura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obtuve aquello que necesitaba del sitio web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Este sitio tiene una buena selección de servicios/productos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es te sitio hace que sea fácil comunicarse con la organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sentí que mi privacidad estaba protegida en este sitio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Indique cuan satisfecho esta con la calidad global del sitio web del municipio de la ciudad de Neuquén

1 2 3 4 5

Insatisfecho Muy Satisfecho

9. Indique el nivel de satisfacción con la experiencia en el sitio web

1 2 3 4 5

Insatisfecho Muy Satisfecho

10. Indique su nivel de acuerdo con estas afirmaciones, siendo 1 poco probable y 5 muy probable

	1 Poco Probable	2	3	4	5 Muy Probable
Recomendaría el sitio web a amigos y familiares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitaré el sitio web con frecuencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Sugerencias que haría al diseño del sitio web en relación a los servicios públicos

Tu respuesta _____

[ATRÁS](#) [SIGUIENTE](#)

PERFIL SOCIODEMOGRAFICO

Genero

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo
- Otros: _____

Edad

Tu respuesta _____

Ciudad en la que Reside

Tu respuesta _____

Nivel de Instrucción

- Primario Completo
- Secundario Incompleto
- Secundario Completo
- Terciario Incompleto
- Terciario Completo
- Universitario Incompleto
- Universitario Completo

Situacion Laboral

- Trabaja medio tiempo
- Trabaja tiempo completo
- No trabaja

[ATRÁS](#) [SIGUIENTE](#)

Anexo 2.2 Medición de la calidad técnica del sitio web del municipio de Neuquén capital

Medición de la calidad técnica del sitio web del municipio de Neuquén capital

Hola, soy el Lic. Darío Aguilera, alumno de la Maestría de Marketing de Servicios de la Universidad Nacional del Comahue, Facultad de Turismo.

El siguiente formulario tiene por objetivo evaluar la calidad técnica del sitio web del municipio de Neuquén capital como medio para la comunicación de los servicios públicos.

En calidad de experto/a en el tema, te solicito tu colaboración para navegar detalladamente el sitio web y posteriormente otorgar una puntuación a cada uno de los indicadores de los criterios que se te presentan. Los criterios permitirán evaluar la calidad del mensaje; la calidad de la interacción y la calidad del medio digital.

SIGUIENTE

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

En esta sección se busca medir la calidad en cuanto a como es la información y el contenido difundido por el sitio web <http://www.ciudaddeneuquen.gob.ar/>. Teniendo en cuenta criterios de claridad, exactitud, aplicabilidad y alcance.

Te invito a abrir el link y responder las siguientes preguntas:

Criterio 1: Claridad del mensaje. Se refiere a evitar el uso de lenguaje expresiones difíciles de comprender.

1.1 La información del sitio es clara y fácil de comprender.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

1.2 El lenguaje utilizado es sencillo, comprensible y esta presentado de acuerdo al público meta del sitio.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No Cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n°2 Exactitud: ¿La información que se presenta es precisa? ¿Tiene consistencia con los valores de la realidad y adecuación del nivel de detalle para el público objetivo?

2.1 La información del sitio es exacta y precisa.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

2.2 Orienta bien al ciudadano respecto al servicio que requiere utilizar.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n°3 Aplicabilidad: Es la característica de la información, que le permite ser usada directamente por el usuario en un contexto específico y de cómo la información se encuentra organizada para acciones concretas.

3.1 La información presentada en el sitio web es aplicable para el ciudadano.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

3.2 Todas las secciones que se abren contienen información necesaria y aplicable a los fines por los que es buscada.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n°4 Alcance: La información que se presenta en el sitio cubre los temas en un grado o alcance que es satisfactorio para el usuario.

4.1 La información ofrecida en el sitio es completa.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

4.2 Brinda al usuario toda la información que busca.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

ATRÁS SIGUIENTE

CALIDAD DE INTERACCIÓN

En esta sección se busca medir la calidad en cuanto a como es la interacción, qué tan compleja es y su personalización en el sitio web <http://www.ciudaddeneuquen.gob.ar/>. Teniendo en cuenta criterios de la presentación y el alcance.

