



Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador



facultad  
arquitectura, diseño y artes  
PUCE

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES**

**CARRERA DE DISEÑO**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
DISEÑADOR/A PROFESIONAL CON MENCIÓN EN  
DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

***“Diseño de un sistema de comunicación gráfica para mejorar la  
eficiencia de la información de los servicios del Instituto  
Ecuatoriano de Seguridad Social para aportar en el mejoramiento de  
la calidad del servicio y tiempo de atención a los afiliados.”***

Nombre:

Ma. Isabel Laverde V.

Director:

Mst. Guillermo Sánchez

Quito, febrero, 2017

## **Dedicatoria**

Dedico de manera especial este trabajo a mi pequeño hijo Emilio Antonio, quien ha sido mi principal motivación para culminar con este proyecto y la razón para superarme día a día y alcanzar cada meta trazada.

A mis padres, por creer en mí, ya que son ellos quienes con esfuerzo me han apoyado a cumplir con excelencia este tan anhelado reto. No ha sido sencillo el camino, pero gracias por su aporte, su amor y su ejemplo.

Este logro es por ustedes y por mí.

## **Agradecimientos**

Primeramente agradezco a Dios por concederme el milagro de la vida y la salud, ya que sin esos factores no hubiera sido posible cumplir mi meta.

A mis padres, quienes siempre en las decisiones que he tomado me han apoyado de manera incondicional y han sido el pilar fundamental en todo el transcurso de mi vida, especialmente para la obtención de mi título profesional.

Agradezco de manera especial al Mst. Guillermo Sánchez, Asesor de mi Proyecto, quien con su dedicación, capacitación y sobretodo paciencia, me transmitió sus conocimientos y me guió en el desarrollo y culminación de mi Tesis.

Adicionalmente, agradezco a mis compañeros de clase, por su camaradería y amistad, quienes de alguna manera han aportado al crecimiento personal y han impulsado mi crecimiento a nivel profesional.

## Índice general

|   |    |
|---|----|
| Dedicatoria   | 2  |
| Agradecimientos   | 3  |
| Índice general  | 4  |
| Índice de figuras   | 8  |
| Índice de tablas  | 11 |
| I. Tema   | 12 |
| II. Resumen y Abstract  | 12 |
| III. Introducción   | 13 |
| IV. Justificación   | 15 |
| V. Planteamiento del problema                                     | 18 |
| VI. Objetivos   | 22 |
| a. Objetivo General   | 22 |
| b. Objetivos Específicos  | 22 |
| VII. Hipótesis  | 23 |
| VIII. Marco Teórico   | 26 |
| IX. Metodología   | 32 |
| Entrevista  | 33 |
| Encuesta  | 34 |
| Observación   | 34 |
| CAPÍTULO I  | 37 |
| 1.1 La importancia de la capacitación a los empleados del IESS.   | 37 |
| 1.1.1 Cursos realizados vs asistencia.                            | 38 |
| 1.1.2. Puntos de contacto e interacción de los empleados del IESS | 41 |

|                            |   |    |
|----------------------------|---|----|
| 1.1.3                      | Situación laboral de empleados contratados vs de planta, inestabilidad e inseguridad en cuanto a los módulos para atención (organización) v/s cambio de administración. | 42 |
| 1.2                        | Nivel de comprensión de los trámites por parte de los afiliados.  | 42 |
| 1.2.1                      | Dificultad del trámite vs calidad de información  | 44 |
| 1.2.2                      | Tiempo que demora un trámite vs el tiempo ideal   | 45 |
| 1.3                        | Determinación de los medios utilizados para difundir los trámites.  | 46 |
| 1.3.1                      | Tecnología de turnos  | 47 |
| 1.3.2                      | Trámite digital vs trámite físico   | 48 |
| 1.3.3                      | Cantidad de trámites que se puede hacer en la web vs los que se hacen y de doble trámite para lograr una solución.  | 49 |
|                            | Conclusiones del Capítulo.  | 52 |
| Capítulo II                |   | 53 |
| Desarrollo de la propuesta |   | 53 |
| 2.1                        | Planteamiento del proyecto en función del problema definido y explicado en el anterior capítulo.  | 53 |
| 2.1.1.1                    | Requisitos del proyecto para enfrentar el problema  | 55 |
| 2.1.1.2                    | Requisitos en la elaboración del proyecto   | 55 |
| 2.1.1.3                    | Requisitos para el desarrollo del producto  | 57 |
| 2.1.2                      | Desarrollo del concepto y generación de propuestas a nivel verbal   | 60 |
| 2.1.2.1                    | Bocetos, imágenes y dibujos del concepto  | 64 |
| 2.1.3                      | Validación del concepto y de la propuesta   | 70 |
| 2.2                        | Desarrollo de la propuesta de diseño seleccionada en detalle  | 74 |

|  |     |
|--|-----|
| a) Determinación del personaje   | 75  |
| b) Estudio de los formatos   | 76  |
| c) Análisis de la cromática  | 77  |
| d) Aplicación de las retículas   | 78  |
| e) Tipografía utilizada  | 78  |
| 2.2.1 Parte o elemento 1   | 79  |
| 2.2.2 Parte o elemento 2   | 84  |
| 2.2.3 Parte o elemento 3   | 89  |
| 2.3 Validación inicial de la propuesta desarrollada                                | 94  |
| Conclusiones del capítulo  | 95  |
| Capítulo III   | 97  |
| Validación final de la propuesta   | 97  |
| 3.1 Presentación de la propuesta final de diseño.                                  | 97  |
| 3.1.1 Material para agilizar procesos (Empleado-Usuario)                           | 97  |
| 3.1.2 Material para mejorar la capacitación (IESS-Empleado)                        | 101 |
| 3.1.3 Aclaración de servicios (IESS-Usuario)                                       | 103 |
| 3.2 Validación final de la propuesta de diseño.                                    | 117 |
| 3.2.1 Encuesta a usuarios  | 117 |
| 3.2.2 Encuesta a empleados   | 122 |
| 3.2.3 Herramienta de validación para mostrar los resultados: Telaraña de Bernstein | 127 |

|   |     |
|---|-----|
| 3.3 Aspectos técnicos del proyecto _____        | 107 |
| 3.3.1 Materiales y detalles constructivos _____ | 107 |
| 3.3.2 Mecanismos y procesos productivos _____   | 114 |
| 3.3.3 Costos de producción y diseño _____       | 114 |
| Conclusiones del capítulo _____                 | 131 |
| Conclusiones y recomendaciones _____            | 132 |
| Bibliografía _____                              | 134 |
| Anexos _____                                    | 138 |

## Índice de figuras

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 Formulario de aporte ciudadano _____                                     | 19 |
| Figura 2 Capacitación recibida por parte de los trabajadores _____                | 20 |
| Figura 3 Horarios de capacitación óptimos _____                                   | 20 |
| Figura 4 Árbol de Problemas _____   | 21 |
| Figura 5 Productos de Marketing Social _____                                      | 30 |
| Figura 6 Esquema de áreas de incidencia del proyecto a realizar. _____            | 57 |
| Figura 7 Propuesta de concepto _____  | 64 |
| Figura 8 Boceto de íconos, viñetas y rostro del personaje _____                   | 65 |
| Figura 9 Boceto de personaje _____  | 66 |
| Figura 10 Boceto de personaje principal _____                                     | 66 |
| Figura 11 Portada del plegable _____  | 67 |
| Figura 12 Páginas internas y plegable armado _____                                | 67 |
| Figura 13 Fichero, distribución de la tarjeta y folleto de uso de tarjetas. _____ | 68 |
| Figura 14 Tips de atención al usuario _____                                       | 68 |
| Figura 15 Presentación interactiva _____  | 69 |
| Figura 16 Propuesta de marketing _____  | 69 |
| Figura 17 Distribución de Módulos de atención _____                               | 70 |
| Figura 18 Proceso de digitalización del personaje _____                           | 75 |
| Figura 19 Paleta cromática del personaje _____                                    | 76 |
| Figura 20 Aplicación en fondos _____  | 77 |
| Figura 21 Aplicación en tipografía _____  | 77 |
| Figura 22 Retículas por bloques _____   | 78 |
| Figura 23 Tipografía Helvética _____  | 79 |
| Figura 24 Tipografía Bebas Neue _____   | 79 |
| Figura 25 Plegables _____   | 81 |
| Figura 26 Descripción del plegable _____  | 82 |
| Figura 27 Tarjetas, folleto y fichero _____                                       | 83 |
| Figura 28 Folleto y fichero _____   | 84 |
| Figura 29 Presentación interactiva _____  | 86 |
| Figura 30 Presentación Interactiva _____  | 87 |

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Figura 31 | Tips de atención al usuario _____                     | 88  |
| Figura 32 | Presentación de los Tips de atención al usuario _____ | 89  |
| Figura 33 | Dummy publicitario _____                              | 90  |
| Figura 34 | Descripción del dummy publicitario _____              | 91  |
| Figura 35 | Mapas de ubicación _____                              | 92  |
| Figura 36 | Mapas de ubicación _____                              | 93  |
| Figura 37 | Descripción del plegable _____                        | 98  |
| Figura 38 | Tarjetas de preguntas frecuentes _____                | 100 |
| Figura 39 | Tips de atención al usuario _____                     | 101 |
| Figura 40 | Pantallas de la presentación Interactiva _____        | 102 |
| Figura 41 | Descripción del dummy publicitario _____              | 104 |
| Figura 42 | Ubicación del dummy publicitario _____                | 105 |
| Figura 43 | Mapas de ubicación _____                              | 106 |
| Figura 44 | Ubicación de los mapas _____                          | 107 |
| Figura 45 | Utilidad _____  | 118 |
| Figura 46 | Capacidad para resolver el problema _____             | 119 |
| Figura 47 | Disminución del tiempo en los trámites _____          | 120 |
| Figura 48 | Comprensión y uso fácil _____                         | 121 |
| Figura 49 | Necesidad de más información _____                    | 122 |
| Figura 50 | Comprensión de los procesos _____                     | 123 |
| Figura 51 | Mejoramiento del desempeño _____                      | 124 |
| Figura 52 | Necesidad de impartir el material _____               | 125 |
| Figura 53 | Comprensión y uso fácil _____                         | 126 |
| Figura 54 | Necesidad de más información _____                    | 127 |
| Figura 55 | Telaraña de Bernstein _____                           | 130 |
| Figura 56 | Medidas plegables _____                               | 108 |
| Figura 57 | Armado para impresión, plegables _____                | 108 |
| Figura 58 | Medidas tarjetas _____                                | 109 |
| Figura 59 | Armado para impresión tarjetas _____                  | 109 |
| Figura 60 | Armado para impresión folletos _____                  | 110 |
| Figura 61 | Armado para impresión, fichero _____                  | 110 |

|           |                     |     |
|-----------|---------------------|-----|
| Figura 62 | Pantalla inicial    | 111 |
| Figura 63 | Pantalla interna    | 111 |
| Figura 64 | Pantalla bienvenida | 112 |
| Figura 65 | Pantalla internas   | 112 |
| Figura 66 | Dummy publicitario  | 113 |
| Figura 67 | Mapas               | 114 |

## Índice de tablas

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1 Operacionalización de la investigación _____                            | 24  |
| Tabla 2 Proceso de Diseño _____   | 32  |
| Tabla 3 Cursos efectuados en 2016 _____   | 40  |
| Tabla 4. Posición de Ecuador en el “Global Information Technology Report” _____ | 49  |
| Tabla 5 Servicios ofrecidos por el IESS _____                                   | 50  |
| Tabla 6 Problemas identificados _____   | 53  |
| Tabla 7 Requisitos para el desarrollo del producto _____                        | 58  |
| Tabla 8 Interrogantes más frecuentes de los usuarios _____                      | 58  |
| Tabla 9 Servicios más requeridos de la página web del IESS _____                | 59  |
| Tabla 10 Generación de palabras claves _____                                    | 61  |
| Tabla 11 Requisitos para el desarrollo del producto _____                       | 72  |
| Tabla 12 Requisitos en la elaboración del proyecto _____                        | 94  |
| Tabla 13 Utilidad _____   | 117 |
| Tabla 14 Capacidad para resolver el problema _____                              | 118 |
| Tabla 15 Disminución del tiempo en los trámites _____                           | 119 |
| Tabla 16 Comprensión y uso fácil _____  | 120 |
| Tabla 17 Necesidad de más información _____                                     | 121 |
| Tabla 18 Comprensión de los procesos _____                                      | 122 |
| Tabla 19 Mejoramiento del desempeño _____                                       | 123 |
| Tabla 20 Necesidad de impartir el material _____                                | 124 |
| Tabla 21 Comprensión y uso fácil _____  | 125 |
| Tabla 22 Necesidad de más información _____                                     | 126 |
| Tabla 23 Valores de los requerimientos _____                                    | 129 |
| Tabla 24 Valor bruto por diseño _____   | 115 |
| Tabla 25 Presupuesto _____  | 116 |
| Tabla 26 Productos _____  | 117 |

## I. Tema

Diseño de un sistema de comunicación gráfica para mejorar la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para aportar en el mejoramiento de la calidad del servicio y tiempo de atención a los afiliados.

## II. Resumen y Abstract

### Resumen

Una institución tiene sentido si es capaz de satisfacer a través de sus productos o servicios las necesidades de los clientes. El presente estudio tuvo como objetivo general diseñar un sistema de comunicación gráfica para mejorar la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para aportar en el mejoramiento de la calidad del servicio y tiempo de atención a los afiliados. Para la consecución de dicho objetivo se partió de una investigación previa, donde se entrevistó y encuestó a trabajadores y afiliados, para determinar los principales ámbitos en los que pudiera trabajarse desde el diseño gráfico. Luego se laboró en el desarrollo y validación de piezas gráficas para colaborar en tres aspectos fundamentales: la comprensión de los usuarios de los servicios que ofrece la entidad, la capacitación de los empleados y la agilización de los procesos que se llevan a cabo en dicha institución.

**Palabras claves:** institución, comunicación gráfica, eficiencia, servicios, piezas gráficas.

### Abstract

An institution makes sense if it is able to satisfy through its products or services the needs of the clients. The present study aimed to design a graphic communication system to improve the information efficiency of the services of the Ecuadorian Social Security Institute to contribute to the improvement of the quality of service and time of attention to the affiliates. In order to achieve this objective, it was carried out a

preliminary investigation, in which workers and affiliates were interviewed and surveyed to determine the main areas in which could be used graphic design. Then, it was worked on the development and validation of graphic pieces to collaborate in three fundamental aspects: the compression of the users of the services offered by that entity, the training of employees and the streamlining of the processes that are carried out in that institution.

**Keywords:** institution, graphic communication, efficiency, services, graphic pieces.

### III. Introducción

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una de las entidades que participa en la organización de la vida de los ecuatorianos puesto que posee varios principios, misiones y funciones que hacen de la misma una de las instituciones más visitadas en la capital del país. De acuerdo con ello la institución, dedicada a aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social, ofrece un número importante de servicios lo mismo en su casa matriz como en su página web. Esta se encuentra disponible para todos los que necesiten realizar un trámite, una pregunta o simplemente consultar una duda al respecto del objeto y servicios de esta institución. La afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguro Social (IESS) protege al afiliado en caso de eventualidades que afecten su capacidad de trabajo y la obtención de un ingreso.

Esta institución tiene como elementos más relevantes de su filosofía corporativa los siguientes:

**VISION:** El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social se encuentra en una etapa de transformación, el plan estratégico que se está aplicando, sustentado en la ley de Seguridad Social vigente, convertirá a esta institución en una aseguradora moderna, técnica, con personal capacitado que atenderá con eficiencia, oportunidad y amabilidad a toda persona que solicite los servicios y prestaciones que ofrece (IESS, 2016).

**MISION:** El IESS tiene la misión de proteger a la población urbana y rural, con

relación de dependencia laboral o sin ella, contra las contingencias de enfermedad, maternidad, riesgos de trabajo, discapacidad, cesantía, invalidez, vejes y muerte, en los términos que consagra la Ley de Seguridad Social (IESS, 2016).

Este tipo de entidades públicas necesita una estructuración orgánica que le permita trabajar de forma cohesiva y rápida. Pero además cuando se labora con un grupo elevado de usuarios, de diversos niveles intelectuales, se vuelve imprescindible además un personal de servicio bien capacitado que asuma con agilidad los procesos que desarrolla, para la reducción de los tiempos de espera del cliente y por supuesto, estos trabajadores necesitan todo un sistema de apoyo que les facilite la interacción con los afiliados.

En atención a los antes mencionado, este estudio asume la teoría planteada por el diseñador Jorge Frascara sobre el protagonismo del diseño como respuesta a problemas prácticos de la sociedad. En tanto se asume la realización de un estudio para establecer los factores de conflicto dentro de la atención de usuarios en el IESS, y partiendo de un estudio previo, pasar a responder a estas necesidades identificadas como comunicacionales a través de un de un sistema de comunicación gráfica para mejorar la eficiencia de la información de los servicios del IESS.

Para desarrollar lo anterior, se parte de la premisa de que el diseño de información es una manera de trabajar para la solución de problemas de información, hacia el entendimiento” (Jiménez , 2005, p. 13). Es decir, la intención es facilitar la comprensión de los mensajes a través de la intervención gráfica en su forma de presentación, hecho que es una de las necesidades fundamentales que se evidencian en el IESS.

El desarrollo del presente trabajo de fin de carrera además contribuye a una correcta aplicación y el alcance de resultados del Plan del Buen Vivir (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013), “La Constitución reconoce el trabajo no remunerado de auto sustento y cuidado humano y garantiza la seguridad social progresiva a las personas responsables del trabajo no remunerado (que, en su abrumadora mayoría,

son mujeres)” (p. 57). El mencionado plan en su artículo 2.10, inciso A expresa que entre las acciones que deben ser promovidas está “Reforzar el marco normativo y la capacidad de gestión institucional, para alcanzar el derecho a la seguridad social universal y la protección integral de calidad, a lo largo del ciclo de vida” (p. 128). El resultado de la presente investigación debe contribuir precisamente al reforzamiento de la capacidad de gestión institucional.

#### **IV. Justificación**

El presente proyecto de titulación considera una situación real relacionada a la pérdida de tiempo y el deficiente manejo de la información en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Este problema puede abordarse desde el diseño, como plantea Jorge Frascara “la necesidad del buen diseño de comunicación no sólo existe, es urgente” (2000, p. 00) y la misma se encuentra vinculada estrechamente a mejorar la calidad de vida de las personas en su desempeño social. De acuerdo con ello, es fundamental asociar el diseño a la solución de problemas y centrar el mismo en su funcionalidad, usabilidad y trasmisión adecuada de mensajes. Es así que el diseño puede aportar, desde la comunicación administrativa que posea tal como plantea Frascara la misión de crear “comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente” (Frascara, 2000, p. 00).

Frascara (2012, p. 121) propone cuatro áreas fundamentales en las que se concentra el diseño, estas son:

- Diseño para información
- Diseño para persuasión
- Diseño para educación
- Diseño para administración

En el primero de los apartados es precisamente donde se inserta la presente investigación, por medio de un conjunto de materiales de comunicación que brinden a los públicos del IESS el conocimiento sobre los trámites y procedimientos necesarios, en pos de agilizar el proceso de atención. En la actualidad existe

información que se encuentra disponible por diferentes vías, sin embargo, existen dificultades y situaciones que imposibilitan que los usuarios del IESS realicen un uso adecuado de dicha información.

El diseño de información es un área del diseño que puede ser aplicada a cualquier tipo de organización, sin embargo, cobra especial atención en aquellas instituciones en las que su misión fundamental se materializa en la atención a diversos públicos. Para desarrollar un adecuado diseño de información es necesario partir de los “requerimientos tales como la selección, transformación y transmisión de la información con el propósito de transmitir conocimiento, así como de optimizar la información en relación a dichos requerimientos” (Jiménez , 2005, p. 15). Es precisamente aquí donde el diseñador juega un papel determinante dentro del equipo de trabajo responsable de la comunicación institucional. En ocasiones sucede que a pesar de que los productos comunicativos son elaborados por profesionales en el contenido, no funcionan como se espera o simplemente no logran la aceptación del público al que se dirige. Según David Sless (2016) las razones por las que un diseño puede fallar son:

- Diseños no utilizables: Generalmente ocurre cuando los diseñadores no ponen a prueba sus diseños, entonces pueden surgir dificultades en su asimilación que eran imposibles de prever sin una evaluación adecuada (p. 11).
- Diseños imprácticos: En comunicación de información ocurre que el cliente no tiene que coincidir necesariamente con el usuario, entonces el cliente puede quedar satisfecho, sin embargo el producto comunicativo no ser asimilado por los usuarios finales (p. 13).
- Económica: Esta limitación ocurre cuando el diseñador despliega todo su arsenal creativo sin tener en cuenta elementos tales como tecnologías disponibles para la producción de mensajes, y el presupuesto máximo disponible (p. 14).
- Política: Cuando se trabaja para una organización existen muchas áreas tienen poder de opinión y decisión del producto comunicativo, en ocasiones los argumentos se contraponen y crean conflictos que el diseñador tiene que

solucionar para entregar un producto eficaz y que satisfaga las necesidades de las diferentes personas (p. 15).

Para el desarrollo del TFC es necesario que se identifique las razones por las que no funcionan los soportes actualmente diseñados para comunicar la información. A partir de los elementos problemáticos que se detecten, se podrá emprender el rediseño de los diferentes materiales y medios de comunicación que necesita el IESS para la prestación de un servicio de calidad.

La investigación resulta relevante en tanto permite desplegar el arsenal de conocimiento y practicas aprendidos durante la carrera de diseño para la solución de un problema concreto asociado al área del diseño de información. Por otra la relevancia también está dada porque apoya el trabajo que realiza el IESS, el cual esta normado por varios planes estratégicos de gobierno.

Por otra parte, los resultados que se alcancen con el trabajo de titulación deben velar por el cumplimiento del Objetivo Estratégico número 3, del Plan estratégico 2014-2017, que se plantea “Incrementar la eficiencia institucional del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social” (IESS, 2014, p. 21) Lo que debe lograrse a través de la implementación de:

proyectos destinados a modernizar y optimizar la capacidad institucional, esta modernización abarca entre otras cosas, el diseño de procesos; definición de estructuras de gestión y normas de gestión; sistemas permanentes de capacitación para distintos sectores; la gestión ambiental institucional; mejoramiento en la prestación y operación de servicios, estrategias de comunicación; desarrollo de sistemas informáticos; etc. (p. 21)

Desde un punto de vista personal, en el trabajo se aprovecha la oportunidad de laborar en la institución en la que se va a realizar la investigación, esto dota la investigación de una perspectiva única. Se ha podido determinar qué efectivamente muchas personas salen de las instalaciones del IESS presentando poca satisfacción por la agilidad de los tramites que vienen a realizar. Se evidencia que la información sobre los trámites y procedimientos no es conocida por la población, a pesar de estar disponible por algunas vías, lo que genera que se pierda tiempo y agilidad a la hora

del servicio. Por este motivo es importante intervenir desde las competencias del diseñador, para con la elaboración de un material informativo y de apoyo contribuir al servicio del IESS.

## **V. Planteamiento del problema**

Diariamente un promedio de 150 personas, son atendidas por ventanilla en la matriz del IESS en busca de soluciones a situaciones inmediatas o de orientación e información. Sin embargo, aun cuando las políticas de esta, sus reglamentaciones, funciones y legislaciones asociadas, las cuales se traducen en procedimientos de trabajo claros, muchas veces los procesos de atención al público se dilatan más tiempo del que debería ser. Ello puede estar relacionado a que el cúmulo de información que maneja la entidad es alto, y a pesar de que mucha de esta información se encuentra en la web en un sistema digital que resuelve un alto porcentaje de las funciones, las personas prefieren realizar sus gestiones de forma personal asistiendo al IESS.

No obstante, el personal, público o usuario que asiste a esta entidad lo hace buscando la respuesta de los funcionarios lo que significa entablar con ellos el intercambio de información. Esto ha condicionado que, en evaluaciones realizadas de satisfacción ante el servicio, de forma reiterada sean quejas, la percepción de pérdida de tiempo. En las oficinas del IESS regularmente se solicitan a los usuarios su opinión sobre el servicio en fichas para este efecto (Anexo 1), y las estadísticas muestran que cerca del 60 % de las personas refiere que el trámite es lento, que ha perdido tiempo, que desea más agilidad en el trato y otras circunstancias que se asocian con la percepción de la pérdida de tiempo. En la figura 1 considerando como referencia los formularios de aporte ciudadano que llenan los usuarios, el 80% de ellas respondieron como necesidad, agilizar los trámites, o que disminuyan tiempo de espera.

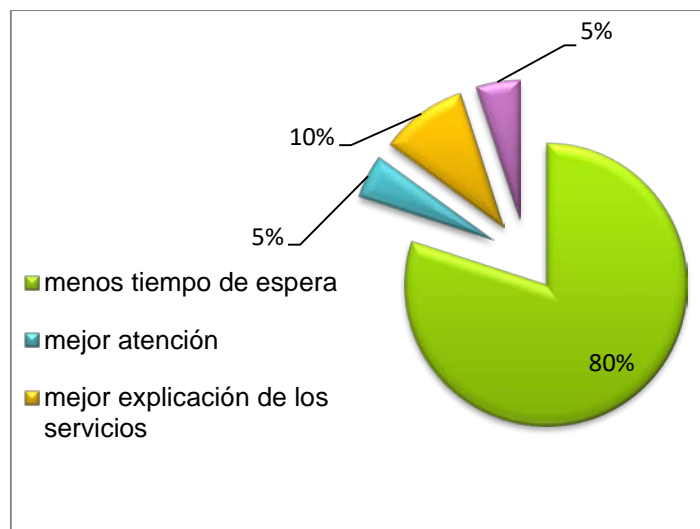


Figura 1 Formulario de aporte ciudadano

Fuente: Encuesta, Dirección Provincial de Pichincha con Talento Humano.

Entre los elementos que funcionan como agravantes de la situación presentada en el IESS se encuentra que entre el público que se atiende hay personas de varias provincias. Ante tanto personal para realizar trámites, el número de funcionarios disponibles resulta insuficiente. Los trámites que los usuarios vienen a realizar en el IESS tienen diferentes tipos de complejidad, y a pesar que la mayoría puede ser ejecutada desde la web, las personas prefieren el trato personal. Un día cualquiera se puede atender un promedio de 750 personas en las oficinas del IESS, más de la mitad solo buscan asesoría, lo que significa que estos usuarios no encontraron, o no buscaron la información que se encuentra disponible en el portal de la institución.

También puede señalarse como situación que influye en el adecuado servicio, lo que respecta a los funcionarios, que estos al ingresar a la organización no reciben capacitación sobre los procedimientos, o sobre cómo operar con el sistema. En tal sentido, según una encuesta de la Unidad de Afiliación y Cobertura con Talento Humano, de 24 personas encuestadas, 23 refirieron que necesitaban capacitación y uno solo que no. Esto se evidencia en la figura 2.



Figura 2 Capacitación recibida por parte de los trabajadores

Fuente: Encuesta, Unidad de Afiliación y Cobertura con Talento Humano.

Lo anterior provoca que el aprendizaje marche a la par de la atención al público, generándose interrupciones y demoras que molestan a la población. En el IESS se aplican periódicamente encuestas donde se preguntan a los funcionarios sobre cuestiones que pudieran mejorar su desempeño, como se puede apreciar en el instrumento adjunto en el Anexo 2, las necesidades de capacitación se encuentran latentes. Esta misma investigación refiere que los horarios propuestos para las capacitaciones, no son los adecuados, pues 17 de los encuestados así lo confirma, mientras 7 exponen que sí son convenientes.

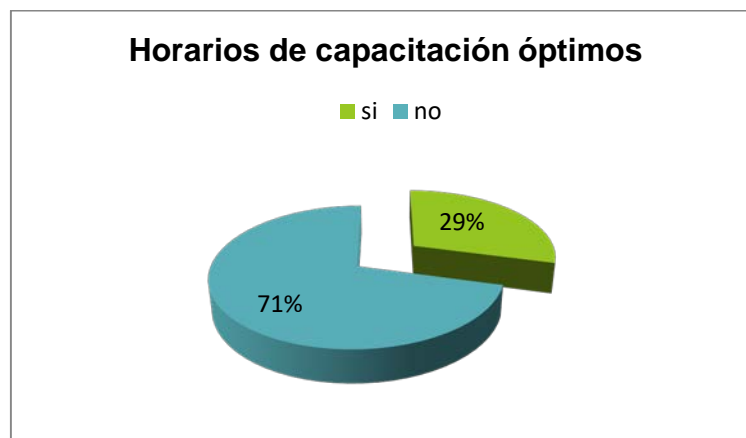


Figura 3 Horarios de capacitación óptimos

Fuente: Encuesta, Unidad de Afiliación y Cobertura con Talento Humano.

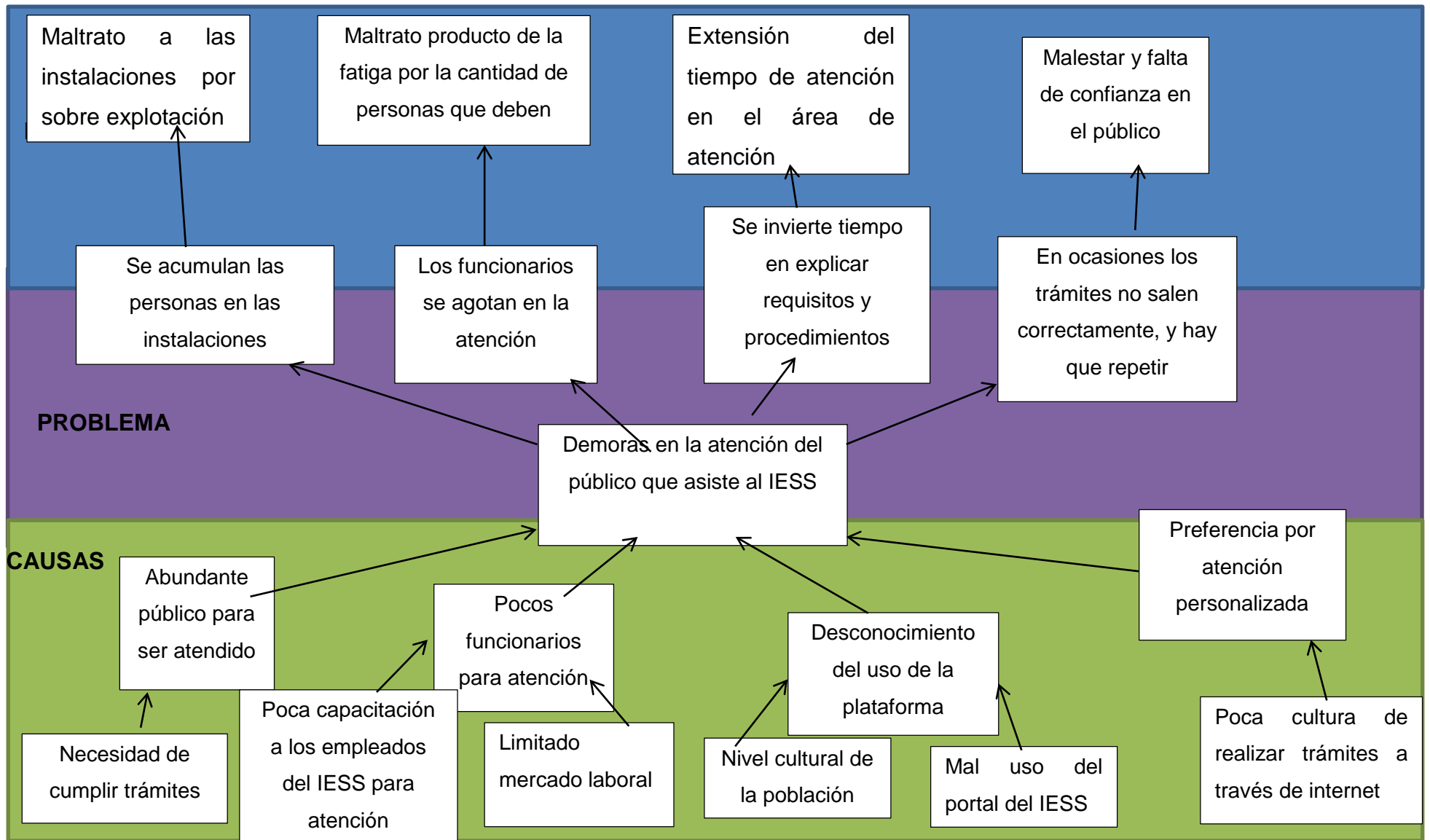


Figura 4 Árbol de Problemas

Por todas las situaciones antes descritas, es que se puede afirmar que en la actualidad existe un manejo inadecuado de la información, así como problemas de comunicación entre los funcionarios y el público, lo que deteriora la calidad del servicio ofrecido.

A partir de los elementos analizados se puede elaborar el siguiente problema de investigación:

¿Cómo contribuir al mejoramiento de la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para optimizar la calidad del servicio y disminuir el tiempo de atención a los afiliados?

## **VI. Objetivos**

Para la consecución del estudio se plantearon los siguientes objetivos:

### **a. Objetivo General**

Diseñar un sistema de comunicación gráfica para aportar a la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para aportar en el mejoramiento de la calidad del servicio y tiempo de atención a los afiliados.

### **b. Objetivos Específicos**

1. Analizar la capacitación a los empleados del IESS, nivel de comprensión de los trámites por parte de los afiliados y los medios utilizados para difundir los trámites que sirvan para establecer los canales adecuados.
2. Desarrollar un sistema de comunicación gráfico considerando las necesidades de los usuarios del IESS y los requerimientos de información de la Institución, para mejorar la eficiencia de la información.
3. Medir el nivel de efectividad de la propuesta de diseño con los afiliados que asisten al IESS.

## VII. Hipótesis

### HIPÓTESIS

El diseño de un sistema de comunicación gráfica aportará en el mejoramiento de la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para optimizar la calidad del servicio y disminuir el tiempo de atención a los afiliados.

El propósito de plantear esta hipótesis es guiar el estudio hacia una idea presunta del investigador que puede ser corroborada o refutada, en tal sentido con la consecución de los objetivos de la investigación se podrá determinar lo anterior. Por ejemplo, a partir de los propuestos en la indagación se analizará la capacitación que han recibido los empleados del IEES para poder atender a los usuarios, se estudiará el nivel de comprensión de los trámites por parte de los afiliados y los medios utilizados para difundirlos. Todo esto permitirá conocer cuál es el grado de necesidad de información que tienen los clientes y el modo más adecuado para aliviar la situación. A partir de este estudio se podrá desarrollar un sistema de comunicación gráfica que de verdad responda a las necesidades previamente encontradas. Luego a través del último objetivo podrá medirse el nivel de efectividad de la propuesta de diseño con los afiliados que asisten al IEES, lo que probaría la veracidad o no de la hipótesis establecida.

Tabla 1 Operacionalización de la investigación

| Hipótesis                            |  | Variables                                 | Indicadores                               | Metodología/técnicas  |                         |
|--------------------------------------|--|---|---|---|-------------------------|
| Problema / Premisa                   | Verbo condicional  | Respuestas / Causas                       | ...existe una variación de:               | Evidencias / Medibles: ¿A través de qué elementos, signos, síntomas, ítems... se identifica la presencia de cierta variable en la realidad?                           | Marco metodológico      |
| Descontento de los usuarios del IESS | Esto se debería a: la mala calidad de información de los servicios | C1. Capacitación a los empleados del IESS | V1.agilidad en la solución de inquietudes | I1. Cursos realizados vs asistencia. Entran 15 empleados nuevos y no reciben capacitación   | T1. Documentos encuesta |
|                                      |  |   |   | I2. Cantidad de módulos vs cantidad de empleados  | T2. Observación         |
|                                      |  |   |   | I3. Empleados contratados vs de planta y también empleados inestabilidad e inseguridad en cuanto a los módulos para atención (organización)/ cambio de administración | T3. Observaciones       |
|                                      |  | C2. Nivel de comprensión o                | V2. Menos cantidad de                     | I1. Dificultad del trámite vs calidad de información  | T1. Encuesta            |

|   |  |  |  |   |   |
|---|--|--|--|---|---|
|   |  | entendimiento de los trámites                    | usuarios y mejor nivel de satisfacción | I2. tiempo que se demora vs el tiempo ideal   | T.2. un día en la vida de.<br>Seguimiento.<br>Qumatic |
|   |  | C3. Medios utilizados para difundir los trámites | V3. Tiempo de realización de trámites. | I1. Tecnología de turnos  | T1. Entrevista  |
|   |  |  |  | I2. Trámite digital vs trámite físico   | T2. Entrevistas,                                      |
|   |  |  |  | I3. Cantidad de trámites que se puede hacer en la web vs los que se hacen y de doble trámite para lograr una solución | T3. Entrevista  |
| <p>Explicación (Se obtienen de un análisis teórico conceptual para poder explicar el problema y saber qué hacer para eliminarlo) Marco Teórico</p> <p>MT1. Administración</p> <p>MT2. Gestión por procesos</p> <p>MT3. Comunicación estratégica, Marketing</p> <p>MT3. TIC's</p> <p>MT4. Servicios de atención a la población</p> |  |  |  |   |   |

Fuente: Investigación de campo.

## VIII. Marco Teórico

Cuando se habla de la calidad en los servicios públicos, se refiere a la práctica hacia el perfeccionamiento paulatino que experimenta toda Administración Pública, con el objeto de optimizar el estado de los servicios que ofrece.

El Estado invierte presupuesto en el bienestar de sus ciudadanos, a pesar de las complejas condiciones económicas y sociales que establecen los tiempos que se transitan. Se trata de un reto, pues el saber enfrentar el hondo impacto que causan las actualizaciones metodológicas y las nuevas tecnologías que se van agregando, facilitan ofrecer una mejor atención y una mayor calidad en las prestaciones públicas. De acuerdo con esta razón, la calidad en los servicios públicos posee un papel primordial. Esencialmente, en lo que al ahorro se refiere: puesto que lleva implícito un ahorro de tiempo, de trabajo, de elementos de trabajo, que se traduce en menores costos y redundancia en beneficio colectivo.

Según la Oficina de Calidad de los Servicios, Secretaría General de la Gobernación de Salta en Argentina, el servicio público es una actividad exclusiva del Estado, organizada conforme a disposiciones legales reglamentarias vigentes, con el fin de satisfacer de manera continua, uniforme y regular las necesidades de carácter colectivo y, por ende, de interés general, que se realiza por medio de la administración pública (Casermeiro, 2012).

De acuerdo con lo anterior, todo servicio público necesita ostentar una cualidad que se designa consistencia. Es decir, deberá ser permanente, con el mismo nivel de servicio de forma invariable e incesante a lo largo del tiempo. A esto se agrega que todo prestador de un servicio público convendrá que sea agradable, amable y respetuoso. Es decir, debe comportarse de un modo tan natural que pasará desapercibido para el usuario. A las tres cualidades anteriores las complementa la honestidad. Porque cada usuario anhela a que los servicios públicos que recibe sean correctos, legales y éticos.

Los servicios públicos deben brindar, también, información. Los usuarios necesitan poseer la información que soliciten de sus servicios públicos en el instante que la precisan y en una forma clara y concisa. En tal sentido, los servicios públicos tienen que procurar siempre soluciones y respuestas efectivas a las necesidades de los usuarios, sin recurrir dar excusas.

La atención que ofrezcan los servicios públicos a los usuarios debe ser personalizada, el trato necesita ser preferencial y único; y por supuesto para coronar la calidad de estos servicios deben tener como característica la celeridad en la atención, porque cada usuario requiere una atención eficaz acorde a sus necesidades y demandas, con la premisa que el tiempo del usuario es tan valioso como el tiempo de quien lo atiende.

La preocupación está demostrada porque si los servicios públicos se conceden sin errores, sin faltas, sin lentitud, sin derroches y sin simulaciones, a través del uso adecuado de los recursos materiales, humanos y económicos, los equipos de trabajo y el tiempo utilizado, generarán credibilidad y confianza en las organizaciones del Estado y seremos cada día mejores servidores públicos.

Según Daniel Scheisohn (2008), la calidad de un vínculo se construye a través de la comunicación. La comunicación establece las condiciones del diálogo y en cierta forma configura las reglas del juego que se despliegan a través de ese vínculo.

Administrar activos invisibles no es una tarea fácil, ya que son difíciles de acumular y susceptibles de múltiples usos simultáneos. En tal sentido una imagen equivale por mil palabras, pero también es dada a significar mil cosas diferentes y hasta contradictorias.

En tal sentido, la comunicación estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las instituciones con su medio cultural, social y político en una interacción grata y positiva a partir del punto de vista de sus intereses y objetivos (Scheisohn, 2008). La tarea principal de esta es tramitar integralmente la

identidad de las instituciones: para reunir y coordinar el prestigio y credibilidad que toda institución necesita.

Por otro lado, los investigadores Philip Kotler y Eduardo L. Roberto (2011), la publicidad social es “un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo (el agente de cambio) que intenta persuadir a otros (los adoptantes objetivo) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas” (pág. 7).

En esta definición se pone de manifiesto que la Publicidad Social se diferencia de la Publicidad de Consumo, dado que la primera persuade para que se modifiquen ciertas ideas o conductas sociales y no para vender un producto o servicio como la segunda.

En otra instancia, Alvarado (2005, p. 267) al mencionar los objetivos y finalidades de la publicidad social, afirma que “el contenido y referente principal de la publicidad social son “los productos sociales” y su finalidad prioritaria es servir a esa causa o proyecto”.

En la afirmación de Alvarado se entiende que la finalidad y objetivo prioritario, aunque no único, de la publicidad social es contribuir a una causa o proyecto social. Por otro lado, hay empresas que realizan publicidad social con el objetivo de mejorar la imagen de la organización, aumento de la notoriedad y diferenciación con respecto a la competencia. Así, tanto la publicidad social como la publicidad de productos de consumo tienen un claro objetivo comercial. De esta forma, la publicidad social se transforma en una estrategia para construir imagen, crear notoriedad y obtener la opinión favorable de los ciudadanos y consumidores hacia la institución que está involucrada.

Alvarado (2005, p. 267) añade que la publicidad social es “publicidad derivada de una causa o proyecto social y promovida por anunciantes sin ánimo de lucro”. Si bien existe una cierta notoriedad de estas organizaciones como anunciantes sociales, actualmente la publicidad social puede ser protagonizada por diferentes

agentes sociales, no solamente por anunciantes sin ánimo de lucro tal como propone la definición.

Kotler y Roberto en su libro *Marketing Social* plantean que alrededor de los años 50, los científicos norteamericanos que se dedicaban a las Ciencias Sociales y que iniciaron los estudios sistemáticos de los cambios sociales, descubrieron que las campañas destinadas a la información y la persuasión de las masas populares son generalmente ineficaces. Según estos mismos autores el fracaso de campañas posteriores a la Segunda Guerra Mundial para hacer mella en los conocimientos o actitudes del público, condujo a Hyman y Sheatsly a concluir que “las campañas de información fracasan con frecuencia porque existe un núcleo duro que no pueden ser alcanzados por las campañas de la información. Las personas responden de modo diferente al mismo cuerpo de material (Martínez-Gascón, 2008, p.34).

La probabilidad de que un individuo responda a nuevas informaciones aumenta con el interés de la audiencia o la implicación en el tema; si pocas personas están interesadas, pocas personas responderán; la posibilidad de que un individuo sea receptivo a la nueva información, aumenta con la compatibilidad de la información y con las actitudes previas de la audiencia, las personas tienden evitar la información desagradable, entenderán cosas diferentes de la información que reciben, según sus creencias y sus valores, el fanático, por ejemplo, no suele reconocer ni procesar ningún mensaje en contra de sus prejuicios.

De esta forma, se fue desarrollando la comunicación en temas sociales y se fue construyendo un lenguaje propio, más alejado del de la publicidad comercial, que al pasar los años fue acostumbrando progresivamente al espectador a propuestas más sutiles, ganando su atención.

En tal sentido, el Marketing Social es una herramienta para cambiar la conducta de las personas. Según Kotler y Roberto (2011), “el término marketing social fue acuñado por primera vez en 1972 refiriéndose al uso de los principios y técnicas del marketing para hacer progresar una idea o una conducta social” (pág. 29).