Te invito a abrir el link y responder las siguientes preguntas:

Criterio n°5 Presentación: El sitio cumple con las condiciones de interacción de la web 1.0. Aun siendo un folleto facilita la interacción en una sola vía.

5.1 El sitio brinda información adecuada para entender con facilidad qué hace la institución.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

5.2 El sitio brinda información para conocer cómo está estructurada y organizada la institución.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

5.3 El sitio muestra un directorio claro y organizado de los servicios en línea disponibles en la web.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

5.4 Es fácilmente localizable la información de contacto y horarios de atención.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

5.5 Refleja adecuadamente las actividades que realiza.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n°6 Transacción Simple: El sitio cumple con las condiciones de interacción de la web 2.0. Permite al usuario interactuar en dos vías, pudiendo dar y recibir información.

6.1 Hay formularios en línea que pueden completarse directamente en el sitio, y que permiten iniciar eficientemente procesos o servicios que podrán ser concluidos en las oficinas.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

6.2 Hay multicanales digitales para realizar consultas generales o solicitar información personalizada (social media o chats) que fomentan la interacción.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

6.3 Los mecanismos para retroalimentar a la institución, como buzones de sugerencias, formularios de opinión, o mecanismos de calificación resultan adecuados para la comunicación con el usuario del sitio web.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

6.4 El sitio cuenta con elementos adecuados para promover el tráfico y la visita futura permitiendo compartir contenidos de diferentes páginas por medio de redes sociales.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

6.5 El sitio pone a disposición Apps institucionales que permiten hacer transacciones simples.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n°7 Transacción Compleja: El sitio le ofrece autogestión al usuario, permitiéndole interactuar y actualizar sistemas o bases de datos para realizar un trámite de manera completa en línea.

7.1 Los servicios se pueden realizar de forma completa en línea. Ej.: sacar turnos, solicitud y adjudicación del servicio, traspasos, aplicaciones laborales, etc.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

7.2 El usuario puede auto gestionar distintos servicios públicos en línea.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

7.3 Existen mecanismos para realizar pagos directamente a en el sitio Web.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

7.4 El sitio permite hacer consultas a bases de datos asociadas a los trámites.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

7.5 El sitio pone a disposición Apps institucionales que permiten hacer transacción compleja.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n°8 Personalización: El sitio permite personalizar la información disponible para ofrecerle al usuario servicios más ajustados a su perfil.

8.1 El sitio tiene perfiles de usuario (arquetipos) claramente identificados.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

8.2 El sitio permite al usuario registrarse de manera ágil en línea.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

8.3 El sitio le permite al usuario personalizar información de acuerdo con sus preferencias tras haberse registrado.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

8.4 El sitio personaliza la información de acuerdo a las necesidades del usuario de forma anticipada. (Ej.: reconoce fechas de interés para ese usuario y se las presenta, ofrece los servicios que pueden interesar a ese perfil de usuario, etc.)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

ATRÁS

SIGUIENTE

CALIDAD DEL MEDIO DIGITAL

En esta sección se busca medir la calidad en cuanto a como es el diseño del sitio web <http://www.ciudadneuquen.gob.ar/>. Teniendo en cuenta criterios de diseño y funcionalidad.

Te invito a abrir el link y responder las siguientes preguntas:

Criterio n°9 Apariencia: El diseño web es adecuado para los usuarios, el sitio se ve atractivo y es fácil de usar.

9.1 El sitio es estéticamente atractivo para el usuario.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

9.2 El tipo y el tamaño de letra en el sitio es fácil y adecuado para leer.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

9.3 Los colores del sitio mantienen balance y armonía.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

9.4 Se han seleccionado las imágenes adecuadas para describir ideas y conectarse con el usuario.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

9.5 Los gráficos, infográficos o representaciones visuales que muestra el sitio son significativos. (tienen un significado relevante y se dan a entender)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

9.6 El sitio está diseñado con un patrón "F", que sigue el flujo visual natural del usuario.

Patrón f en referencia a la disposición de la web y su lectura. <https://www.staffdigital.pe/blog/lectura-contenido-patron-forma-f/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada cumple totalmente

Criterio n°10 Navegabilidad: El sitio está diseñado de tal forma que permite al usuario encontrar fácilmente la información que necesita y busca.