El propósito es generar conciencia sobre temas socialmente importantes a través de piezas en formato publicitario. Las ideas fundamentales de los comunicadores publicitarios dedicados al bien público, sigue con los lineamientos de toda comunicación y acción con fines sociales: producir conocimiento desde la comunicación social y hacer un aporte a la construcción del bien común a través del disciplinamiento social

Otra definición de Marketing Social la expone Pérez Romero (2011) es el ajuste del marketing comercial a los programas diseñados para intervenir en el comportamiento voluntario de la audiencia meta, con el fin de optimizar su bienestar y el de la sociedad en general, a través del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales. Necesita estimular una conducta voluntaria en la audiencia, sin olvidar que lo primordial es buscar el bienestar del individuo, de sus familiares, el de la sociedad y no el de la organización que efectúa los programas sociales.

Kotler y Roberto toman al marketing social como una estrategia que tiene como objetivo el cambio de una idea o conducta. Estos autores denominan esas ideas y conductas como productos sociales, expuestos a continuación en la figura 5:

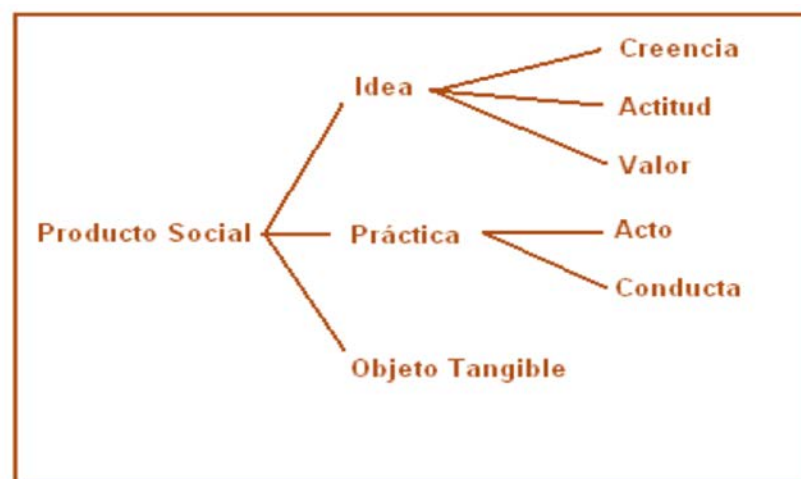


Figura 5 Productos de Marketing Social

Fuente: Marketing Social. Estrategias para cambiar la conducta pública (Kotler & Roberto, 2011).

Según esta clasificación existen tres tipos de productos sociales, el primero es una idea, que puede ser una creencia, definido por estos autores como una concepción que se establece respecto a un asunto y no incluye una evaluación; puede ser una Actitud, que son evaluaciones positivas o negativas de personas, sucesos o ideas y también puede promoverse como un valor, que son ideas globales respecto a lo que es correcto y lo que no. El segundo tipo es la práctica, que puede ser un acto o una conducta. El tercer tipo de producto social es el objeto tangible, que se refiere a los productos que pueden acompañar a la campaña.

De acuerdo a Pérez Romero, la principal tarea del marketing social es, como primera instancia, identificar la necesidad o problemática social, luego segmentar al grupo que es parte de esta problemática de forma psicográfica, conductual y demográfica. Por su parte, Philip Kotler agrega que la gestión del marketing social consiste en analizar el entorno del marketing social, en investigar a la población, en definir el problema y la oportunidad del marketing de forma profunda.

Otro de los puntos neurálgicos en esta investigación es el análisis de las personas a las que van dirigidos los servicios de la entidad en estudio, en este caso el IESS. En este sentido, se puede partir de una clasificación a tono con las formas de acceder a la información que brinda el IESS, pues en esta institución se atiende al usuario vía online o física. De acuerdo al uso que hacen las personas de la tecnología se puede clasificar como “nativos digitales o inmigrantes digitales.”

El “nativo digital”, un término recalcado por el investigador estadounidense Marc Prensky en 2001, surge como el conjunto demográfico dominante en el planeta, en tanto el “inmigrante digital” se convierte en un vestigio de un período anterior. La noción se refiere al cambio generacional en el que las personas son definidas por la cultura tecnológica con la que están familiarizadas (Joy, 2013).

Según expone el periodista Oliver Joy de la CNN en español, Prensky delimita a los nativos digitales como aquellos que nacieron en una “cultura nueva”, mientras

que los inmigrantes digitales son pobladores del viejo mundo, quienes vivieron en una era analógica e inmigraron al mundo digital y luchan más que los nativos para adaptarse al progreso de alta tecnología (Joy, 2013).

Si se analiza que de acuerdo con Marc Prensky (2013), los nativos digitales son los nacidos en la década de los noventa, puede identificarse, que en su mayoría los usuarios del IESS, corresponden a la otra clasificación, la de los inmigrantes digitales, y esto puede ser una de las causas que además influya en la aglomeración de personas para efectuar los trámites en físico pues o no se fían del proceso online o no saben cómo efectuarlo. Este es un punto que necesita tenerse en cuenta a la hora de desarrollo el producto de esta investigación.

## **IX. Metodología**

Para llevar a cabo la presente investigación se hará uso de la metodología proyectual que plantea Jorge Frascara en su libro Diseño de Comunicación (2012), a través del cual este autor expone un proceso de estructuración para el estudio, cuya variación está en dependencia del producto que se desea obtener. A partir de esta metodología podrá llevarse a cabo una consecución de acciones, hasta el logro del producto y su validación. A continuación, se describe el proceso con claridad:

Tabla 2 Proceso de Diseño

| <b>El Proceso de Diseño</b>               | <b>Aplicación en el proyecto</b>  |
|---|---|
| <b>1. Encargo del Proyecto</b>            | Identificación de necesidades sociales. Definición y planteamiento del problema.            |
| <b>2. Recolección de información</b>      | Investigación y análisis preliminar del problema, así como de datos cifras y hechos.        |
| <b>3. Segunda definición del problema</b> | Análisis, interpretación y organización de información obtenida para definir los objetivos. |

|   |  |
|---|--|
| <b>4. Especificación del desempeño del diseño</b> | Definir las características del producto, es decir, lo que debe hacer y cómo debe hacerlo. De acuerdo de los usuarios del IESS y las potencialidades de los trabajadores de dicha entidad. |
| <b>5. Tercera definición del problema</b>         | Desarrollar y seleccionar los componentes de organización (tipografía e imagen)  |
| <b>6. Desarrollo del ante proyecto</b>            | Considerando la forma, contenido, canal y tecnología, desarrollar el producto (prototipo).   |
| <b>7. Presentación a cliente</b>                  | Presentación preliminar del diseño.  |
| <b>8. Organización de la producción</b>           | Preparación de lo artes finales para la producción.  |
| <b>9. Supervisión de implementación</b>           | Configuración del producto final.  |
| <b>10. Evaluación</b>                             | Validar la propuesta de diseño y su nivel de efectividad con los afiliados que asisten al IESS.  |

Fuente: Diseño de Comunicación (Frascara , 2012)

## **Técnicas**

### **Entrevista**

Una técnica imprescindible para el desarrollo de esta investigación es la entrevista, en la que “a través de preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados de un tema” Janesick citado por (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 2013). En tal caso, se utilizará la entrevista de corte cualitativo donde “las preguntas y el orden se adecuan a los participantes” (Grinnell, 2011).

Además, se manejará la de estructura abierta según la clasificación de (Grinnell, 2011) que establece que estas entrevistas se fundamentan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarlas.

En el caso de la tipología de preguntas, existen según (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 2013) varias clasificaciones, enunciadas por diferentes autores. Sin embargo, esta tesis asume la propuesta por Mertens (2013) al creerlas más a tono con esta investigación. Esta tipología incluye las preguntas de opinión, de expresión de sentimientos, de conocimientos, sensitivas (relativa a los sentidos), de antecedentes y de simulación.

### **Encuesta**

Para el estudio será necesario la aplicación de una encuesta, esta se diseñará tomando como referencia una serie de características propuestas por Hernández Sampieri, Collado Fernández y Batista Lucio (2013) quienes establecen la pertinencia de cuestionarios que contengan preguntas cerradas, preguntas abiertas y preguntas mixtas.

### **Observación**

Otra técnica de vital importancia será la observación: “registro sistémico, válido y confiable de comportamientos de conducta manifiesta”. (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 2013), que permitirá a la investigadora corroborar a través de su propia indagación la información obtenida a partir de la aplicación de la encuesta y la entrevista.

La necesidad de utilizarla está sustentada por las ideas que proponen Lourdes De Urrutia y Graciela González en su texto “Selección de lecturas de Metodología, Métodos y Técnicas de la Investigación Social” del año (2013), sobre los métodos y técnicas de la investigación:

El investigador pone en práctica la observación para la búsqueda del realismo, la reconstrucción del significado contando con el punto de vista de los sujetos estudiados, así como también contar con su versión, además de la de los protagonistas (págs. 75-77).

Para esto será indispensable la participación activa del investigador en el acontecimiento. Se trata de la observación participante: “estrategia de campo que combina simultáneamente el análisis de documentos, la entrevista directa a sujetos, la participación y observación directa y la introspección” (De Urrutia Torres & González Olmedo, 2013)

### **Universo y Muestra**

Para esta investigación, se manejará como población el total de usuarios que utilizaron los servicios del IESS en el mes de abril de 2016, en la oficina matriz ubicada en Avenida 10 de Agosto y Bogotá, Quito, que, según un reporte de esta institución, fechado el 24 de mayo de 2016, en el mes de abril de 2016, entre el 1ro de ese mes y el 29, accedieron a los servicios del IESS un total de 36759 personas.

En los estudios, donde la población representada es muy grande para su análisis, tanto que el investigador se vería impedido por los recursos humanos y financieros, se instituye el muestreo que admite analizar una parte de ella de acuerdo con los criterios siguientes:

Los recursos con los que se cuente y las exigencias que tenga el análisis de la investigación. Para esto se hace necesario tomar la muestra mayor posible, debido a que mientras mayor y representativa sea esta, menor será el error de la muestra (López Zubieta, 2002).

El investigador López Zubieta expone, para el tamaño de la muestra, fórmulas estadísticas que dependen substancialmente del margen de error, confiabilidad y la probabilidad (López Zubieta, 2002).

Este método será el empleado tomando como base la población identificada anteriormente y los datos que se muestran a continuación:

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

**Dónde para la población que habita la Zona 6 sería:**

n: el tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población = 36759

$\sigma$ : Desviación estándar de la población = 0,5.

Z: niveles de confianza = 1.96

e: Límite aceptable de error de la muestra = 0.05

$$n = 36759 * (0.5)^2 * (1.96)^2 / (36759 - 1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2$$

$$n = 36759 * 0,9604 / 91.895 + 0,9604$$

$$n = 35303.3436 / 92.8554$$

$$n = 380.196$$

$$n = 380.$$

Atendiendo a lo anterior, la muestra que se utilizará para aplicar las encuestas será de 380 usuarios de los servicios del IESS, que es un valor representativo con respecto al número de personas que acuden por mes a esta oficina.

De igual forma será necesario aplicar instrumentos de investigación a un segmento de trabajadores que por sus características y la labor que ejercen serán capaces de ofrecer información válida y fidedigna para el desarrollo de la propuesta.

## CAPÍTULO I

### 1.1 La importancia de la capacitación a los empleados del IESS.

Entre las propensiones actuales, relacionadas a los aspectos de la calidad de los servicios, una de las más importantes es la relacionada al aprendizaje organizacional, desde las elucidaciones más simples, referidas substancialmente al aprendizaje dentro de las organizaciones y que resaltan el trabajo como fuente fundamental del conocimiento de los propios operadores de las tareas, hasta las interpretaciones complejas, que conciben a la institución como un sistema capaz, el mismo, de aprender, no simplemente en función de lo que cada uno de sus integrantes pueda aprender a nivel individual, sino a partir del alistamiento de instrucciones y tecnologías cuya actividad se asimila, más allá de la persistencia de los individuos que estimularon su establecimiento.

La capacitación es una de las funciones clave de la administración y perfeccionamiento del personal en las instituciones públicas y, por tanto, debe maniobrar de forma integrada con las demás funciones de este sistema. Lo preliminar expresa que la administración y el desarrollo del personal debe concebirse como un todo, en que las distintas funciones – entre ellas está circunscrita la capacitación- se combinan para mejorar el desempeño de las personas y la eficacia de la institución.

Según Pedro Guglielmetti (1998), existe un conjunto de herramientas que se utilizan en el perfeccionamiento del personal de las organizaciones modernas, las cuales también pueden ser utilizadas para la gestión de la capacitación en las instituciones públicas; entre ellas, las más importantes son:

- a) las descripciones y especificaciones de los cargos;
- b) las especificaciones de los itinerarios de carrera interna;
- c) los manuales de organización, procedimientos y métodos de trabajo;
- d) el sistema de evaluación del desempeño; y,

e) los expedientes del personal (Guglielmetti, 1998).

Aunque la aplicación consecuyente de estas herramientas no es imprescindible para la gestión de la capacitación, su práctica es provechosa, por cuanto ellas instituyen un apoyo apreciable para tomar decisiones orientadas, imparciales y transparentes en este campo. En definitiva, estas herramientas favorecen al hacer más eficiente el sistema de capacitación y por tanto el funcionamiento de la institución pública.

De forma general, la capacitación en las instituciones permite hacer frente a sus necesidades actuales y futuras valiéndose mejor de su potencial humano, el cual, a su vez, adopta la motivación para conseguir una asistencia más eficaz, que naturalmente se traduce en mejores servicios. Además de la capacitación del personal existen otros elementos que permiten cumplir con ciertas actividades que realiza la institución, entre las cuales se encuentran la comunicación en el entorno laboral y con los usuarios, la adecuada administración y gestión por procesos y el uso de las nuevas tecnologías en función de las necesidades de la institución.

#### **1.1.1 Cursos realizados vs asistencia.**

Al hacer un análisis del Plan General de Capacitaciones para el año 2016 (Ver Anexo 3) se identificó que actualmente en la estructura organizacional del IESS existen 22 procesos de trabajo incluidos en 4 macro procesos que caracterizan el sistema de labor: Gobernante, Agregado de Valor, Asesoría y Apoyo. En el desglose de estos equipos se exponen 78 ámbitos de labor y al respecto se proponen un total de 17 temas de capacitación divididos entre los macro procesos, a partir de esos temas se exponen 31 cursos específicos para los trabajadores incluidos en los 22 procesos de trabajo. Además se establecen 6 cursos sobre temas transversales que les atañen a todos los trabajadores. De forma general, en el IESS se plantea un presupuesto de 5.882.800,00 dólares con motivo de capacitación.

Sin embargo, aunque la planificación de acciones parece ser adecuada en la encuesta aplicada por la Unidad de Afiliación y Cobertura con Talento Humano en 2015, de 24 trabajadores encuestados 23 reclamaron la necesidad de capacitarse. En tal sentido, se evidencian fisuras en el proceso de capacitación a los trabajadores del IESS.

Esta contradicción es analizada por la web de Marketing Tlaloc, quienes exponen una serie de errores que se comenten a la hora de desarrollar procesos de capacitación:

La no realización de un diagnóstico de detección de necesidades de capacitación.

El establecimiento inadecuado del capacitador

La extensión excesiva de las sesiones de capacitación

Selección errónea de los participantes.

No dar seguimiento a la capacitación (Borrego, 2009).

La investigación actual se adentró en la vida diaria de los trabajadores del IESS y a través de entrevistas se evidenció la presencia de alguno de los elementos negativos expuestos anteriormente. Por ejemplo los trabajadores admitieron que algunas sesiones de capacitación son demasiado largas y no se da seguimiento a lo que se enseñó, esto pudo corroborarse a través del estudio del Instructivo para el Procedimiento de Capacitación (IESS, 2014), utilizado por la Unidad de Afiliación y Cobertura con Talento Humano, en el cual se apreciaron dos deficiencias fundamentales, no especifican qué tiempo es el adecuado para cada tipo de capacitación, ni incluyen en dicho documento un seguimiento a lo capacitado.

Además de esto, los trabajadores expusieron dos hechos relevantes que no son analizados usualmente por teóricos de la Gestión de la capacitación, se trata de la importancia de establecer horarios adecuados para la instrucción y políticas

oficiales de adiestramiento para los nuevos ingresos a los centros laborales. De acuerdo con esto, ni en el Plan General de Capacitaciones para el año 2016, ni en el Instructivo para el Procedimiento de Capacitación se toman en cuenta estos aspectos esenciales, que en los inicios del estudio se identificaron como problemáticas influyentes en la asistencia a las capacitaciones y en la morosidad en la atención a la población.

Tabla 3 Cursos efectuados en 2016

| <b>Curso</b>                                 | <b>Asistentes programados</b> | <b>Asistentes reales</b> |
|--|-------------------------------|--------------------------|
| Técnicas efectivas de recaudación de cartera | 20                            | 20                       |
| Derecho Institucional                        | 40                            | 31                       |
| Derecho Administrativo                       | 25                            | 20                       |
| Derecho Procesal Civil                       | 20                            | 16                       |
| Negociación mediación y arbitraje            | 25                            | 24                       |
| Ofimática                                    | 20                            | 13                       |
| Excel Intermedio                             | 15                            | 12                       |
| Excel Avanzado                               | 15                            | 15                       |
| Gestión del Talento Humano                   | 10                            | 10                       |
| Contratación Pública                         | 20                            | 20                       |

Fuente: (Universidad Central de Ecuador, 2016)

Después de una comparación entre el número de personas a capacitar por cursos, establecido por el IESS en un contrato para la preparación de sus empleados en 22 cursos distintos y las hojas de asistencia facilitadas por el contratante en este caso Universidad Central del Ecuador, se evidenció que en lo que va de año, la asistencia a estos eventos ha mejorado. Sin embargo en ninguno de los documentos estudiados se evidenció la presencia de cursos o capacitaciones

relacionadas directamente con el área de atención al cliente, ni a la cultura organizacional dentro de la entidad.

### **1.1.2. Puntos de contacto e interacción de los empleados del IESS**

A través de la observación participante, se identificó un problema latente, en la actualidad se pueden distinguir múltiples módulos vacíos en la Dirección Provincial del IESS en Pichicha, según información ofrecida por Luis Ángel Carrión Cueva, oficinista supervisor de módulos del área Centro de Atención Universal, Departamento de Afiliación y Control Patronal, en este momento existen 12 módulos de atención al cliente y solo 6 trabajadores.

Al respecto las Normas OSHAS (2015) establecen que el aumento de la carga laboral de los trabajadores, tienen influencia directa en la calidad de la labor que se efectúa, entendiendo como carga laboral al conjunto de requerimientos psicofísicos de los que padece un trabajador durante el desenvolvimiento de su jornada laboral.

Wilson y Eggemeier (2001) establecen como carga mental un constructo multidimensional, que hace referencia a la habilidad de una persona para enfrentarse con las demandas impuestas por el procesamiento de información de una tarea o sistema; sin embargo cuando las encomiendas sobrepasan la capacidad ejecutora del trabajador esto trae consigo el desarrollo afectaciones para su salud mental y por consiguiente afectaciones en su rendimiento.

En estos momentos, es una realidad que se aprecia en el IESS, donde según expone el propio supervisor Luis Ángel Carrión Cueva, en un día común de trabajo, cada empleado recibe como promedio 120 usuarios, más de la mitad de lo que debería si estuvieran funcionando los 12 módulos.

### **1.1.3 Situación laboral de empleados contratados vs de planta, inestabilidad e inseguridad en cuanto a los módulos para atención (organización) v/s cambio de administración.**

Al momento de este estudio, la situación laboral del IESS se caracteriza por la existencia de en su mayoría de contratos que ya tienen más de un año y se encuentran a término. En el caso del área de Atención Universal que es la que se relaciona directamente con la atención a la población, existen actualmente solo 9 empleados (Ver Anexo 4), aunque ya se explicó con anterioridad que no están cubiertos el total de los módulos y que la aglomeración de usuarios se hace incontenible (IESS, 2016). En lo que va de año no se ha propiciado una sola contratación para el área antes mencionada. Por otro lado, los que ya tienen contrato tampoco experimentan seguridad puesto que cualquier cambio de administración podría ser el fin de su labor.

Al respecto, las Normas OSHAS (2015) establecen que la calidad de la producción o la oferta de los servicios de una empresa pueden verse afectadas por la situación físico-mental de sus empleados. Es así, que si un grupo laboral, adolece de inseguridad en su puesto de trabajo, o de un aumento excesivo de la carga de actividades en sus funciones, su rendimiento descenderá considerablemente.

Es evidente que la situación de los trabajadores del IESS no es óptima, estos trabajan con una enorme presión debido a su inestabilidad laboral y por otro lado, se enfrentan a una cantidad de público excesiva, esto por supuesto no puede traer frutos positivos y puede asumirse como una de las causas que atentan contra la correcta atención al cliente y la tan ansiada agilización de los trámites.

## **1.2 Nivel de comprensión de los trámites por parte de los afiliados.**

Una institución tiene sentido si es capaz de satisfacer a través de sus productos o servicios las necesidades de los clientes. En la organización existen diversos

grupos de interés (empleados, proveedores, administración) cuyas expectativas también hay que tener en cuenta.

En base a la gestión de procesos, es imprescindible conocer qué es lo que desean los clientes y demás grupos de interés, y en atención a sus requerimientos, identificar, definir y desplegar los procesos necesarios para conseguir los objetivos establecidos. Esta busca alcanzar el factor de éxito; en tal sentido, cuando los empleados reconocen que sus actividades individuales son parte de algo mayor, se alinean con respecto a metas comunes:

La estrategia general de la empresa.

La satisfacción del cliente (Cryterium., 2016).

Mientras el SESCAM expone que la gestión por procesos es un tipo de organización disímil de la clásica organización funcional, y en el que prevalece la visión del cliente sobre las actividades de la institución (Sescam, 2002).

En tanto, Juan Bravo Carrasco (2012), amplía lo anterior cuando refiere que la gestión de procesos es una disciplina que favorece a la dirección de la institución identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más fructíferos los procesos de la misma y alcanzar la confianza del cliente.

Los procesos, generalmente, cruzan repetidamente las fronteras funcionales, forzando a la cooperación y creando una cultura de empresa distinta. La importancia de los mismos ha ido surgiendo de manera gradual en los modelos de gestión empresarial, convirtiéndose en medios bien útiles para modificar la entidad y adaptarse al entorno. Estos constituyen un elemento relevante en la empresa debido a las ventajas que los mismos proveen para el cliente, para la organización y para las personas. Lo más importante es el cambio que se produce en la cultura de la empresa al enfocar todos los esfuerzos y energía en función de maximizar el valor para el cliente.