10.1 La ubicación de las páginas se muestra claramente.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

10.2 Los enlaces se identifican con facilidad y son claros acerca de dónde llevarán al usuario.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada cumple totalmente

10.3 Existe y funciona adecuadamente un mapa interactivo del sitio.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

10.4 Existe y funciona adecuadamente un buscador interno de contenidos.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

10.5 La información del sitio está disponible en menos de 4 deep links/links profundos.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

10.6 El sitio ofrece una guía que indica el recorrido seguido y la forma de regresar (breadcrumbs), permitiendo que el usuario conozca la ruta de su ubicación.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n°11 Usabilidad: El sitio cumple con principios básicos de usabilidad que faciliten al usuario la interacción con el sitio y su información.

11.1 Se cumple con la recomendación de NO incluir páginas en construcción o sin contenido.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada cumple totalmente

11.2 El propósito de cada página del sitio es claro para el usuario.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

11.3 Los contenidos de las páginas del sitio se observan con el mínimo scroll.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada cumple totalmente

ATRÁS

SIGUIENTE

Anexo 2.3 Medición de la calidad técnica del sitio web del municipio de Neuquén capital

Sección 2 de 3

CALIDAD DEL MEDIO DIGITAL

En esta sección se busca medir la calidad en cuanto a como es el diseño del sitio web <http://www.ciudadeneuquen.gov.ar/>. Teniendo en cuenta criterios de diseño y funcionalidad.

Criterio n°12 Mobile: El sitio está diseñado de manera que facilita la navegación para dispositivos móviles.

Descripción (opcional)

12.1 El sitio está diseñado bajo el enfoque "responsive design", de manera que adapta en su forma según el dispositivo. Para responder este punto ingresa a <http://responsivedesignchecker.com>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

12.2 El sitio está optimizado para móviles. Para responder este punto ingresa a <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/?hl=es>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

12.3 El sitio está diseñado para velocidad en dispositivos móviles. Para responder este punto ingresa a <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple para nada Cumple totalmente

Criterio n° 13 Accesibilidad: El sitio está técnicamente diseñado para facilitar la accesibilidad de todo tipo de usuario a su contenido.

Descripción (opcional)

13.1 El sitio puede navegarse con la tecla TAB sin la necesidad de usar el mouse. (Se posiciona en la barra del navegador y empieza a dar TAB. Debe poder seguir, seleccionar cualquier link del sitio y sigue el orden de la página).

Para responder este punto ingresa a <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

13.2 Las imágenes y objetos tienen textos alternativos o "Alt Text". La opción de sonido también es válida en este ítem.

Para responder este punto ingresa a <https://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

13.3 El sitio es perfectamente compatible con las versiones más recientes de los tres principales navegadores del mercado (Internet Explorer, FireFox y Chrome)

Para responder este punto ingresa a <http://browsershots.org/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

Criterio n°14 Seguridad: El sitio contempla prácticas básicas de seguridad para evitar vulnerabilidades a los sistemas, funcionarios y usuarios.

Descripción (opcional)

14.1 Se usa certificado digital en las áreas seguras. Cuando una página web usa certificado digital la dirección dice https:// en lugar de http:// y el navegador muestra un candado amarillo hacia la parte inferior derecha.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

14.2 El resultado del Test de Servidor de Firma / Server Signature Test fue óptimo.

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

14.3 El resultado del Test de Navegación de Directorios / Directory Browsing Test fue óptimo

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

14.4 El resultado del Plaintext Emails Test fue óptimo.

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

Criterio n°15 Buscabilidad: El sitio web emplea prácticas básicas que facilitan la buscabilidad (searchability) del mismo en la web.

Descripción (opcional)

15.1 El sitio cumple con Meta Title & Meta Descripciones

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

15.2 El sitio hace un uso adecuado de keywords.

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

15.3 El sitio cumple con <h1> & <h2> Headings.

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

15.4 El resultado del Archivo robots.txt Test es óptimo.

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

15.5 El resultado del Site Map Test es óptimo.

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

15.6 El resultado de Google Analytics Test es óptimo.

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
No cumple Cumple

15.7 El sitio sigue el OpenGraph Protocol (<https://developers.facebook.com/tools/debug> revisa los OG según el estándar impuesto por Facebook)

Para responder este punto ingresa a <http://seositecheckup.com/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No Cumple Cumple

Criterio n°16 Desempeño: Las páginas del sitio están codificadas técnicamente para que se carguen rápidamente.

Descripción (opcional)

16.1 Tiempo de carga.

Para responder este punto ingresa a <https://gtmetrix.com>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

16.1 Tiempo de carga.

Para responder este punto ingresa a <https://gtmetrix.com>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

16.2 Peso de páginas.

Para responder este punto ingresa a <https://gtmetrix.com>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

16.3 Velocidad de páginas.

Para responder este punto ingresa a <https://gtmetrix.com>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

16.4 Yslow score.

Para responder este punto ingresa a <https://gtmetrix.com>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

16.5 Number of requests.

Para responder este punto ingresa a <https://gtmetrix.com>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

16.6 El sitio carece de enlaces rotos, enlaces redirigidos y enlaces inválidos.

Para responder este punto ingresa a <http://validator.w3.org/checklink/>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No cumple Cumple

Después de la sección 2 Ir a la siguiente sección

Sección 3 de 3

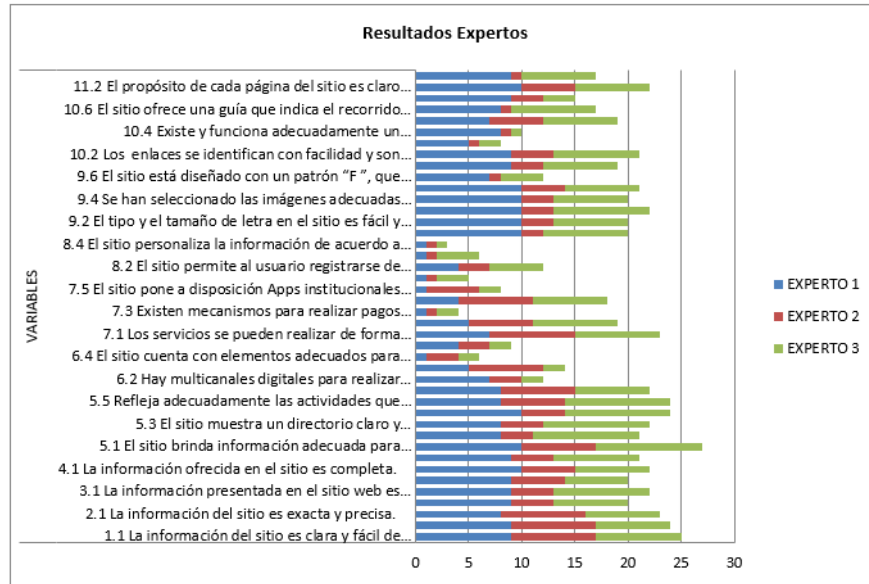
MUCHAS GRACIAS por tu tiempo, tu aporte es de gran utilidad.

Descripción (opcional)