### 1.2.1 Dificultad del trámite vs calidad de información

Como plantea María Lorena Cárdenas Sánchez, oficinista del área de Atención Universal, los trámites que se efectúan a través de los Módulos del IESS, son: validación de cuentas bancarias, claves patronales, desbloqueo de clave personal, desbloqueo de fondos de reserva, apertura de códigos de extranjeros, asesoría de forma general. A su punto de vista la dificultad de los trámites está dada por dos situaciones fundamentales, a problemas tecnológicos como bajas del sistema que ralentizan el trabajo de atención al cliente y por otro lado la calidad de las indicaciones que reciba el usuario al llegar al departamento de información.

En el ámbito teórico, esta situación es analizada desde la gestión de procesos, donde es importante que las personas de la institución sepan identificar los procesos de los que forman parte. Si esto no ocurre, se separará la organización y el trabajo de la empresa de los objetivos que persigue; entonces se laborará para solucionar problemas diarios, perdiéndose valioso tiempo en un ejercicio que pudo preverse de antemano.

Por otro lado, la gestión por procesos se conceptualiza como la manera de gestionar toda la institución basándose en los procesos, delimitados estos como una sucesión de acciones emplazadas a concebir un valor añadido sobre una entrada para alcanzar un resultado, y una salida que a su vez satisfaga las exigencias del cliente (Ruiz-Fuentes, Almaguer-Torres, Torres-Torres, & Hernández-Peña, 2014).

De acuerdo con la declaración aportada por la oficinista María Lorena Cárdenas Sánchez, en el IESS se está descuidando la calidad de la información que se brinda al usuario, según ella, esta debe ser clara, concisa y realmente orientadora para evitar la acumulación de clientes en el área de los módulos y su espera innecesaria. Para Cárdenas Sánchez, esto es producto de una inadecuada organización de los procesos y de una falta de conocimiento de los empleados acerca de la función que realizan, una vez más salta a la luz la inasistencia de

planes de capacitación para los trabajadores que comienzan a laborar en la entidad.

### **1.2.2 Tiempo que demora un trámite vs el tiempo ideal**

Luego del análisis de las encuestas, se evidenció que el 100% de los usuarios expresan su inconformidad con el tiempo de espera cuando se dirigen a hacer uso de algún servicio dentro de la institución. Los clientes manifiestan su desacuerdo con la morosidad al ser atendidos y expresan que han perdido más de 5 horas antes de efectuar su trámite. (Ver Anexo 5).

La teoría propuesta por Scheisohn (2008), establece que el reto empresarial actual es el de la competitividad, lo que implica racionalizar la producción, elevar los niveles de calidad y optimizar los sistemas de gestión. No obstante, todo esto es necesario, pero no suficiente. Pensar estratégicamente involucra prestar mucha atención a los activos invisibles, ya que éstos se constituyen en un factor determinante de la competitividad y la calidad de los procesos.

En tal sentido la política del IESS para el tiempo ideal de atención, según Catherine Fernanda Molina Barreiro, jefa de la Unidad de Afiliación y Cobertura de Pichincha, establece una espera mucha más corta que lo que se está evidenciando realmente. Para el análisis de este llamado “tiempo de espera ideal” necesita examinarse desde dos ámbitos: el tiempo ideal de espera del usuario, que viene a efectuar un trámite como afiliado, debe ser cuando máximo de 15 minutos. En el caso de asesorías a empresas y acuerdos administrativos y coactivos, el tiempo se establece por tipo de trámite pero aun así no debe exceder los 30 minutos.

De acuerdo con Molina Barreiro, una validación de cuenta o un cambio de clave no deberían salirse de los 5 minutos, mientras el tiempo general que debería consumir un usuario, desde que hace la fila, lo reciben en información y efectúa su trámite debe oscilar entre los 15 y 20 minutos. Los constantes reclamos de los usuarios validados por los propios datos de la entidad (Ver Anexo 5), manifiestan que en la actualidad en esta institución no solo se está dejando de cumplir con el

tiempo establecido por trámite, sino que, según los análisis anteriores, operativamente es imposible que se pueda disminuir la morosidad en la atención si no se busca una forma de apoyo a los trabajadores de la entidad en las funciones que realizan o como complemento al desarrollo de sus tareas.

### **1.3 Determinación de los medios utilizados para difundir los trámites.**

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro (Casermeiro, 2012). Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

En un mundo cada vez más tecnológico, las TIC están en constante evolución. Y mantenerse informado es clave para conocer y aprovechar los nuevos servicios, y ser competitivos. La instrumentación tecnológica es una necesidad en la comunicación de hoy. Según Casermeiro (2012), las tecnologías de la comunicación son una significativa herramienta dentro de una administración que se moderniza. Ésta posee la peculiaridad de ayudar a comunicarse, pues en lo que se refiere a captación, transmisión y retroalimentación de información, se desvanecen el tiempo y las distancias geográficas.

La tecnología en la actualidad tiene un carácter dual, dependiendo en este caso del uso que se le dé por parte del usuario; además de servir como medio de información y de esparcimiento, también es una herramienta utilizable en la capacitación y formación de tipo laboral.

Por otro lado, en el caso de una institución, las Tics, colaboran como instrumentos para ofrecer a los usuarios contenidos de calidad, además los trabajadores ven facilitada su labor gracias a ellas. Las ventajas que ofrecen las tecnologías a las instituciones y empresas de forma general son:

Comunicación fácil y a bajo costo.

Espacios de difusión.

Presencia mundial.

Mayor respuesta y velocidad a sus fines

Coordinación central y distribuida para la mejor toma de decisiones

Mayor impacto

Mejor respuesta (Casermeiro, 2012).

De acuerdo con lo anterior, con el uso de las Tics se obtienen un conocimiento más completo de los requerimientos de la clientela para ofrecerles un servicio de superior calidad y una comunicación más fluida. En tal sentido, la influencia del uso de las Tics en las organizaciones, está relacionada con un aumento de la eficiencia en todos sus procesos.

En el caso de las instituciones públicas, que dependen de un presupuesto estatal para la implementación de las tecnologías de la información dentro de su desarrollo, pueden caer en la brecha digital, situación que se refiere a quedarse al margen de los beneficios que ofrecen las Tics.

### **1.3.1 Tecnología de turnos**

El acceso a los servicios que ofrece el IESS es bastante sencillo como expresa Jaime Patricio Guzmán Aguayo, oficinista del área de Información en Atención Universal del IESS. Los usuarios solo deben converger a la entidad y hacer una fila para ser atendidos por algún funcionario que le entregará su turno. Para Guzmán Aguayo el tiempo de interacción con el cliente es muy restringido para poder brindar una información de calidad, por el manejo de personal que asiste a requerir algún servicio, además según su experiencia los usuarios no están bien preparados, ni siquiera informados de cuál es el trámite que desean llevar a cabo, no saben hacer las consultas adecuadas y luego ocurre que muchas veces pasan desinformados al área de módulos.

Aunque en este sentido, también que el usuario de los servicios cultive su cultura y entendimiento de los trámites que necesita investigando por sus medios para no concurrir al IESS totalmente desorientado. Los funcionarios de esta Entidad deben intentar comprender al cliente e instruirlo de la manera más adecuada, en el tiempo necesario. Al respecto, Daniel Feged (2014), expone lo determinante que es la comunicación estratégica, que si se emplea trasladando al usuario adecuado el mensaje correcto, en el tiempo acertado, su resultado se percibirá reflejado positivamente en los indicadores de la institución.

De lo anterior se deduce que la comunicación estratégica toma parte integral de los aspectos necesarios para el logro de las metas que se propone una institución o empresa de forma general, y es una herramienta muy valiosa ante la cual no se deben tener prejuicios. En tal sentido, el área de Información de Atención Universal del IESS, es el primer contacto físico de la entidad con el usuario y la labor de estos funcionarios debe ser priorizada. En este ámbito el trabajador debe conjugar paciencia, educación y por supuesto conocimiento de los procesos que se desarrollan en la institución, si el usuario es correctamente informado, el tiempo de espera en los módulos se puede reducir y la percepción de este sobre los servicios no será negativa.

### **1.3.2 Trámite digital vs trámite físico**

A partir de las entrevistas realizadas a los usuarios se determinó que estos prefieren los trámites físicos en detrimento de los digitales. Entre las razones que pudieron dilucidarse el nivel de complejidad que los clientes le confieren al servicio online, mediado por el desconocimiento del uso de la informática y por la resistencia al cambio, pues estos explicaron que estaban acostumbrados a efectuar los trámites de forma personal y lo creían más seguro.

Según Borello, Robert y Yoguel (2011), las tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado la manera de trabajar liberando a los trabajadores de las cargas más pesadas, optimizando los recursos y haciendo más eficiente la labor. Gracias a ellas, los trabajadores son capaces de producir

mucho más, de mejor calidad, invirtiendo mucho menos tiempo (Servicios TIC, 2014). Sin embargo, estos procesos de asimilación pueden tener una especie de resistencia ejercida por personas que no se encuentran preparadas intelectualmente para afrontar los conocimientos de la era digital (Borello, Robert, & Yoguel, 2011).

La situación antes descrita, se evidencia entre un grupo considerable de los usuarios del IESS, esto requiere de un proceso de adaptación que está lejos del control de la entidad, cuyo papel primordial es orientar al cliente para que pueda asumir poco a poco el uso de estas tecnologías. En tal sentido, a medida que el usuario alcance un nivel de comprensión más elevado de los trámites aumentará su uso de los servicios online. Con referencia a esto las expectativas son alentadoras, pues en los últimos años Ecuador ha avanzado en su posición mundial acerca del uso de las nuevas tecnologías por parte de sus habitantes.

Tabla 4. Posición de Ecuador en el “Global Information Technology Report”

| Periodo   | Posición Respecto al Mundo |
|-----------|----------------------------|
| 2008-2009 | 116 de 134 países          |
| 2009-2010 | 114 de 133 países          |
| 2010-2011 | 108 de 138 países          |
| 2011-2012 | 96 de 142 países           |
| 2012-2013 | 91 de 144 países           |
| 2013-2014 | 82 de 148 países           |

Fuente: (ARCOTEL, 2015)

### 1.3.3 Cantidad de trámites que se puede hacer en la web vs los que se hacen y de doble trámite para lograr una solución.

En la siguiente tabla se establecen los trámites que se efectúan dentro del IESS, y a través de qué medio pueden llevarse a cabo, sea online o personificándose en la entidad, según se plantea en la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2016)

Tabla 5 Servicios ofrecidos por el IESS

| Servicios                       | Internet | En Persona |
|---------------------------------|----------|------------|
| <b>AFILIADO</b>                 |          |            |
| Calificación atención médica    | X        |            |
| Generar y Recuperar clave       | X        | X          |
| Agendación de cita médicas      | X        |            |
| Cambio de clave                 | X        | X          |
| Certificado de afiliación       | X        |            |
| Historia laboral                | X        | X          |
| Extensión Salud Conyugues/hijos | X        | X          |
| Seguro de desempleo             | X        | X          |
| Cesantía                        | X        | X          |
| Fondos de Reserva               | X        | X          |
| Subsidios Monetarios            | X        | X          |
| Registro de Cuenta Bancaria     | X        | X          |
| Solicitud de Acumulación        | X        | X          |
| Préstamos Hipo                  | X        | X          |
| Préstamos Quiro                 | X        | X          |
| <b>PERSONAS INDEPENDIENTES</b>  |          |            |
| Solicitar afiliación            | X        | X          |
| Generar clave                   | X        | X          |
| Recuperar clave                 | X        | X          |
| <b>TRABAJO NO</b>               |          |            |

| REMUNERADO                             |   |   |
|--|---|---|
| Solicitud de afiliación                | X |   |
| Solicitud de no afiliación             | X |   |
| Actualizar datos                       | X |   |
| EMPLEADOR                              |   |   |
| Registro de nuevo empleador            | X | X |
| Aviso de entrada y salida              | X | X |
| Variación de sueldos                   | X | X |
| Nuevos sueldos                         | X | X |
| Cambios de actividad sectorial         | X |   |
| Consulta e impresión de planillas      | X |   |
| Cargas Batch                           | X | X |
| Planillas de fondos de reserva         | X |   |
| Planillas de préstamos                 | X |   |
| Generación de comprobantes             | X | X |
| Ruc corporativo                        | X |   |
| Mora patronal                          | X |   |
| Registro de dependientes               | X | X |
| Débito bancario                        | X | X |
| Subsidios Monetarios                   |   | X |
| Certificado de obligaciones patronales | X |   |

Fuente: (IESS, 2016)

De acuerdo con Casermeiro (2012) las Tics son muy utilizadas para el apoyo y automatización de las actividades empresariales. De forma general, las organizaciones consiguen la mejora de sus operaciones, alcanzan una mayor cantidad de clientes, optimizan sus recursos y se abren a nuevos mercados.

Actualmente se ofertan 37 servicios a los usuarios dentro de las actividades que se realizan en el IESS, de este total 36 acciones se pueden efectuar online, de forma general 12 acciones solo pueden realizarse por internet. En el caso de los trámites que se llevan a cabo de forma física en la entidad suman 24, y solo se podrá efectuar con obligación de acudir a la institución un solo servicio que corresponde a la obtención de subsidios.

### **Conclusiones del Capítulo.**

Luego del análisis efectuado con anterioridad, saltan a la luz algunos puntos donde es urgente trabajar para el buen funcionamiento del IESS. A través de este estudio se identificó que el público al que van dirigido los servicios de esta entidad, está desinformado y en su mayoría no comprende los propios trámites que va a efectuar; los trabajadores de la institución tienen una elevada carga de trabajo y carecen de instrucción adecuada sobre la labor que realizan, además de tener preocupaciones en cuanto a la inestabilidad laboral, todo lo antes encontrado es un punto de partida imprescindible para el desarrollo de cualquier producto encaminado al mejoramiento de los servicios del IESS.

En tal sentido, se sugiere el diseño de manuales de organización, procedimientos y métodos de trabajo, un adecuado sistema de evaluación del desempeño; y la necesidad de acopiar material de apoyo para los cursos, que les sirva para después y consultar, a los funcionarios que laboran en la institución. En cuanto al mejoramiento de la calidad de las indicaciones que reciba el usuario al llegar al departamento de información, se recomienda un perfeccionamiento en el entorno gráfico y la navegación de la plataforma, acompañado de una guía impresa que debe funcionar como instructivo aunando las características de ser clara, concisa y realmente orientadora.

## Capítulo II

### Desarrollo de la propuesta

En este capítulo se sientan las bases para el desarrollo final de la propuesta; primero se identifican los problemas frecuentes que se enfrentan en un día de trabajo en el IESS, en tanto, se establecen los ámbitos en los cuales se desarrollarán piezas gráficas. En otro momento se comienza el bocetaje y desarrollo de la propuesta a nivel de concepto y además se realiza una validación inicial a partir de entrevistas a empleados con experiencia en la entidad y también se confronta con requerimientos de funcionabilidad y aspectos técnicos.

#### 2.1 Planteamiento del proyecto en función del problema definido y explicado en el anterior capítulo.

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una de las instituciones con una importante participación en el día a día de los ecuatorianos por lo que se considera una de las entidades que más interactúa con el público. Para el desarrollo del proyecto de optimizar los servicios que este ofrece, fue necesario, primeramente, identificar las razones por las que no funcionan los soportes actualmente diseñados para comunicar la información.

En atención al análisis efectuado en el capítulo uno, se plantean las principales dificultades evidenciadas, sobre las que se debe llevar a cabo el proyecto:

Tabla 6 Problemas identificados

| E | PROBLEMAS  |
|---|--|
| M | Extensión excesiva de las sesiones de capacitación |
| P | Selección errónea de los participantes.            |
| L |  |
| E | Falta de seguimiento a la capacitación             |
| A | Horarios inadecuados para la instrucción           |

|             |  |
|-------------|--|
| D<br>O<br>S | Inexistencia de políticas oficiales de adiestramiento para los nuevos ingresos a los centros laborales.  |
|             | Falta de conocimiento de los empleados acerca de la función que realizan.  |
|             | Elevada carga de trabajo   |
| IESS        | Baja calidad de las indicaciones que recibe el usuario al llegar al departamento de información.   |
|             | Morosidad en la atención al usuario.   |
|             | Elevada complejidad de los trámites informáticos   |
| USUARIO     | Los usuarios no están bien preparados, ni siquiera informados de cuál es el trámite que desean llevar a cabo, no saben hacer las consultas adecuadas |
|             | Desconocimiento del uso de la informática para la realización de los trámites.   |

Fuente: Investigación de campo.

En consonancia con lo antes analizado, se hace evidente que en la actualidad el IESS, no brinda, ni está en condiciones de ofrecen un servicio de calidad a los usuarios, en tal sentido se plantea la necesidad de:

- Contribuir con el sistema de capacitación a los empleados.
- Favorecer la comprensión de los usuarios acerca de los procedimientos que se ejecutan en la plataforma web.
- Mejorar la calidad de la información que recibe el usuario al interactuar con los empleados en las oficinas del IESS.

El desarrollo de un sistema de comunicación gráfica busca mejorar la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para aportar en el mejoramiento de la calidad del servicio y tiempo de atención a los afiliados.

### 2.1.1.1 Requisitos del proyecto para enfrentar el problema

Para el desarrollo del proyecto se debe tener en cuenta todas las condicionantes que influyen en el rediseño de los diferentes materiales y medios de comunicación que necesite el IESS. Para lo anterior se partirá del análisis de la información compilada en el capítulo uno.

Para planificar el proyecto, es importante considerar a los elementos que intervendrán en su implementación. Estos elementos se enuncian a continuación:

**Grupo:** usuarios y colaboradores del IESS que trabajan directamente en atención al cliente.

**Presupuesto:** se parte de un presupuesto limitado, pues solo se cuenta con los recursos de la investigadora.

**Tiempo:** El tiempo está valorado por el propio proceso de desarrollo de la investigación y en tal sentido se establecen 6 semanas para la generación del producto.

**Características del recurso:** contenido comunicacional y orientador basado en elementos de diseño gráfico.

**Requisitos del diseño:** Se pretende desarrollar un diseño claro, conciso y realmente orientador

**Perspectiva de género:** los usuarios y empleados del IESS son de ambos géneros, por tanto deben evitarse elementos discriminatorios.

### 2.1.1.2 Requisitos en la elaboración del proyecto

En la creación del proyecto se hace necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Criterios de funcionalidad

Se establecen para dotar al producto de ciertas características que lo convierten en un proyecto viable y útil, por ejemplo que responda a las necesidades por las que fue creado, que el presupuesto para su desarrollo sea aceptable en términos monetarios y que pueda ponerse al alcance del grupo al que va dirigido.

- Elementos técnicos

Restringirán el ámbito del diseño sobre el que se requiere trabajar, en este caso, teniendo en cuenta el público al que va encaminado el producto, se necesita que este sea claro, conciso y de fácil utilización.

Con la finalidad de obtener un concepto de diseño adecuado y propuestas viables, se realiza a continuación una síntesis descriptiva referente a los diversos problemas que se han suscitado en lo referente a la capacitación entre el IESS con sus empleados y la poca agilidad al realizar trámites de los afiliados en tres vías de comunicación, es decir:

**IESS-Empleado:** Las capacitaciones y los materiales empleados no son los más adecuados.

**Empleado-Usuario:** El material empleado para informar y ayudar a los afiliados con la finalidad de agilizar sus trámites es obsoleto y poco útil.

**IESS-Usuario:** La información hacia los afiliados acerca de la manera en la que deben realizar sus trámites no ha sido correctamente difundida.

En base a lo descrito, se desarrolla a continuación un esquema con posibles alternativas para la generación de los productos.

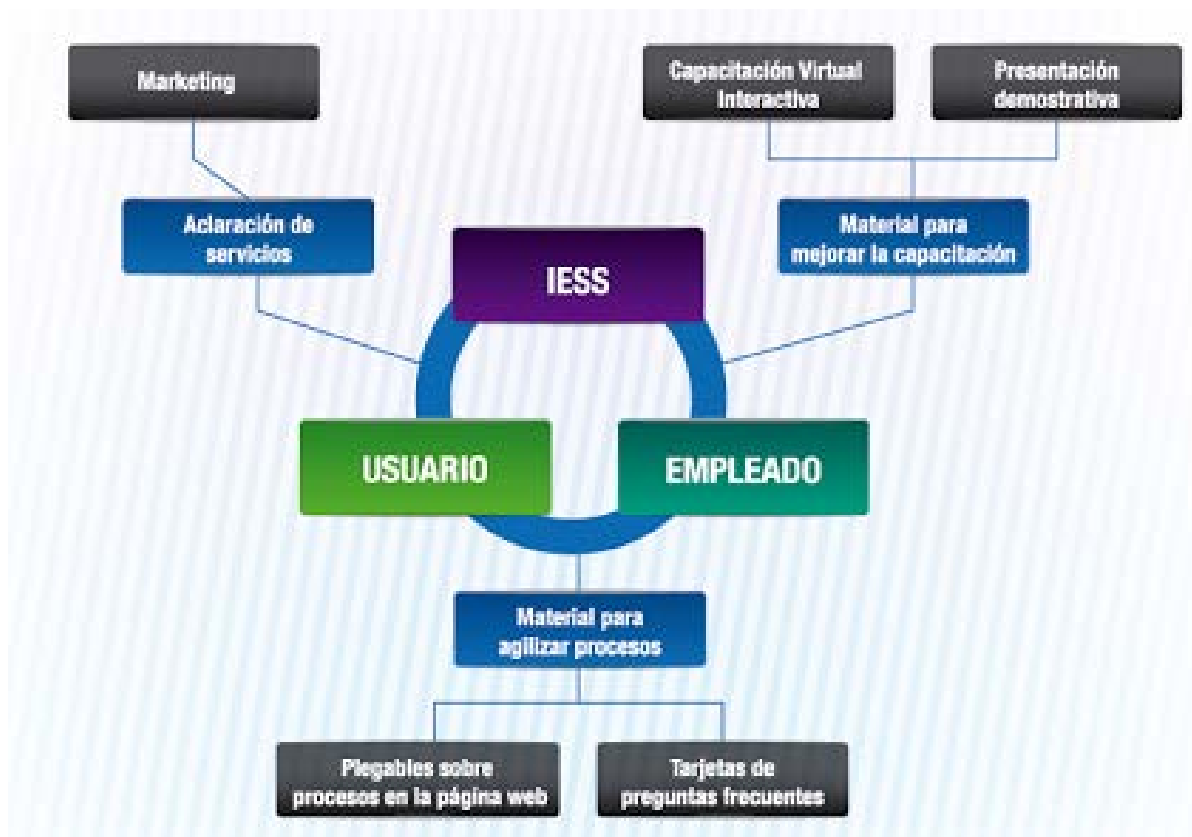


Figura 6 Esquema de áreas de incidencia del proyecto a realizar.

Como se describe en la figura 6 en la interacción entre el usuario-IES se detecta la necesidad de comunicar al cliente los servicios a los que comúnmente podrá acceder, en el caso de la relación IESS-empleado, existe un déficit de información en cuanto a la capacitaciones y se muestra como un hecho primordial que los trabajadores cuenten con información compilada para poder dar respuestas claras y concisas a las interrogantes de los usuarios y por último en el enfoque empleado-usuario se plantea el requerimiento de que los trabajadores cuenten con medios o materiales para agilizar los procesos de atención al cliente.

### 2.1.1.3 Requisitos para el desarrollo del producto

A partir de lo antes expuesto se plantean los siguientes aspectos a tener en cuenta:

Tabla 7 Requisitos para el desarrollo del producto

| Relación                | Requisitos del producto   |
|-------------------------|---|
| <b>Usuario-IESS</b>     | Ofrecer una explicación clara y concisa de los servicios ofrecidos por el IESS        |
| <b>IESS-Empleado</b>    | Brindar material de apoyo para fortalecer la capacitación                             |
| <b>Empleado-Usuario</b> | Proporcionar instrumentos para agilizar y mejorar los procesos de atención al cliente |

Fuente: Investigación de campo.

Al respecto se plantea como una vía de solución, el diseño de diversos materiales y complementos encaminados a resarcir la falencia de información en dos ámbitos: brindar respuesta a las interrogantes más frecuentes de los clientes e instruir en el uso de los servicios de la página web del IESS, información que fue detectada en el capítulo uno. Las interrogantes más frecuentes de los usuarios están encaminadas hacia los siguientes aspectos:

Tabla 8 Interrogantes más frecuentes de los usuarios

| Fondos de Reserva              | Cesantía                       | Seguro de desempleo                     |
|--------------------------------|--------------------------------|---|
| Bloqueo y desbloqueo de fondos | Motivo de bloqueo              | Método de aplicación                    |
| Solicitud de devolución        | Requisitos para retiro         | Requisitos                              |
| Retiro de fondos               | Tiempo de acreditación         | Personas aplicables al seguro           |
| Porcentaje de fondos mensual   | Retiro de cesantía             | Afiliación al IESS con seguro desempleo |
| Solicitud de acumulación       | Porcentaje de cesantía mensual |   |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Tiempo/ duración del desbloqueo | Reducción del porcentaje de acumulación        |
| Tiempo de acreditación          | Inconvenientes con el depósito                 |
|                                 | Bloqueo de cesantía cuando supera 3000 dólares |
|                                 | Solicitud de cesantía por una tercera persona  |

Fuente: Investigación de campo.

Tabla 9 Servicios más requeridos de la página web del IESS

| <b>SERVICIOS</b>            |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| <b>AFILIADO</b>             | <b>EMPLEADOR</b>         |
| Acuerdo administrativo      | Clave patronal           |
| Generar y Recuperar clave   | Registro de dependientes |
| Cambio de clave             |                          |
| Certificado de afiliación   |                          |
| Historia laboral            |                          |
| Seguro de desempleo         |                          |
| Cesantía                    |                          |
| Fondos de Reserva           |                          |
| Comprobante de pago         |                          |
| Registro de Cuenta Bancaria |                          |

Fuente: Investigación de campo.

Luego de analizar los requisitos necesarios para el desarrollo del producto se procede a generar el concepto de diseño, el cual será determinante a la hora de crear el diseño gráfico.

### **2.1.2 Desarrollo del concepto y generación de propuestas a nivel verbal**

Desde el inicio de esta investigación se consideró una problemática real caracterizada por la pérdida de tiempo y el inadecuado manejo de la información en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Además, al plantear el uso del diseño para la solución de estas situaciones negativas, se expuso la idea de utilizarlo a partir de su funcionalidad, usabilidad y trasmisión adecuada de mensajes.

El estudio efectuado en el capítulo uno expuso aspectos relevantes en donde urge laborar para el buen ejercicio del IESS. En ese análisis se identificaron falencias en la preparación del usuario, que en su mayoría están alejados de la comprensión de los servicios del IESS. Además, los empleados de la entidad carecen de medios para mejorar su preparación en las funciones que realizan. Se establecieron al respecto, varias líneas para el rediseño del entorno gráfico y la navegación en la plataforma, con el objetivo de agilizar los trámites y viabilizar la labor de los funcionarios.

Se parte de la idea ofrecida en las entrevistas por los propios usuarios, que mencionaron la necesidad de que el IESS se convierta en un camino sencillo de transitar y no en una carretera tortuosa. En tal sentido, se toman símbolos y pictogramas, para indicar los trámites más utilizados y la forma de llevarlos a cabo online.

En el desarrollo del concepto de diseño se partió de la utilización del método de clasificación metafórica, el cual tiene como objetivo hacer familiar, comprensible e intuitivo aquello que es novedoso o desconocido para el usuario (Hassan Montero

& Martín Fernández, 2014), a través de este se consiguió la generación de elementos identificadores que funcionen como guía en el desarrollo del concepto.

Tabla 10 Generación de palabras claves

| Elementos negativos identificados   | Acciones a efectuar  | Palabras claves          |
|---|--|--------------------------|
| Extensión excesiva de las sesiones de capacitación  | La capacitación debe integrar los principales elementos de los servicios que ofrece el IESS a los usuarios | Servicios del IESS       |
| Selección errónea de los participantes.   |  |                          |
| Falta de seguimiento a la capacitación  |  |                          |
| Horarios inadecuados para la instrucción  |  |                          |
| Inexistencia de políticas oficiales de adiestramiento para los nuevos ingresos a los centros laborales. |  |                          |
| Falta de conocimiento de los empleados acerca de la función que realizan.                               | Los empleados deben tener dominio acerca de las interrogantes más frecuentes de los usuarios.              | Interrogantes frecuentes |
| Baja calidad de las indicaciones que recibe el usuario al llegar al departamento de información.        | La información ofrecida tiene que ser clara, concisa y de calidad  | Calidad y claridad       |
| Morosidad en la atención al usuario.  | Agilizar la atención al usuario  | Agilización              |

|  |  |                              |
|--|--|------------------------------|
| Elevada complejidad de los trámites informáticos   | Reducir la complejidad de los trámites digitales a través de la instrucción al usuario | Trámites digitales sencillos |
| Los usuarios no están bien preparados, ni siquiera informados de cuál es el trámite que desean llevar a cabo, no saben hacer las consultas adecuadas | Instruir al usuario  | Instrucción                  |
| Desconocimiento del uso de la informática para la realización de los trámites.   | Incentivar al uso de la informática para efectuar los trámites del IESS.               | Uso de la informática.       |

Fuente: Investigación de campo.

De acuerdo con Bramston (2010), uno de los métodos más importantes dentro del proceso de diseño es la producción de ideas, en tal sentido marca la necesidad de determinarlas y llevarlas a un producto real. Con la ayuda de una tormenta de ideas, a partir de las palabras claves generadas con anterioridad se pretende generar la promesa en la cual se basará el desarrollo del proyecto. Al respecto, se establecieron las siguientes propuestas:

- IESS, el camino más sencillo.
- Mis trámites con un clic.
- Yo conozco el camino.

El elemento primordial que se persigue, es mejorar la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para aportar en el mejoramiento de la calidad del servicio y tiempo de atención a los afiliados. De acuerdo con esto se busca generar un producto que permita instruir a los usuarios en los servicios que ofrece el IESS, ayudarlos en el uso de la página web de la entidad para realizar sus trámites y proporcionar un material de apoyo a los

empleados, que les permita aclarar a los usuarios las dudas más frecuentes y agilice su labor.

En el caso de la metáfora, se considera que la adecuada es la del viajero orientado, la misma que brinda la posibilidad de establecer un símil entre los servicios del IESS y un camino, el diseño con señalizaciones permitirá la orientación del usuario de forma más sencilla a través de los diferentes trámites.

La orientación a los usuarios de IESS debe ser en lo posible lo más clara, llamativa y sintetizada utilizando materiales visuales que capten la atención con sencillez para los afiliados desde el momento que ingresan. Para que funcione esta propuesta, es necesario también que se capaciten a los empleados del IESS mediante técnicas actualizadas e interactivas que sean de utilidad. La información de los servicios y el procedimiento de los trámites deberá ser expuesta y publicada por diversos medios tomando en cuenta a todos los afiliados, por ejemplo, no todos los adultos mayores se va a enterar de los servicios del IESS por medio del internet es por eso que se deben considerar medios accesibles a ellos como televisión, radio o periódico.

Continuando con la metáfora del viajero orientado, se asume entonces el viaje en diversos lugares desconocidos o en el ciberespacio y la oportunidad de guiar al usuario a través de los servicios del IESS online. En atención a lo expuesto por Paul Rodgers y Alex Milton (2011), acerca del concepto de diseño, se expone a continuación la idea asumida:

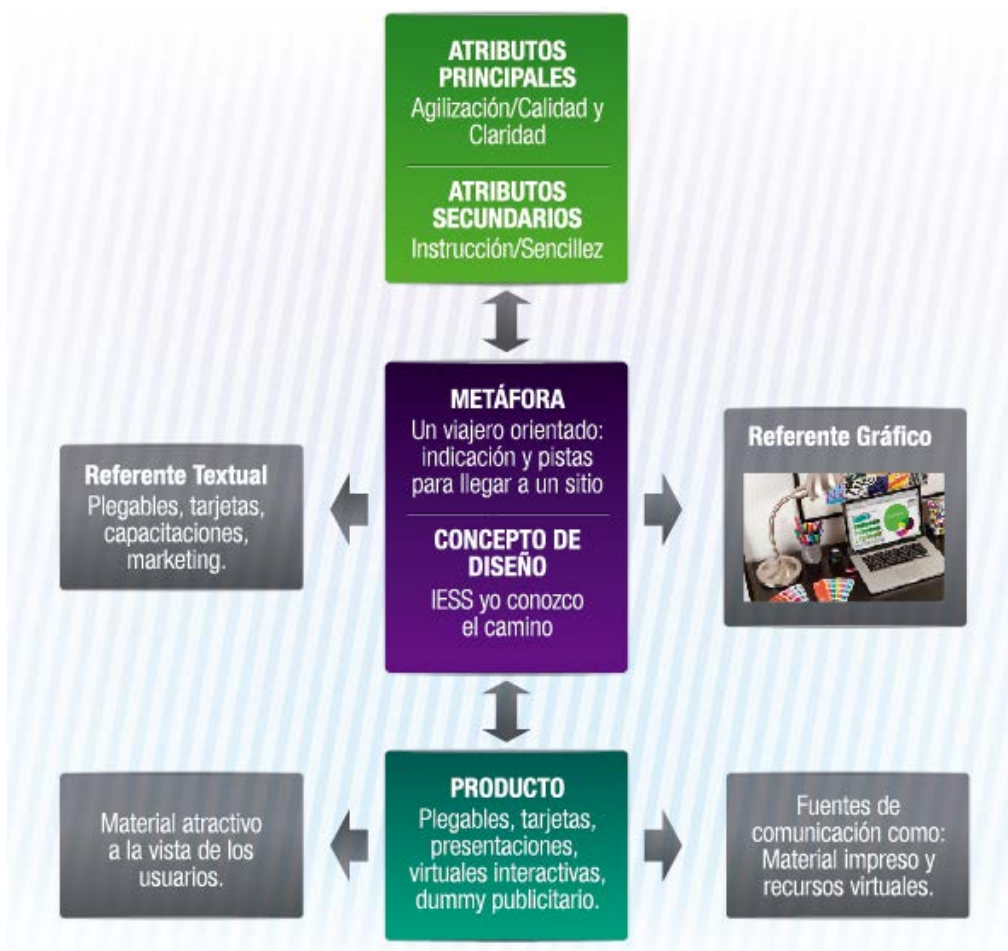


Figura 7 Propuesta de concepto

Por ese motivo se ha considerado conveniente el concepto de diseño: IESS, el camino más sencillo con la guía adecuada.

### 2.1.2.1 Bocetos, imágenes y dibujos del concepto

El componente esencial en el concepto de diseño "IESS el camino más sencillo con la guía adecuada", no es el viajero, la excursión, sino el mapa: el tener las respuestas y poder conocer el territorio. Desde la perspectiva de que las personas que acuden al centro y se sienten como dentro de un viaje en el que necesitan ayuda para orientarse, por lo cual, los productos están basados en guías prácticas para que los usuarios del IESS puedan comprender en un mayor grado y por su

propio esfuerzo, los procesos que pueden realizar dentro de la entidad y en su plataforma web.

Se inició con dos propuestas de personaje para el guía que servirá de imagen central en las piezas gráficas, de catalizador amigable que representa al viajero, una especie de boy scout que sirve de guía entre todo el sistema de piezas gráficas. Para ello se utilizó la línea gráfica tipo cómic, pues favorece la libertad de diseño, permite exagerar ciertos elementos del personaje como el rostro, con el objetivo de hacer énfasis en expresiones faciales que den al usuario la idea de simpatía, es un dibujo amigable que está inspirado en el fenotipo ecuatoriano, precisamente para que las personas se sientan identificados con él. (Ver fig. 8,9, 10)

En este caso, lo más importante es generar confianza e interés por el personaje para que las personas realmente acudan a la información que este brinda, en tanto, se juzgó pertinente usar una caricatura de un hombre con mochila y ropa cómoda para viajar, aludiendo a la idea de los propios clientes que rememoraban su travesía por el IESS como un viaje difícil y tortuoso.

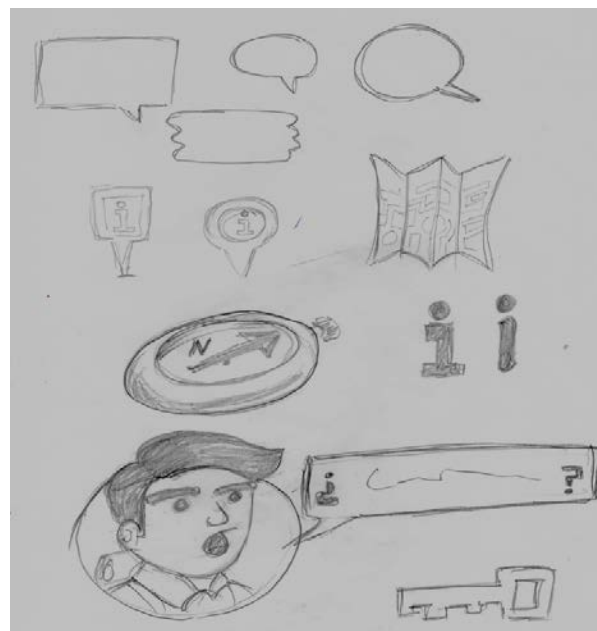


Figura 8 Boceto de íconos, viñetas y rostro del personaje



Figura 9 Boceto de personaje



Figura 10 Boceto de personaje principal

Para los plegables se propuso un tamaño de bolsillo, que resulta económico y funcional; y además se priorizó el uso de gráficos que hagan más comprensibles la explicación de los procesos del IESS. (Ver fig. 11,12, 13)



Figura 11 Portada del plegable



Figura 12 Páginas internas y plegable armado

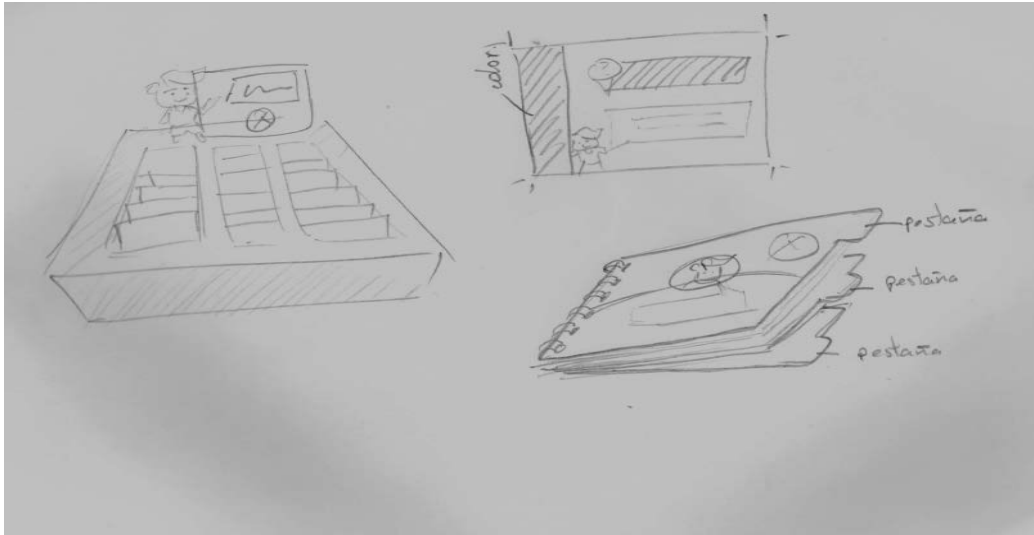


Figura 13 Fichero, distribución de la tarjeta y folleto de uso de tarjetas.

Se esbozó una capacitación a los empleados del IESS a través de una presentación didáctica, mostrando tips de técnicas para brindar una atención eficiente a los afiliados. También se desarrolló una presentación en PDF sobre cómo realizar los procesos de la plataforma interna del IESS. (Ver fig. 14,15)



Figura 14 Tips de atención al usuario

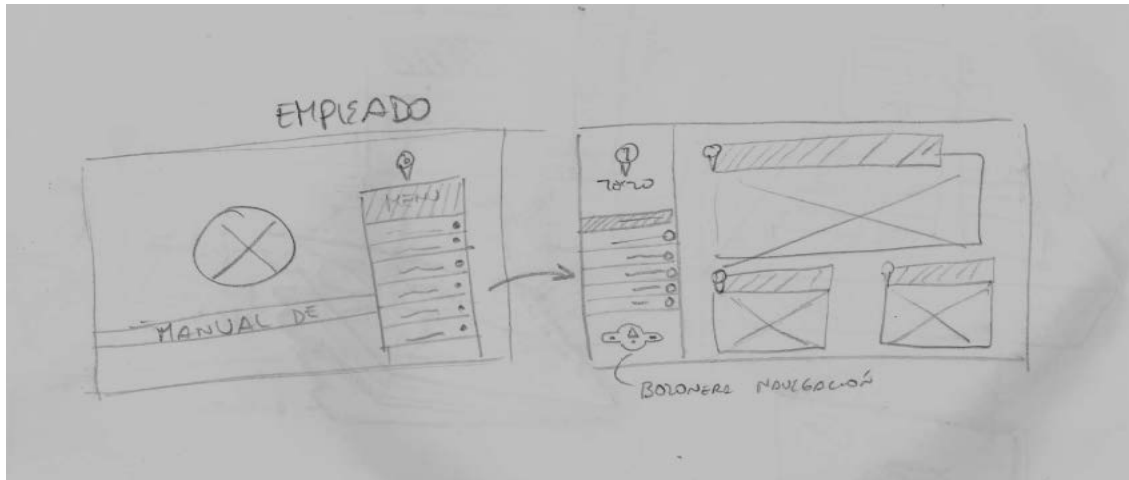


Figura 15 Presentación interactiva

Se propone realizar un dummy publicitario tamaño gigante para ser colocado en puntos de afluencia de usuarios, con material de ayuda, para que estos encuentren respuestas a las preguntas más frecuentes que se generan en los diferentes procesos y áreas del IESS. Además se esbozan posibles afiches donde los clientes accedan a la distribución espacial de la entidad. (Ver fig. 16,17)



Figura 16 Propuesta de marketing

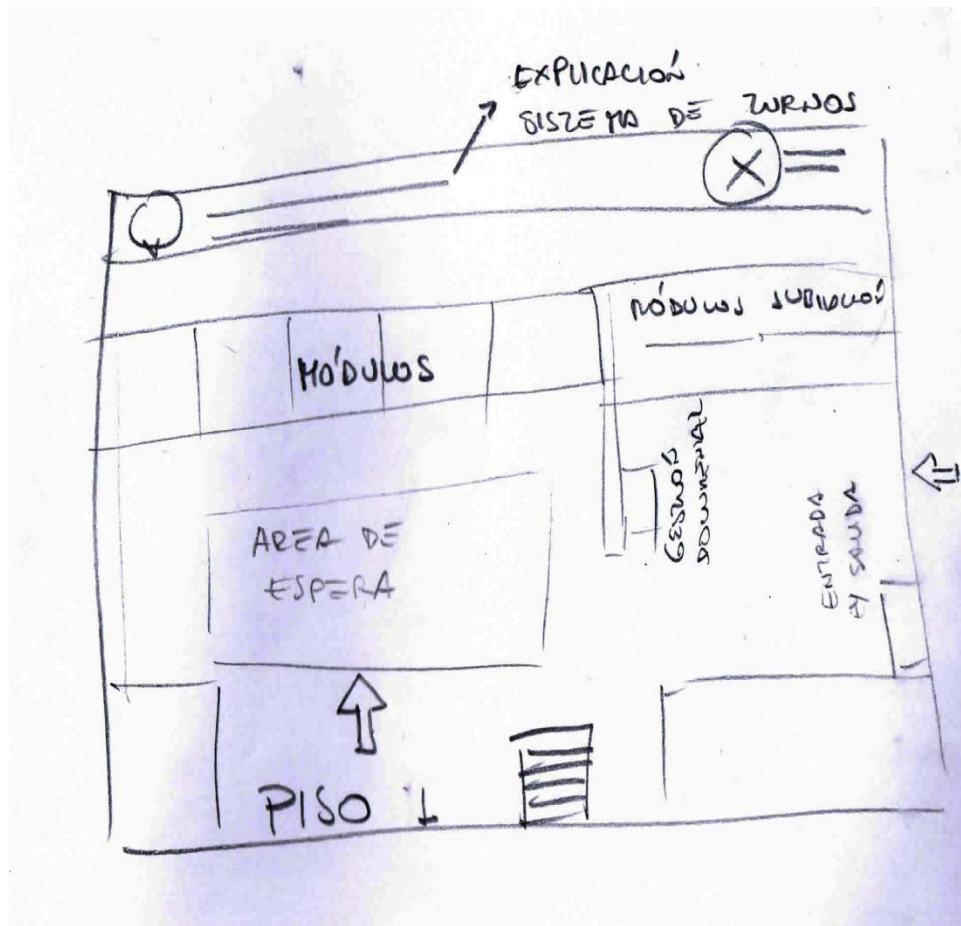


Figura 17 Distribución de Módulos de atención

### 2.1.3 Validación del concepto y de la propuesta

Para validar las propuestas planteadas con la finalidad de orientar a los afiliados de una manera más sencilla, se ha aplicado la técnica de la entrevista a tres personas que trabajan en el IESS debido a que conocen los problemas cotidianos que se suscitan ocasionados por la ausencia de una guía que facilite la realización de las diligencias y trámites de los usuarios. Las entrevistas se describen a continuación:

- Entrevista 1

El primer entrevistado fue Jaime Guzmán con cédula de ciudadanía 1718085259, ocupa el cargo de Supervisor del Centro de Atención Universal en el IESS. Al comentarle la propuesta del presente proyecto, señaló que le parece una propuesta interesante debido a que es de gran utilidad para que la gente no se desoriente al realizar cada trámite y tenga conocimiento del sitio a donde debe acudir y los pasos que debe realizar. Además mencionó que al ejecutarse, sería funcional.