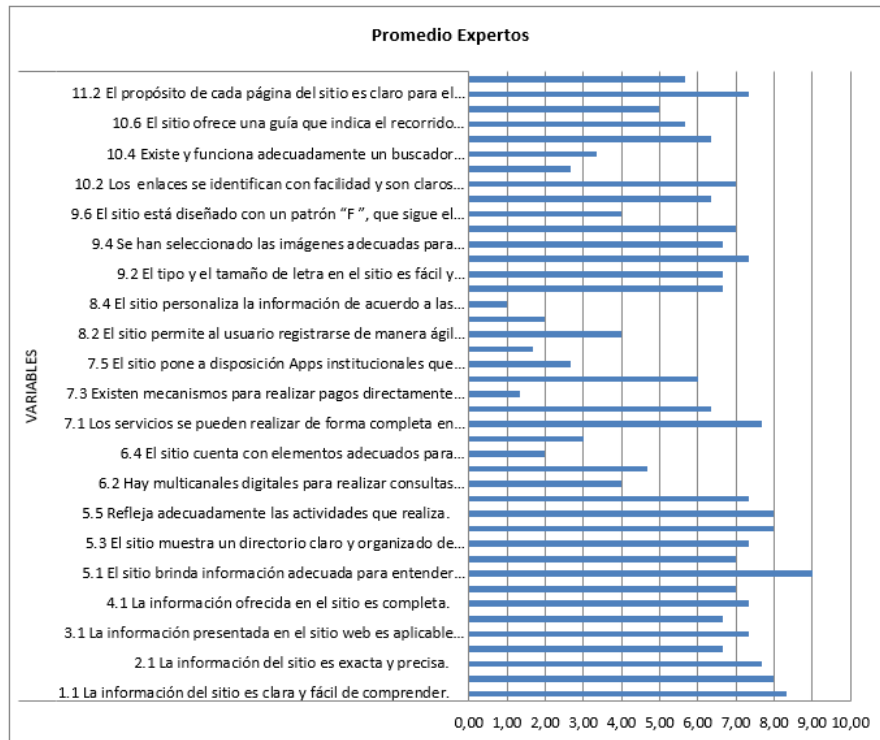
Anexo 3: Calidad técnica

Anexo 3.1 Calidad técnica medida por Expertos

Resultado experiencia expertos



Promedios experiencia de los expertos

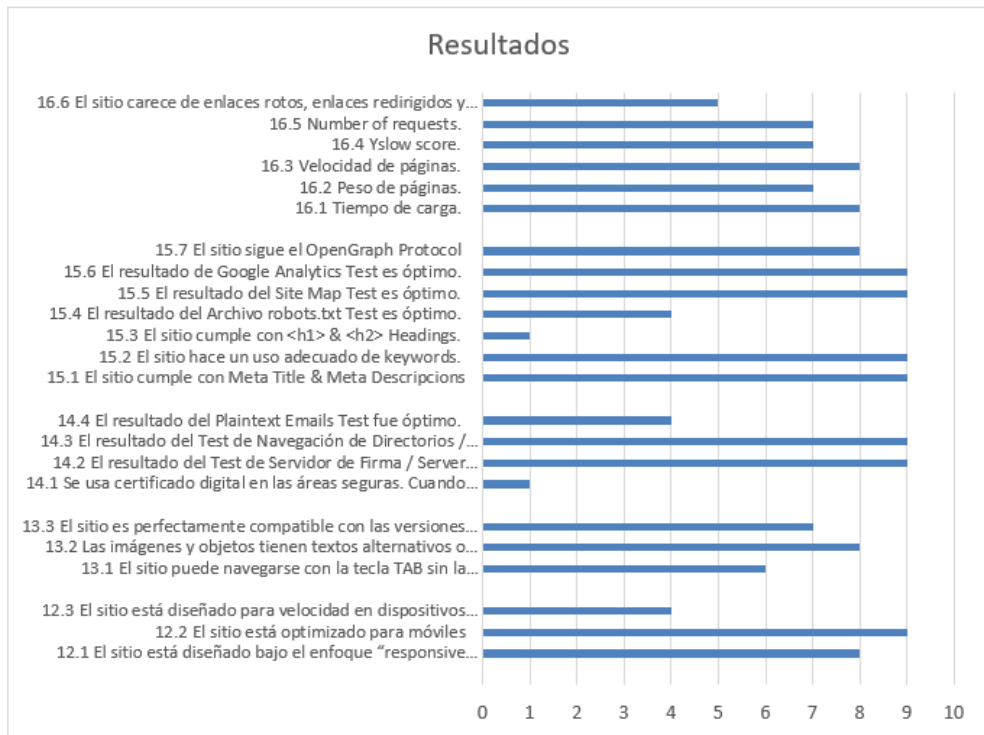


Anexo 3.2 Calidad técnica medida por un Software

Resultados análisis del Sitio Web mediado ayuda de un Software

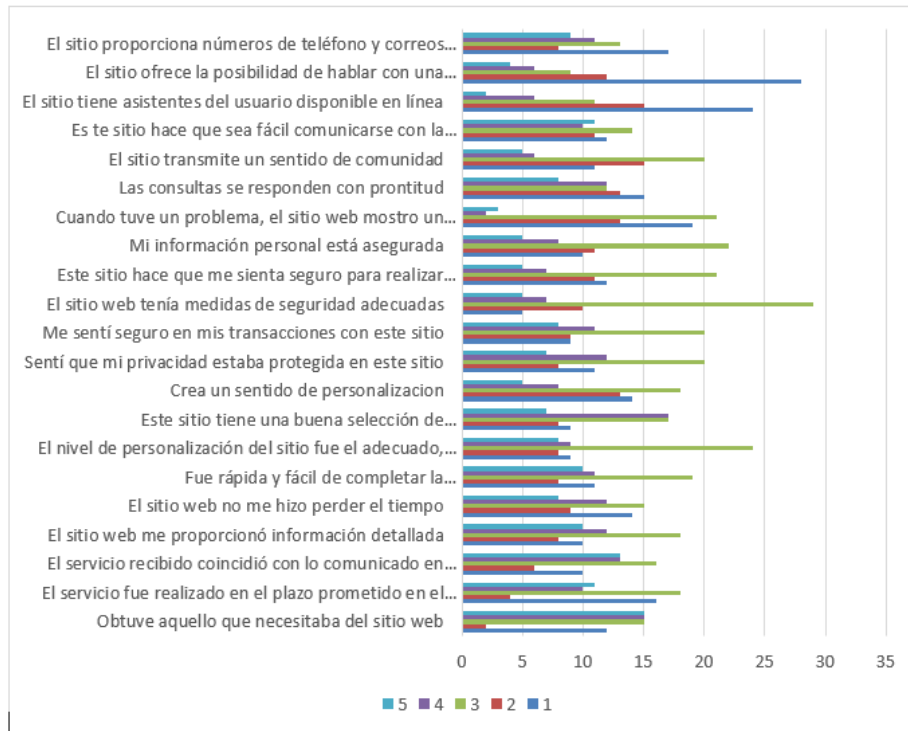
Variable	Puntaje
Mobile	
12.1 El sitio está diseñado bajo el enfoque "responsive design", de manera que adapta en su forma según el dispositivo.	8
12.2 El sitio está optimizado para móviles	9
12.3 El sitio está diseñado para velocidad en dispositivos móviles	4
PROMEDIO	7
Accesibilidad	
13.1 El sitio puede navegarse con la tecla TAB sin la necesidad de usar el mouse. (Se posiciona en la barra del navegador y empieza a dar TAB. Debe poder seguir, seleccionar cualquier link del sitio y sigue el orden de la página).	6
13.2 Las imágenes y objetos tienen textos alternativos o "Alt Text". La opción de sonido también es válida en este ítem.	8
13.3 El sitio es perfectamente compatible con las versiones más recientes de los tres principales navegadores del mercado (Internet Explorer, FireFox y Chrome)	7
PROMEDIO	7
Seguridad	
14.1 Se usa certificado digital en las áreas seguras. Cuando una página web usa certificado digital la dirección dice https:// en lugar de http:// y el navegador muestra un candado amarillo hacia la parte inferior derecha.	1
14.2 El resultado del Test de Servidor de Firma / Server Signature Test fue óptimo.	9
14.3 El resultado del Test de Navegación de Directorios / Directory Browsing Test fue óptimo	9
14.4 El resultado del Plaintext Emails Test fue óptimo.	4
PROMEDIO	5,75
Buscabilidad	
15.1 El sitio cumple con Meta Title & Meta Descriptions	9
15.2 El sitio hace un uso adecuado de keywords.	9
15.3 El sitio cumple con <h1> & <h2> Headings.	1
15.4 El resultado del Archivo robots.txt Test es óptimo.	4
15.5 El resultado del Site Map Test es óptimo.	9
15.6 El resultado de Google Analytics Test es óptimo.	9
15.7 El sitio sigue el OpenGraph Protocol	8
PROMEDIO	7
Desempeño	
16.1 Tiempo de carga.	8
16.2 Peso de páginas.	7
16.3 Velocidad de páginas.	8
16.4 Yslow score.	7
16.5 Number of requests.	7
16.6 El sitio carece de enlaces rotos, enlaces redirigidos y enlaces inválidos.	5
PROMEDIO	7