- Entrevista 2

La segunda persona entrevistada fue Marian Carolina Ayala con cédula de ciudadanía 1721513578. Considera que constituye un proyecto con mucha validez ya que la gente se encuentra desorientada cuando ingresa en el IESS. También manifestó que sería conveniente que las personas sepan a los sitios que deben dirigirse, tomando en cuenta estrategias tales como señalética, medios ópticos como por ejemplo croquis.

Mencionó además que, de ejecutarse la propuesta, la información mediante medios visuales a los afiliados necesariamente requiere ser clara, concreta y llamativa para captar la atención con facilidad.

- Entrevista 3

La tercera entrevista se realizó a Lorena Cárdenas con cédula de ciudadanía 1712592565 quien expone que la idea de emplear un sistema de señalética similar al de Google Maps, representaría apropiado para los usuarios del IESS, sin embargo, las personas a quienes va orientado, no se guía únicamente por ese tipo de aplicaciones que pueden ser herramientas de gran utilidad y que siempre es necesaria la presencia de una persona que debe guíe a los afiliados o el uso de un sistema comandado por voz. Finaliza mencionando que la propuesta de este tipo de proyecto no aplicaría para todos los afiliados.

De acuerdo con lo antes expuesto es importante plantear los siguientes requisitos a tener en cuenta en el desarrollo de los productos de este estudio:

Tabla 11 Requisitos para el desarrollo del producto

| Vectores de la forma |            | Requisitos   | Herramientas sugeridas                                      | Posibles resultados  | Concepto de Diseño                                 | Propuesta de diseño  |
|----------------------|------------|--|---|--|--|--|
| Función              | Ergonomía  | Información visual sintetizada para usuarios y capacitaciones concisas para colaboradores. | Técnicas para la composición de los elementos informativos. | Mayor captación de información y más calidad en el servicio. | IESS, el camino más sencillo con la guía adecuada. | Resumir todos los requerimientos de los usuarios y sintetizarlos.                                |
|                      | Mecanismos | Transmitir la información a los usuarios y colaboradores por diferentes vías.              | Medios visuales y de comunicación.                          | Facilidad en adquisición de la información.                  |  | Capacitar a los colaboradores con estrategias interactivas y prácticas para mejorar el servicio. |
| Expresión            | Perceptual | Llegar al sentido de la vista de los usuarios del IESS brindando una impresión positiva.   | Teoría del color, técnicas de marketing.                    | Aceptación de los productos por parte de los usuarios.       |  | Folletos en forma de mapas   |
|                      | Simbólico  | Creatividad e imaginación en la elaboración de objetos publicitarios, deben ser            | Marketing   | Salir de lo convencional e interactuar con los usuarios de   |  | Colocar puntos de atención dentro del IESS   |

|                   |                   |   |  |  |  |
|-------------------|-------------------|---|--|--|--|
|                   |                   | llamativos.   |  | una manera más eficiente.  |  |
| <b>Tecnología</b> | <b>Materiales</b> | Herramientas de software, computador, impresoras, papel.  | Adobe Photoshop, editor de video.                        | Crear diseños de calidad.  | Producir pancartas y colocarlas en espacios concurridos, generar espacios informativos en la tv, elaborar folletos.                  |
|                   | <b>Procesos</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de la idea.</li> <li>• Elaboración de los productos en forma digital.</li> <li>• Impresiones de los mapas y folletos donde el costo sea conveniente.</li> </ul> | Brainstorming (lluvia de ideas), entrevistas, bosquejos. | Obtener productos que llenen las expectativas y su resultado sea comprobado. | Estructurar la información necesaria para colocarla en los productos. Realizar entrevistas antes y después de generar los productos. |
|                   | <b>Costos</b>     | Que sean capaces de ser cubiertos por la persona a cargo del proyecto.  | Autogestión.   | Que no salgan del presupuesto.   | Presentación en materiales de calidad  |

|                  |                                 |  |                                      |                              |  |   |
|------------------|---------------------------------|--|--------------------------------------|------------------------------|--|---|
| <b>Comercial</b> | <b>Expectativas del usuario</b> | Sintetizar el tiempo de trámites en el IESS.   | Distribución apropiada de productos. | Agilizar los trámites.       |  | Información que dirija a los usuarios directamente a los puntos que necesita para realizar sus trámites |
|                  | <b>Ventas / Distribución</b>    | Debe llegar a todos los usuarios con inconvenientes en realizar sus trámites y a los colaboradores del IESS. | Coordinación con el personal.        | Llegar a todos los usuarios. |  | Sin costo para el usuario   |

Fuente: Investigación de campo.

## 2.2 Desarrollo de la propuesta de diseño seleccionada en detalle

Con los elementos planteados en el epígrafe anterior y la investigación de campo efectuada se comenzó a generar la propuesta de este estudio, la cual consta de tres bloques de trabajo donde se incidirá. En primer lugar, se propone la creación de material informativo para el usuario con el objetivo de mejorar su comprensión de los trámites más frecuentes que se desarrollan en el IESS, entre ellos se planificó la creación de plegables sobre los procesos más usados de la página web y un fichero de preguntas para aclarar las dudas que más manifiestan los usuarios con respecto a tres temas identificados como prioritarios: el seguro de desempleo, la cesantía y los fondos de reserva.

En un segundo momento, se planteó el desarrollo de recursos de capacitación para el adiestramiento de los empleados, en tanto se previó la creación de tips para la atención al cliente y una presentación interactiva con aclaraciones sobre

las funciones de los empleados dentro de la entidad y las dudas más recurrentes que se presentan en su labor diaria. Y en tercer lugar, se esbozó una propuesta de marketing a nivel de diseño integrada por un dummy publicitario para colocar en lugares de gran afluencia de público y además afiches con orientación espacial de la ubicación de los módulos de atención. En las páginas siguientes se presenta el análisis gráfico-visual de las piezas desarrolladas.

#### a) Determinación del personaje

Como la metáfora establecida indica, el personaje principal y guía de toda la propuesta es el viajero orientado; al respecto se creó una pieza de diseño que representa a un ciudadano común, con rasgos fenotípicos propios de un ecuatoriano, con una vestimenta simple. En el proceso de digitalización del personaje principal, una vez seleccionado y terminado el boceto del personaje, se escaneó, y se procedió a realizar los trazos de líneas en vectores donde se corrigieron detalles estéticos y detalles finos, luego se colocaron los colores base de acuerdo a tonos de piel e indumentaria que usan los transeúntes comúnmente para que se pueda identificar de manera rápida la idea del viajero.

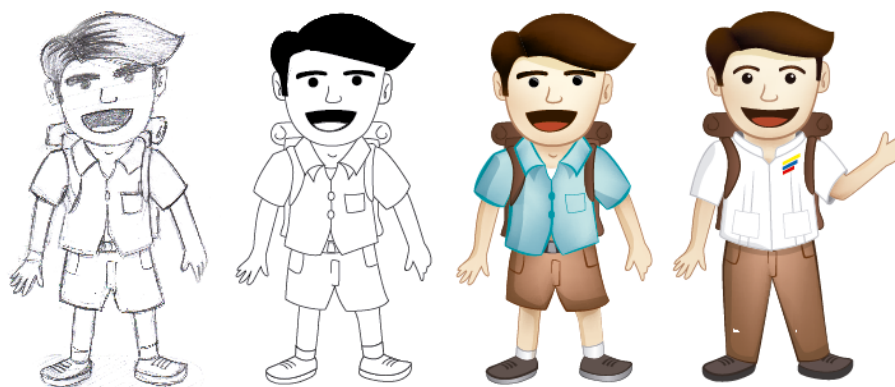


Figura 18 Proceso de digitalización del personaje

El estilo de ilustración escogida para el dibujo es tipo cómic, líneas suaves para definir y resaltar los elementos que lo componen. Se seleccionó una paleta de colores tierra presente en la piel, zapatos, pantalón corto, y mochila del personaje, ya que esta es la cromática que visualmente se asocia a la ropa de viaje.

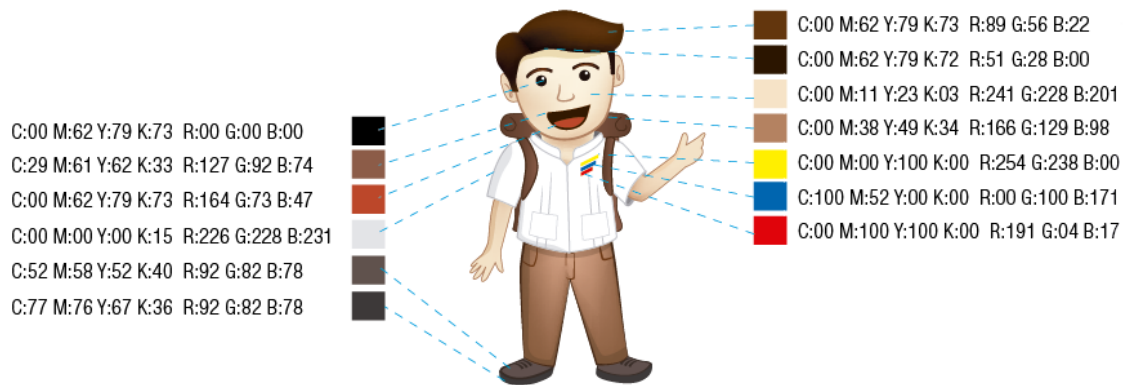


Figura 19 Paleta cromática del personaje

Para la camisa se seleccionó el blanco, pues este ayuda a armonizar los colores que conforman la identidad del personaje, debido a que es un color complementario de los tonos naranjas y cafés (De los Santos, 2011).

#### b) Estudio de los formatos

Como se trata de un trabajo distribuido en tres bloques de acción, se utilizaron diferentes formatos para las piezas del sistema de comunicación gráfica.

Impresos: por su facilidad de utilización y transporte así como su fácil almacenamiento son ideales para entregar aclaraciones puntuales y de utilidad a los usuarios. Cuando la información resulta extensa estos archivos pueden ofrecerse en forma de dípticos o trípticos que permiten reducir su tamaño para guardarlos. Este formato fue útil también, pues a partir de él se pudo desarrollar las gigantografías de orientación para los usuarios y el dummy publicitario.

Recursos multimedia: se seleccionó el formato de presentación PDF por su fácil reproducción, ya que el empleado al estar utilizando la computadora tiene mayor facilidad para acceder a archivos virtuales, también favorece la inserción de botones y etiquetas para poder realizar una navegación interactiva dentro del documento.

### c) Análisis de la cromática

Los colores utilizados serán primarios y secundarios, tratando de establecer armonía cromática en todas las piezas gráficas, mediante el uso de tonos complementarios, que permitan identificar claramente las diferentes categorías en las que se encuentran los temas y para hacerlos atractivos para los usuarios.

Se utilizaron fondos blancos para lograr mayor oxigenación en el diseño y que los colores de las viñetas resalten así como el personaje, combinado con una franja de color que permita resaltar una parte importante de la pieza gráfica. (Ver fig. 20)

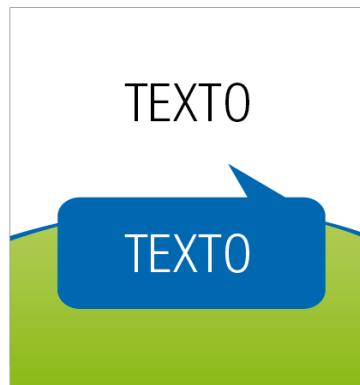


Figura 20 Aplicación en fondos

En los elementos tipográficos se utilizaron siempre con colores que generen gran contraste sobre el fondo aplicado, dentro de fondos de color sólido y no se usaron sobre imágenes o bases que contengan detalles que entorpezcan la lectura fácil. (Ver fig. 21)



Figura 21 Aplicación en tipografía

#### d) Aplicación de las retículas

Se utilizaron las retículas por bloques “que más que una simple cuadrícula geométrica que guía la composición de los elementos gráficos con fines estéticos, relacionan la forma con la funcionalidad del producto para el control del acto de comunicación” (Pérez & Muro, 2013, pág. 18) Estas retículas son muy versátiles a la hora de distribuir la información, y en publicaciones con gran contenido gráfico, dan la libertad de colocar elementos compositivos en distintas posiciones y eso ayudará a enriquecer el diseño. (Ver fig. 22)

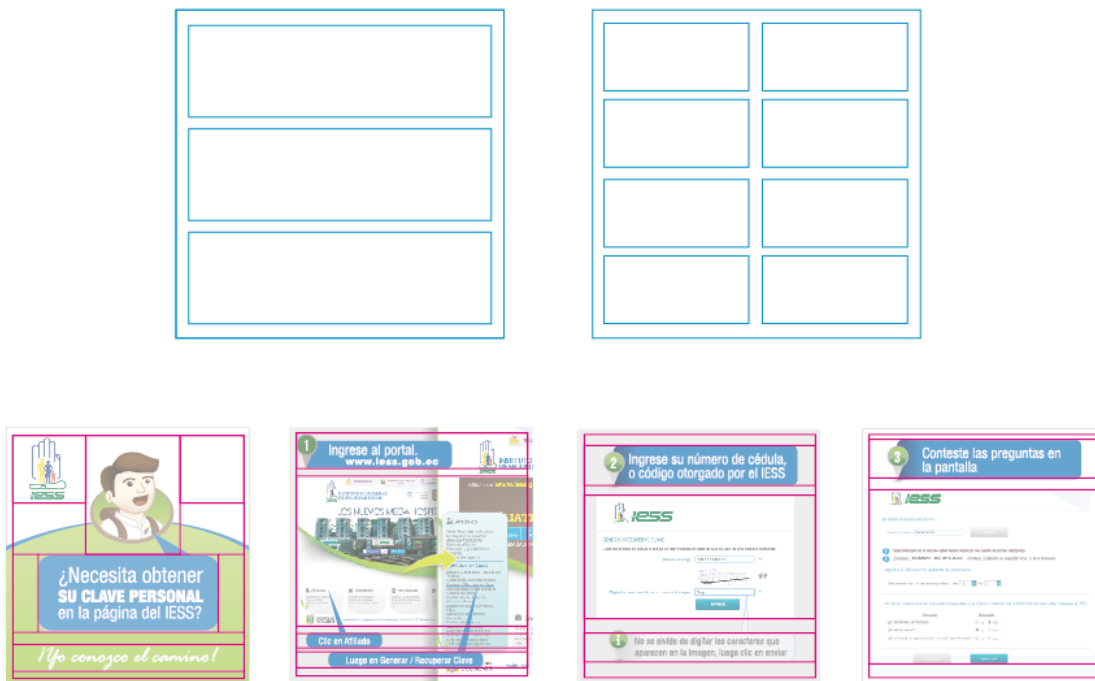


Figura 22 Retículas por bloques

#### e) Tipografía utilizada

Para la propuesta se seleccionó la familia tipográfica de Helvética Neue LT Std, una fuente Sans Serif con muchas variaciones de ancho y grosor, que denota modernidad además de ser fácil de leer, lo cual permite jerarquizar la información de mejor manera, dando importancia a títulos subtítulos y texto en general. Para Eduardo Gabriel Pepe (2012) este tipo de letra ostenta trazos con mayores

modulaciones y una construcción mucho más dúctil y dócil, resultado de correcciones ópticas, presentan muy buena legibilidad en palabras o frases, por lo que son consideradas como las más apropiadas para ser empleadas en señalizaciones (pág. 14) (Ver fig. 23)

### Helvetica Neue LT Std

|  |  |  |
|--|--|--|
| Light Condensed<br>abcdefghijklmnopqrstuvwxy<br>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ<br>1234567890 | Bold Condensed<br><b>abcdefghijklmnopqrstuvwxy</b><br><b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</b><br><b>1234567890</b> | Bold Condensed<br><b>abcdefghijklmnopqrstuvwxy</b><br><b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</b><br><b>1234567890</b> |
|--|--|--|

Figura 23 Tipografía Helvetica

También se seleccionó la tipografía Bebas Neue, una tipografía Sans Serif, de caracteres únicamente mayúsculas, bastante fuerte que favorece resaltar partes importantes del diseño, no se debe aplicar en textos extensos ya que al ser tipografías mayúsculas, genera cansancio visual en párrafos grandes. Esta “es una tipografía de la familia de las Palo Seco realizada por Dharma Type. Es maciza, rectangular y alargada, sin serifas. Funciona bien para comunicar mensajes cortos y claros” (Mesa Rodas, 2013, pág. 21). (Ver fig. 24)

**REGULAR**  
BEBAS NEUE **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

Figura 24 Tipografía Bebas Neue

#### 2.2.1 Parte o elemento 1

##### **Material para agilizar procesos (Empleado-Usuario)**

La primera pieza desarrollada corresponde a los plegables, donde se explica a los usuarios los procesos de la página web que más se utilizan:

**Plegables:** aplicación de carácter informativo seleccionada debido a la cantidad de información que se debe mostrar al afiliado, demuestra los procesos en imágenes con notas que indican al usuario en detalle cada paso que debe seguir para culminar con éxito el requerimiento. Impresos en tamaño 20x20 cm abiertos, y plegados en tamaño 10x10 cm. Impresos a colores con grabados para facilitar su dobléz. (Ver fig. 25y 26)





Figura 26 Descripción del plegable

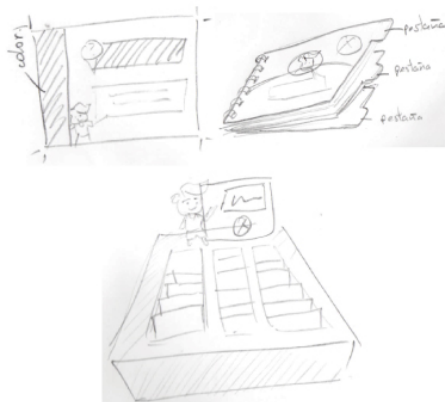
La segunda pieza incluye el desarrollo de las tarjetas de interrogantes más frecuentes, el folleto al que pueden incluirse las tarjetas y el fichero donde pueden colocarse también:

**Tarjetas de preguntas frecuentes:** tarjetas impresas a todo color en cartulina tamaño 10,5 x 7,5 cm. con preguntas y respuestas más frecuentes generadas por los usuarios en temas de interés. Estas están identificadas por color, y fueron colocadas en orden dentro del fichero, también pueden ser anilladas de manera tal que conforman un folleto (Ver fig. 27 y 28).

## MATERIAL EN USO

INEXISTENTE

## BOCETOS



## PROPUESTA



Figura 27 Tarjetas, folleto y fichero

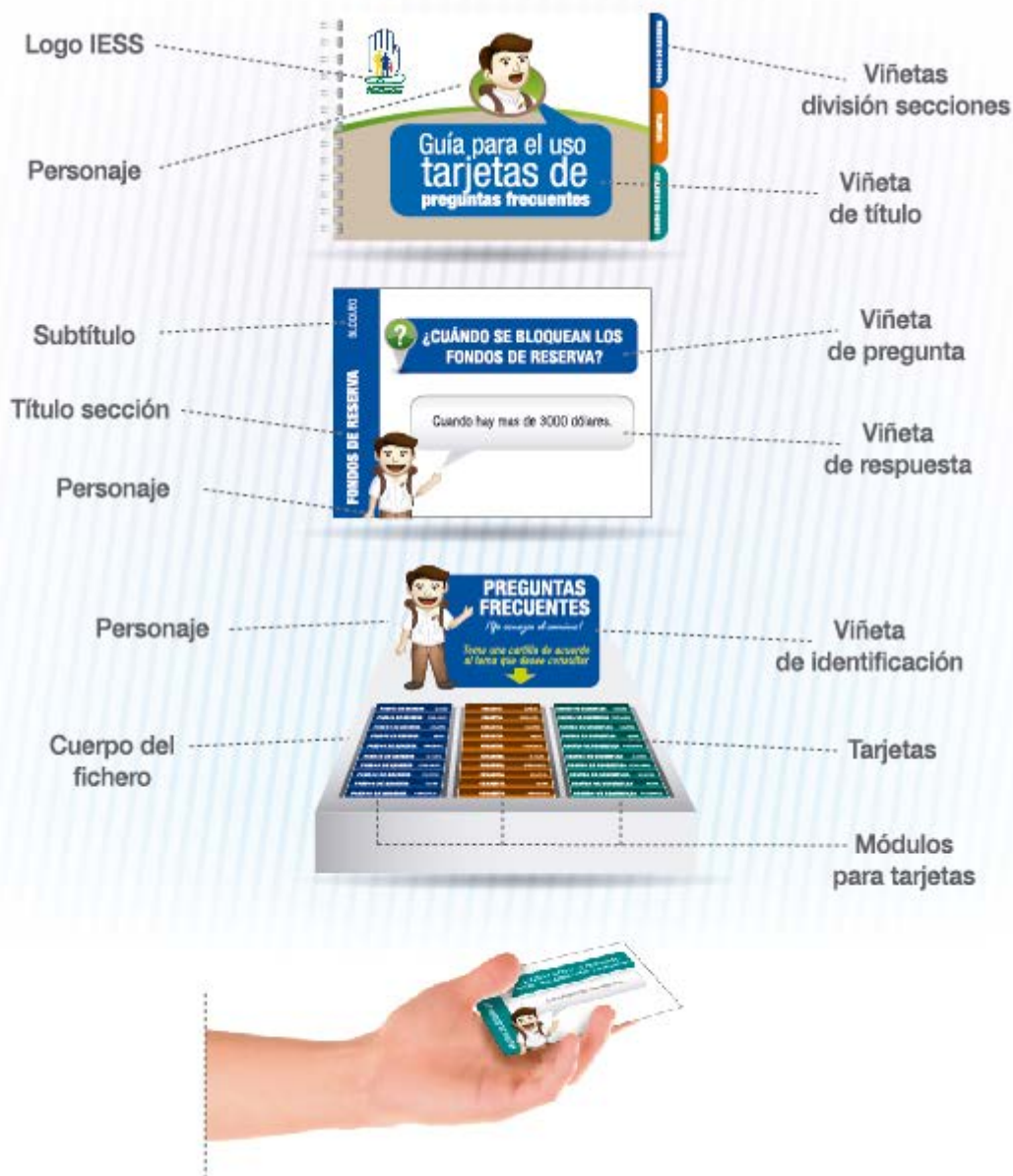


Figura 28 Folleto y fichero

## 2.2.2 Parte o elemento 2

### Material para mejorar la capacitación (IESS-Empleado)

Constituyen actividades, técnicas y complementos conformados de tal manera que los empleados del IESS capten los conocimientos impartidos, de parte de un

instructor o por una plataforma de interacción virtual. Las alternativas para mejorar la capacitación de los empleados del IESS se describen a continuación.

**Presentaciones interactivas:** son una manera de capacitar a los empleados del IESS mediante una presentación concisa y no extensa con diapositivas claras que capten la atención de los empleados (Ver fig. 29 y 30)



Figura 29 Presentación interactiva



Figura 30 Presentación Interactiva

Estas presentaciones, se diseñaron para los empleados, con los procesos principales que se realizan a través de la plataforma del IESS, se hizo en formato PDF por su versatilidad y con botones que ayuden a la navegación en el documento (Ver fig. 31 y 32).



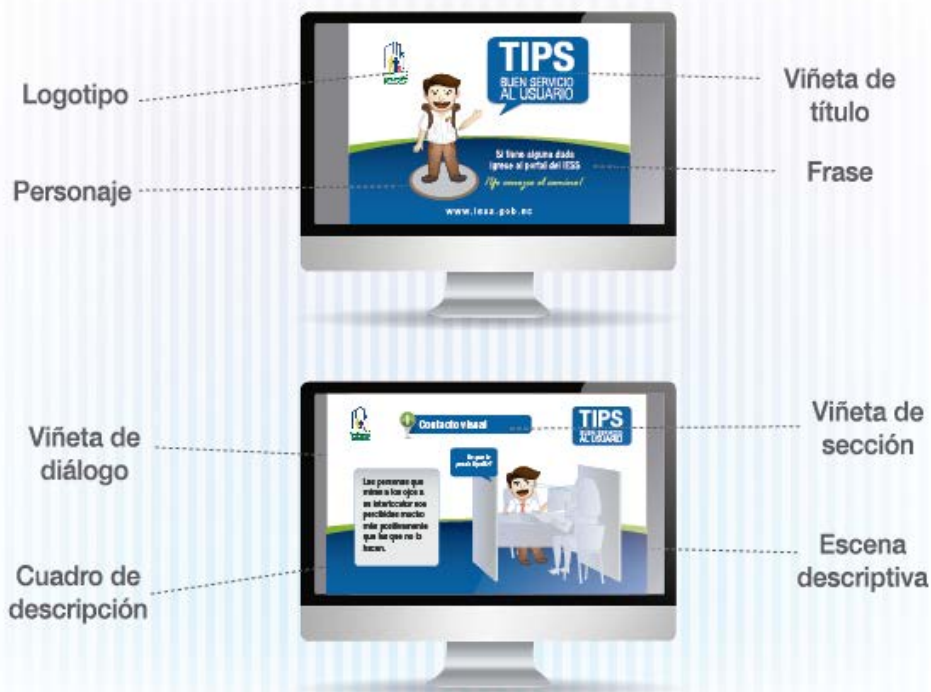


Figura 32 Presentación de los Tips de atención al usuario

### 2.2.3 Parte o elemento 3

#### Aclaración de servicios (IESS-Usuario)

En el desarrollo del presente proyecto fue de mucha conveniencia y al mismo tiempo interesante trasladar el marketing que se emplea generalmente para vender un producto a un campo distinto como agilizar el servicio en el IESS. El marketing desarrollado a nivel de diseño gráfico incluye un dummy publicitario y afiches de ubicación espacial.

**Dummy Publicitario:** se realizó un dummy publicitario para colocar al personaje sujetando el fichero de preguntas frecuentes, impreso en todo color, con soporte de cartón en tamaño de 180 x 80 cm., con el fin de que las personas encuentren una solución rápida en un lugar de fácil acceso, también se puede ubicar el fichero sobre alguna mesa o escritorio si el espacio físico no fuera adecuado para el dummy completo (Ver fig. 33 y 34).



Figura 33 Dummy publicitario



Figura 34 Descripción del dummy publicitario

**Mapas de ubicación:** se desarrollaron afiches para ser impresos en un formato de 100x60 cm a todo color, con un estilo de implantación arquitectónico designado las zonas de interés con colores para su fácil identificación, se imprimirían en gigantografías de material resistente, para ser colocados en lugares muy visibles dentro del IESS para informar la ubicación de los módulos de atención de los usuarios, así como la nomenclatura de los turnos que se utilizan en el sistema de atención (Ver fig. 35 y 36).

## MATERIAL EN USO

INEXISTENTE

## BOCETOS



## PROPUESTA

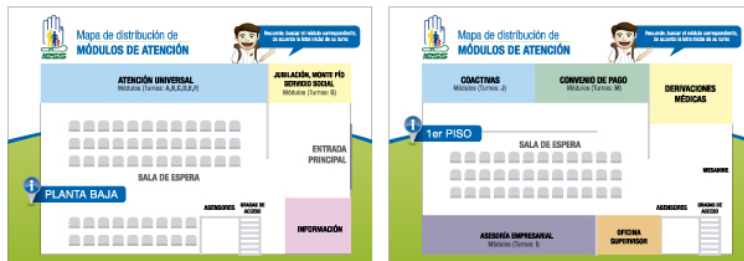


Figura 35 Mapas de ubicación

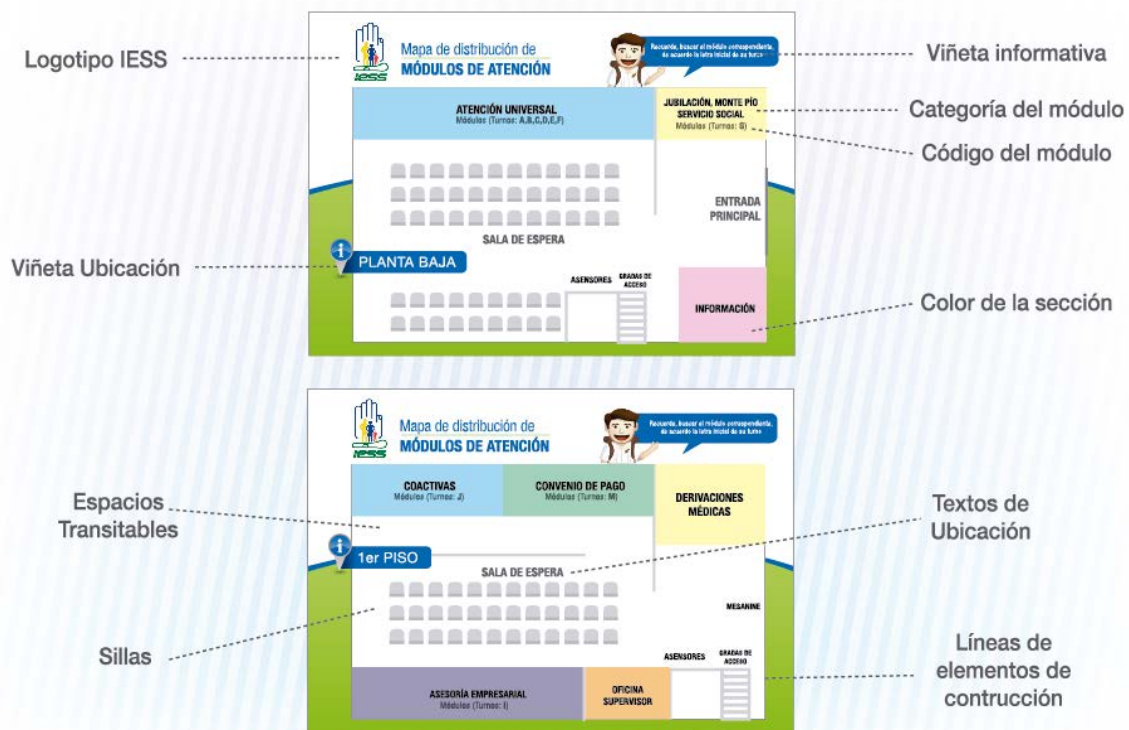


Figura 36 Mapas de ubicación

## 2.3 Validación inicial de la propuesta desarrollada

Luego de desarrollar parcialmente la propuesta se procede a analizar desde el punto de vista de los requisitos establecidos anteriormente, si los productos desarrollados están en consonancia con las necesidades por las cuales se crearon:

Tabla 12 Requisitos en la elaboración del proyecto

|                          |  | Cumple | Parcialmente | No cumple | Justificación   |
|--------------------------|--|--------|--------------|-----------|---|
| <b>FUNCIONALIDAD</b>     | Responde a los problemas identificados | X      |              |           | Sí cumple ya que la información de los productos es concisa, clara y pensada para que sea captada a todo usuario y los colaboradores.   |
|                          | Viable en términos costo/beneficios.   |        | X            |           | En el aspecto de costos es parcialmente funcional, ya que, si bien es cierto, la gestora del proyecto lo financia, hay que considerar la cantidad de usuarios existentes en el IESS.                                    |
|                          | Accesible al grupo identificado        | X      |              |           | Sí cumple, los productos se entregarán a los usuarios personalmente de manera gratuita y se transmitirán a través de medios de comunicación y en espacios públicos. Para los colaboradores, la organización es interna. |
| <b>ASPECTOS TÉCNICOS</b> | Comodidad y facilidad de utilización   | X      |              |           | Sí cumple con este requisito, los productos son muy comprensibles y   |

|  |   |   |  |  |   |
|--|---|---|--|--|---|
|  |   |   |  |  | didácticos.   |
|  | Imágenes que completan la información textual | X |  |  | Sí cumple, las imágenes se crearán estratégicamente y después de seleccionar la mejor alternativa ya que se elaborarán varios bocetos y se escogerá la alternativa más conveniente. |
|  | Visualización agradable                       | x |  |  | Sí cumplen, los productos se crearán basándose en diversas técnicas que han tenido resultados comprobados al aplicarlas para que sea estéticamente agradable.                       |
|  | Luminosidad, Visibilidad                      | x |  |  | Sí cumple, la información será perfectamente legible complementada de imágenes con colores claros.  |

Fuente: Investigación de campo.

De manera general puede apreciarse que la propuesta está acorde con los requerimientos de funcionalidad y aspectos técnicos establecidos, por lo que se está en condiciones, de desarrollar los productos en su totalidad y presentarlos a los usuarios y empleados del IESS, para corroborar en la práctica su capacidad de contribuir a mejorar la atención a los afiliados y acortar el tiempo de espera en la realización de sus trámites.

### Conclusiones del capítulo

Al concluir el presente capítulo se hizo evidente la necesidad de identificar las razones por las que no funcionan los soportes actualmente diseñados en el IESS para comunicar la información; a partir de esto pudo trabajarse en tres ámbitos importantes: mejorar la calidad de la información que recibe el usuario al

interactuar con los empleados en las oficinas del IESS, contribuir con el sistema de capacitación a los empleados, favorecer la comprensión de los usuarios acerca de los procedimientos que se ejecutan en la plataforma web. Al respecto, el sistema de comunicación gráfica desarrollado cumple con los requerimientos establecidos para el mismo.

## Capítulo III

### Validación final de la propuesta

En el presente capítulo se muestran los productos que fueron resultado de la investigación efectuada. El capítulo se segmenta en tres epígrafes donde se describen las piezas diseñadas, la validación final de la propuesta, el costo del proyecto y sus elementos técnicos. A través de estas páginas, se identifica la solución a nivel de diseño gráfico que ofrece la investigadora para responder al problema identificado en este estudio.

#### 3.1 Presentación de la propuesta final de diseño.

En un primer momento se describen los plegables como recurso elegido por la diseñadora para contrarrestar la falencia de información presente en los usuarios del IESS con respecto a las acciones que pueden desarrollar desde la comodidad de su computador, sin asistir a la entidad. Luego se presentan las tarjetas de preguntas más frecuentes, se hace un análisis de las presentaciones interactivas como material de capacitación propuesto a los empleados y por último, se exponen los elementos de marketing creados: el dummy publicitario y los mapas de ubicación.

##### 3.1.1 Material para agilizar procesos (Empleado-Usuario)

Los plegables fueron desarrollados bajo el mismo esquema editorial en cuanto a tipografía, colores, retículas y uso de los elementos gráficos descritos con anterioridad; sin embargo responden a distintas interrogantes de los afiliados, en este caso la obtención de la clave personal, el registro de clave personal, la solicitud de un certificado de afiliación, el comprobante de pago, e historia laboral (Ver fig. 37).



Figura 37 Descripción del plegable

Se diseñaron tarjetas para colocar las preguntas frecuentes, con un sistema de color que permite la identificación, y que al ser anilladas pueden utilizarse como folleto para tener todas las respuestas en un solo documento. En este caso, los colores utilizados es el azul para las preguntas sobre los fondos de reserva, el naranja para las interrogantes sobre cesantía y el turquesa para las indagaciones sobre el seguro de desempleo.

El folleto se recomienda para uso de los empleados, así estos tendrán un documento señalado por colores al cual dirigirse para aclarar su conocimiento sobre dudas recurrentes de los afiliados, mientras el fichero es un material de apoyo que estará formando parte del dummy publicitario que recibirá al usuario al ingresar a la entidad. (Ver fig. 38).



### 3.1.2 Material para mejorar la capacitación (IESS-Empleado)

Entre los productos diseñados para la capacitación a los empleados del IESS, se expone la presentación interactiva en formato PDF, para contribuir al adiestramiento de los trabajadores con respecto a las funciones de estos y cómo deben comportarse en la atención al afiliado (Ver fig. 39).

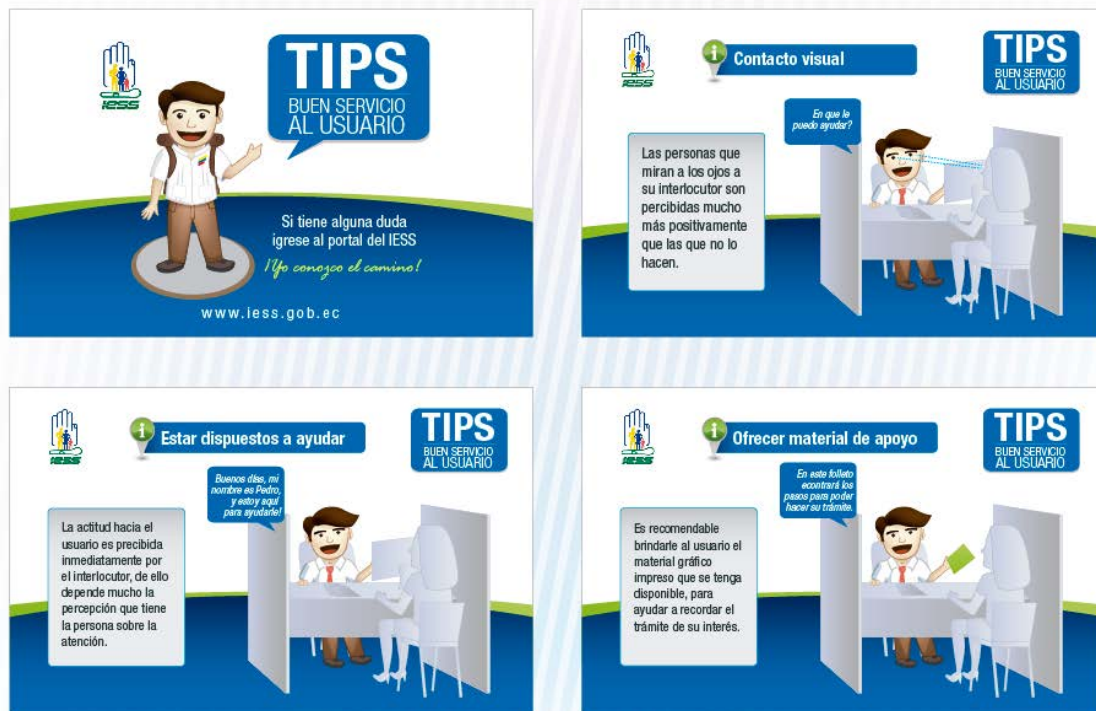


Figura 39 Tips de atención al usuario

Para el material de capacitación del personal se realizó una presentación Interactiva con navegación, que contiene los procesos que realizan los empleados dentro de la plataforma interna del IESS, con un menú de navegación el trabajador puede dirigirse a cualquier parte del documento de una forma rápida, permitiendo encontrar los temas que busca de manera clara y rápida (Ver fig. 40).

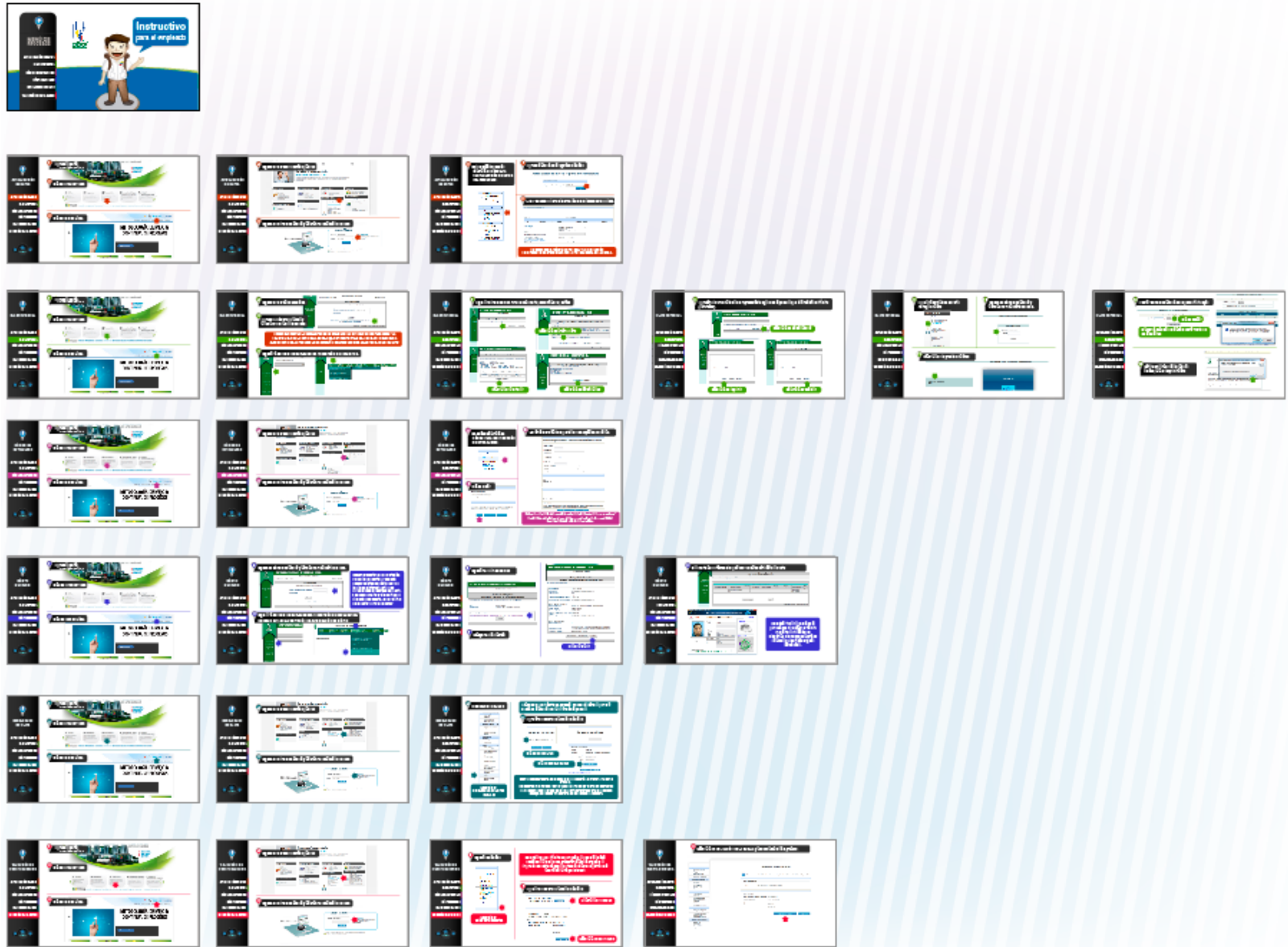


Figura 40 Pantallas de la presentación Interactiva

### **3.1.3 Aclaración de servicios (IESS-Usuario)**

En la utilización del marketing a nivel de diseño gráfico se trabajó en el desarrollo de dos productos fundamentales un dummy publicitario y mapas de ubicación para contribuir a la aclaración de los servicios que se ofrecen en el IESS y la ubicación de cada uno de ellos.

El dummy publicitario se diseñó para ser colocado en la entrada de la institución, debe ser aplicado en un soporte resistente como cartón corrugado, con impresión a todo color, y una estructura de puntal de madera que debe ir en la parte posterior para ocultarla y que esta a su vez garantice la estabilidad estructural del mismo, este dummy servirá como soporte del fichero de tarjetas de preguntas frecuentes. (Ver fig. 41y 42)



Figura 41 Descripción del dummy publicitario



Figura 42 Ubicación del dummy publicitario

Los mapas de ubicación se desarrollaron para colocarse al ingreso del edificio como material informativo para el usuario, ya que muestran orientaciones sobre el lugar en que se encuentran los módulos de atención de los diferentes servicios, y exponen los códigos de cada área, los cuales se encuentran al inicio de la numeración del turno que se le entrega a cada usuario, serán impresos en formato grande y colocados en la pared, en material plástico para su durabilidad. (Ver fig. 43 y 44)



Figura 43 Mapas de ubicación



Figura 44 Ubicación de los mapas

### 3.2 Aspectos técnicos del proyecto

En este epígrafe se describirán elementos técnicos del sistema de comunicación gráfica, en un primer momento se describirán los materiales y aspectos constructivos, para luego explicar momentos del proceso productivo y los costos relativos al diseño y producción.