Promedios análisis del Sitio Web mediado ayuda de un Software

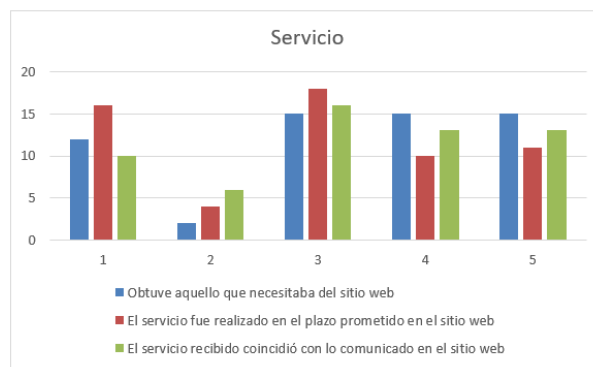


Anexo 4: Calidad Percibida

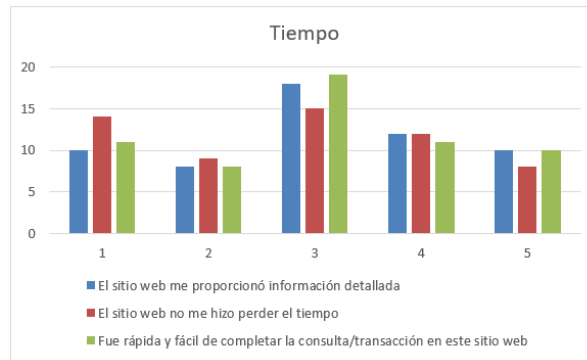
Promedio respuestas Encuestados Calidad Percibida



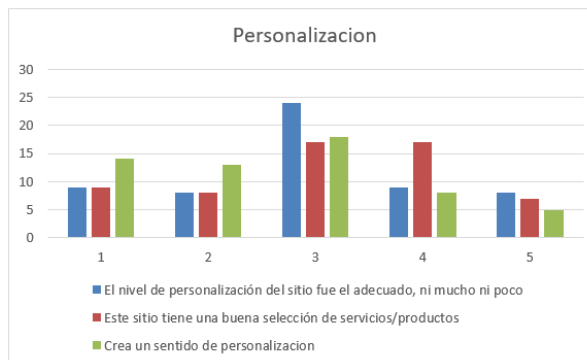
Promedio respuestas Encuestados Servicio



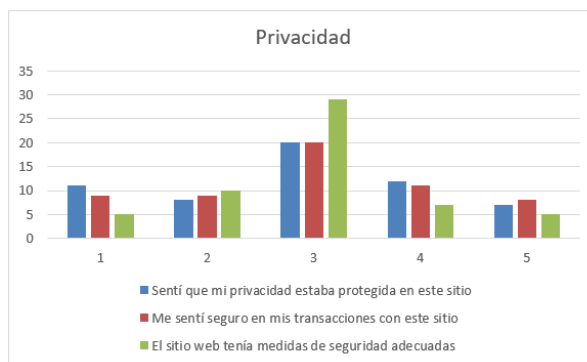
Promedio respuestas Encuestados Tiempo



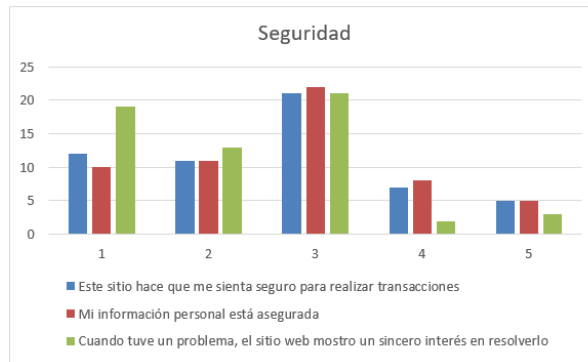
Promedio respuestas Encuestados Personalización



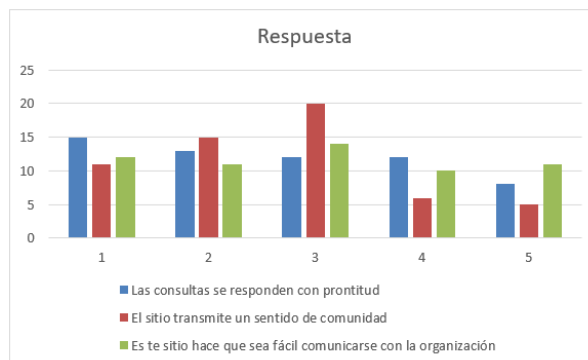
Promedio respuestas Encuestados Protección de Datos



Promedio respuestas Encuestados Seguridad



Promedio respuestas Encuestados Respuesta



Promedio respuestas Asistencia online-offline