#### 3.2.1 Materiales y detalles constructivos

En este acápite se desarrolla un análisis en cuanto a los materiales y otros detalles de la construcción de las piezas gráficas.

**Plegable:** Un recurso didáctico informativo para distribución masiva que se desarrolló fue el plegable. Fueron impresos en papel couche de 155 gr. Brillante, lo que le da un buen acabado, además de ser barato permite la facilidad para realizar impresión offset. El tamaño de cada cara del plegable es de 20 x 20 cm., con una sangría de 2mm por cada lado para que se realice el refil sin problema,

fueron impresos en una Impresora Heidelberg GTO 52, para dicho proceso se cortará el papel a una medida de 45 x 26 cm. Para poder optimizar el pliego y sacar el mayor número de tamaños de impresión, se realizará la distribución del material de la siguiente manera (Ver fig. 56 y 57).

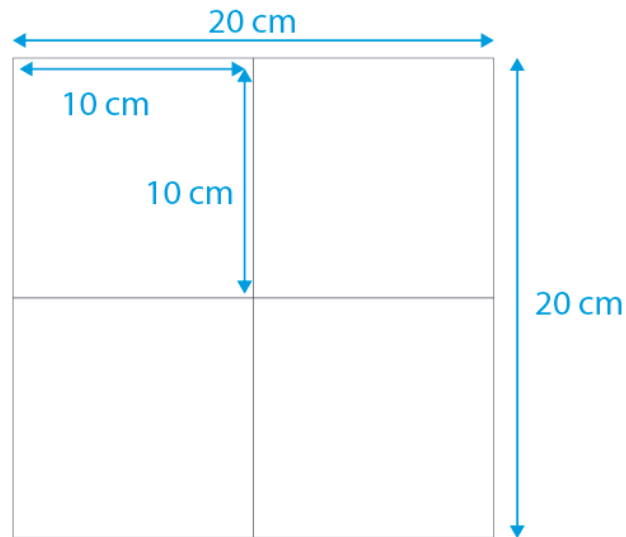


Figura 45 Medidas plegables

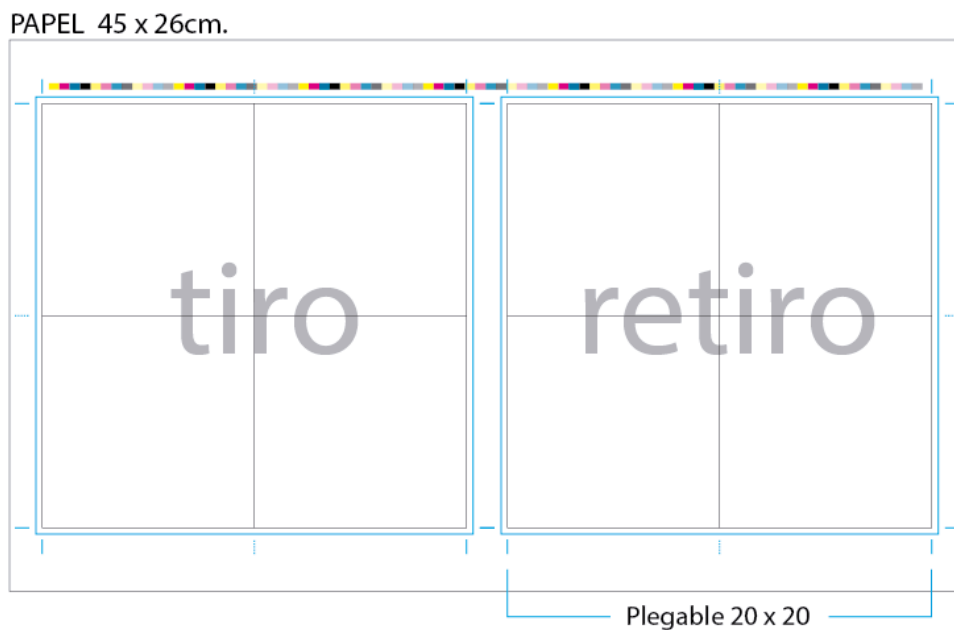


Figura 46 Armado para impresión, plegables

**Tarjetas:** es un recurso didáctico, destinado al usuario del IESS, que necesita información puntual con un tamaño de 10x7 cm, se distribuirán masivamente y fue impreso a todo color en papel couche de 200 gr., en una Máquina Heidelberg GTO 52 con un tamaño de papel de 45 x 26 cm. Impresos a un solo lado, para optimizar el área de impresión se armó con una sangría de 2mm por cada motivo de tarjeta (Ver fig. 58 y 59).

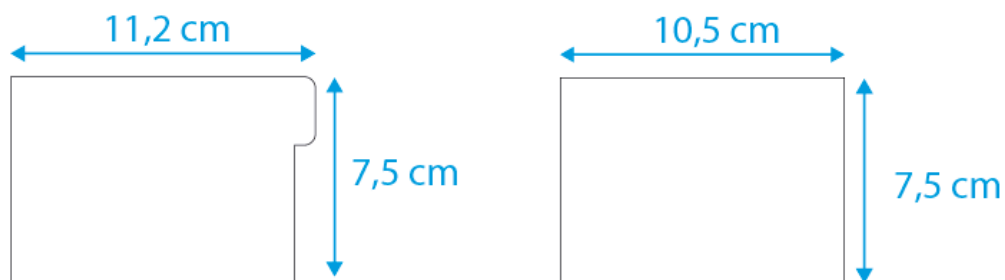


Figura 47 Medidas tarjetas

PAPEL 45 x 26cm.

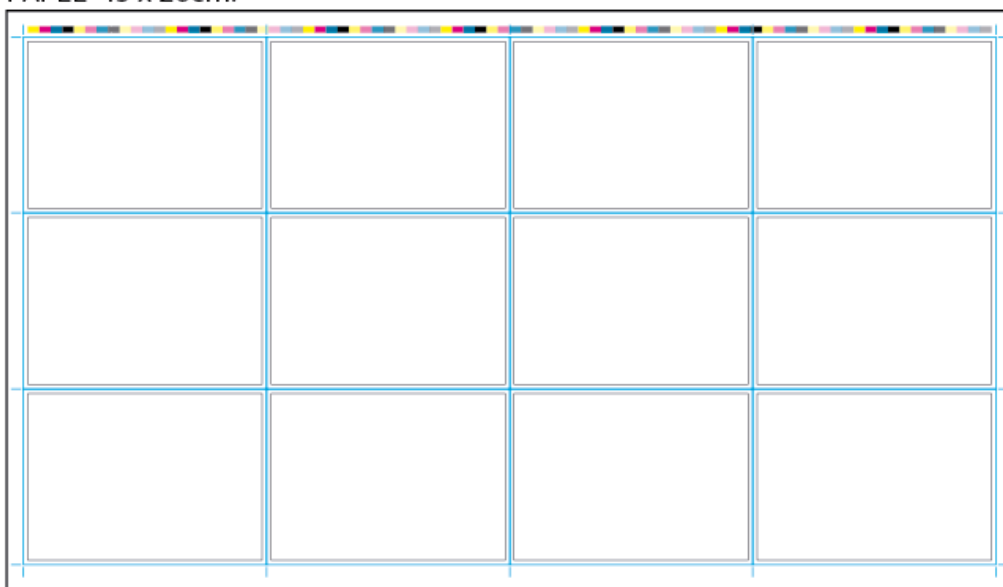


Figura 48 Armado para impresión tarjetas

**Folleto de tarjetas:** El folleto será una compilación de todas las tarjetas que están presentes en el fichero, las cuales podrán anillarse en el lado izquierdo de las

mismas y serán impresas con separadores, que es la primera tarjeta de cada sección con una viñeta identificativa (Ver fig. 60).

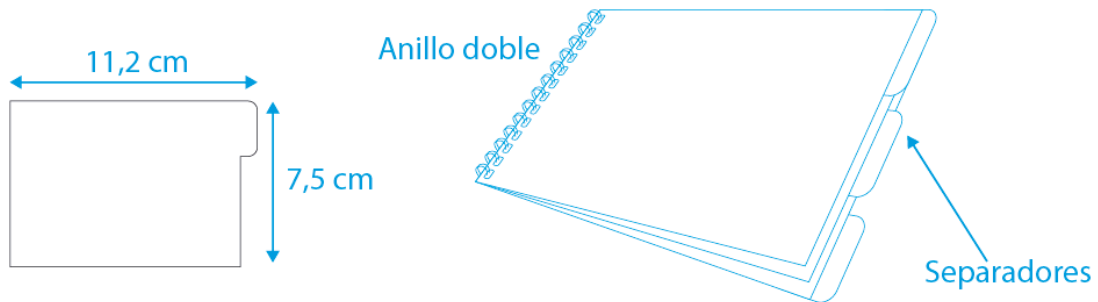


Figura 49 Armado para impresión folletos

**Fichero de tarjetas:** el fichero fue elaborado en base de cartón gris de 2 mm, y forrado con vinil de impresión para darle el acabado que se necesita, con una medida de 26 x 24 x 6 con la siguiente distribución: (Ver fig.61).

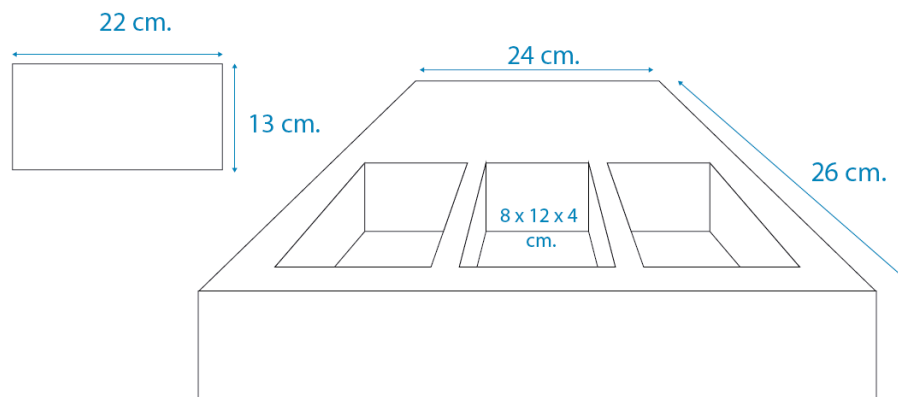


Figura 50 Armado para impresión, fichero

**Presentación interactiva:** se ejecutó en un tamaño de 1280 x 720 px, con un menú de navegación ubicado en la parte izquierda del diseño, para lo cual se utilizaron botones activos en el programa Adobe Acrobat Pro, lo que permite activar zonas del documento y configurar acciones como: avanzar una página, retroceder, ir a una página específica; todo esto se ordenó de acuerdo a las jerarquización de los procesos que ejecutan los empleados. (Ver fig. 62 y 63).

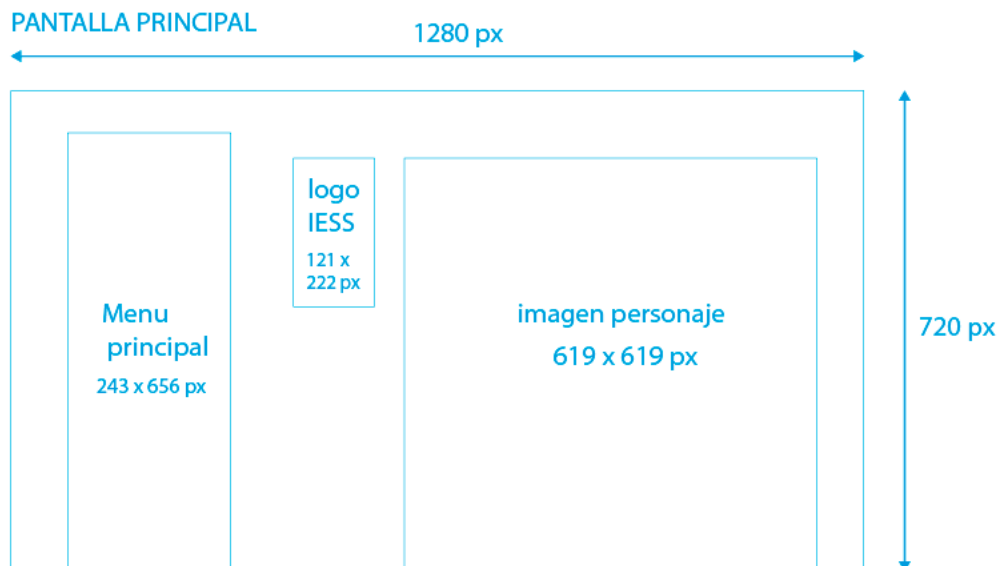


Figura 51 Pantalla inicial

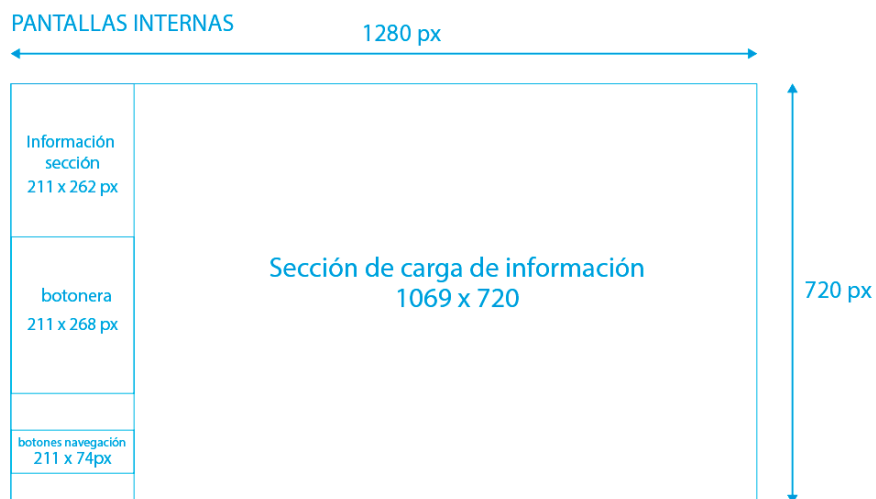


Figura 52 Pantalla interna

**Presentación interactiva Tips:** se realizó en un tamaño de 1280 x 800 px, se realizó como presentación PDF con el objetivo de mostrar en escenas los tips que debe aplicarse por parte de empleado al momento de atender a un usuario, la navegación por el documento se puede hacer mediante los controles de navegación del mismo Adobe Acrobat (Ver fig. 64 y 65).

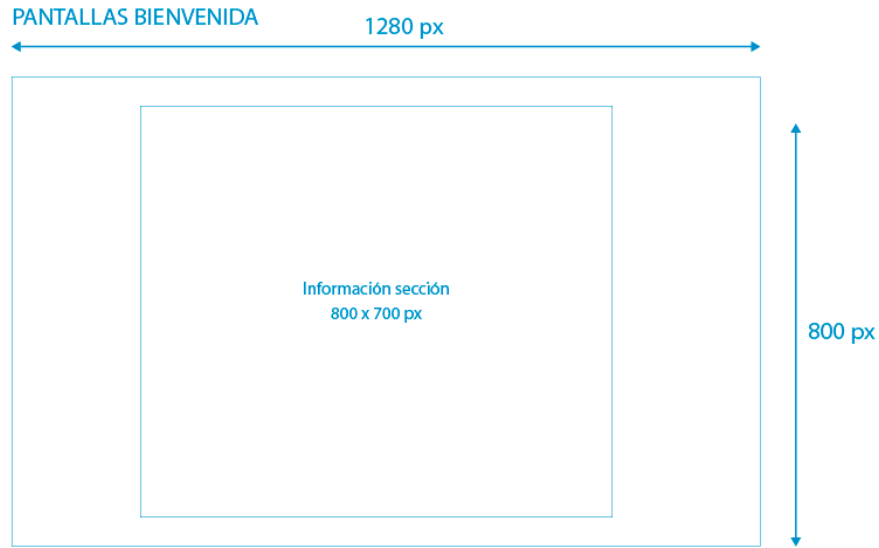


Figura 53 Pantalla bienvenida

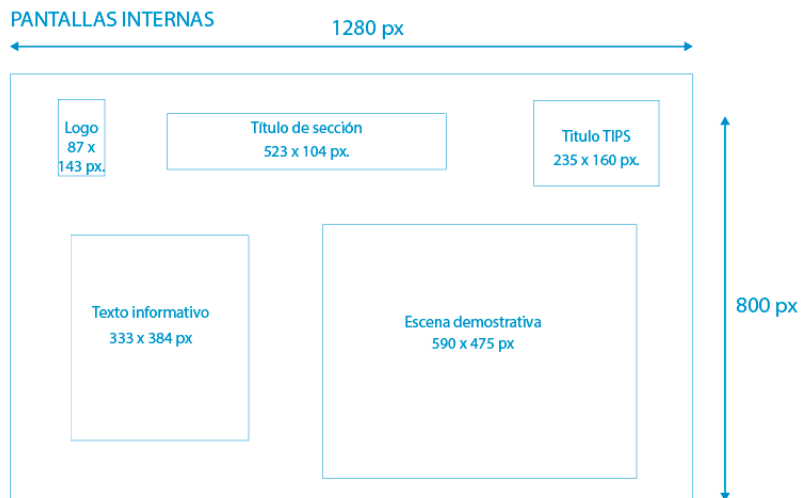


Figura 54 Pantalla internas

**Dummy publicitario:** se diseñó un formato que puede ser impreso a todo color, en tamaño grande con vinil en una resolución de 1440 dpi, el tamaño final previsto será de 180 x 114 cm.; además se armará con una base para la imagen, de cartón de 1 cm de espesor y una estructura de madera, ubicada en la parte posterior que debe ser rígida y estar diseñada de la siguiente forma: (Ver fig. 66).

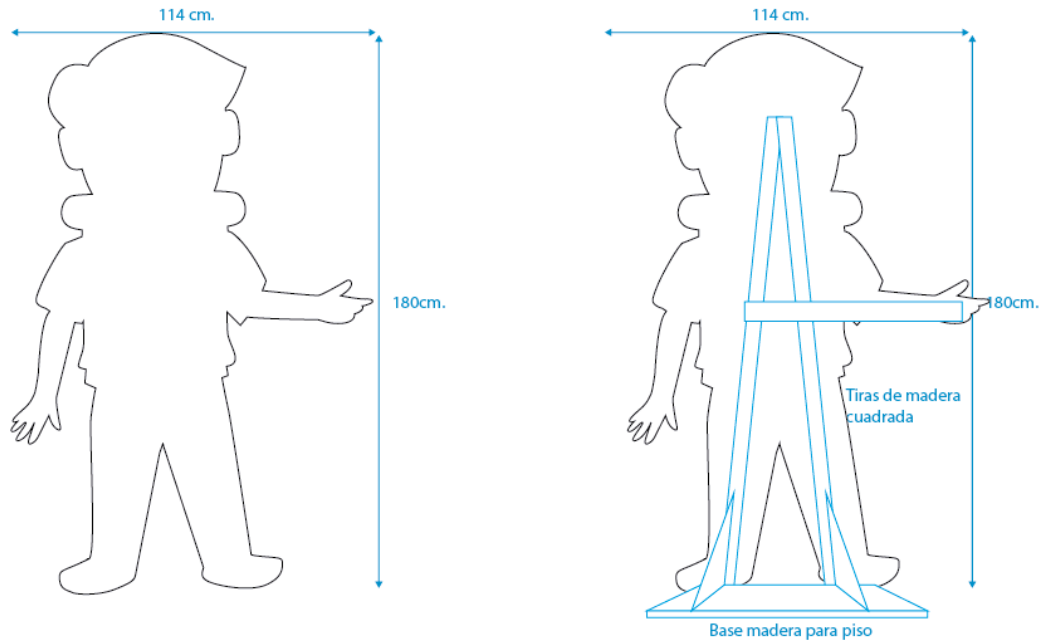


Figura 55 Dummy publicitario

**Mapas de ubicación:** los mapas de ubicación se desarrollaron en un tamaño de 100x60 cm., para ser impresos sobre vinil a 1440 dpi con lamina de protección mate, lo que será pegado sobre material Cintra de 3 mm que le darán la rigidez necesaria para ser aplicados en la pared, y quede como material informativo permanente para el usuario, por sus acabados es de fácil limpieza y muy durable (Ver fig. 67).



### **3.2.2 Mecanismos y procesos productivos**

Para la producción de las diferentes piezas impresas se usó un mecanismo de doblez denominado grabado que es un proceso mecánico donde se realiza un surco en papel muy delgado donde luego se realizará el dobles del papel, así como el refile mecánico en máquina de corte hidráulicas capaces de cortar 500 hojas es un solo movimiento.

Por otra parte, respecto a las impresiones en formato grande se utilizó un proceso de impresión en plotter con tintas ecosolventes, y una vez impresas las piezas gráficas se colocó una lámina de plástico transparente, en un proceso al calor que lo fija sobre el vinil y lo cubre para poder protegerlo contra la humedad y conservar la impresión sobre el material.

Para el dummy y el fichero se utilizaron procesos de pegado, dobleces y refile que se realizan a mano una vez aplicado el vinil laminado sobre el cartón, para luego colocar las tiras de madera y finalmente armar el soporte rígido que da forma en el caso específico del dummy.

### **3.2.3 Costos de producción y diseño**

Luego del análisis de la producción del sistema de comunicación gráfica, se hizo un estudio de los costos en atención a todos los productos desarrollados, para, por último determinar el costo total de todo el proyecto. En las tablas que se exponen a continuación, se hace la descripción del presupuesto necesario para la ejecución final de la propuesta:

**CREATIVO**

VALOR REFERENCIA PARA EL CÁLCULO: 800

|                                     |          |
|-------------------------------------|----------|
| Total de hora laborables al mes     | 160      |
| Valor Hora                          | 4,37     |
| Horas estimadas de trabajo creativo | 320      |
| Valor bruto por Diseño Creativo     | 1.398,40 |

**OPERATIVO**

VALOR REFERENCIA PARA EL CÁLCULO: 600

|                                      |      |
|--------------------------------------|------|
| Total de hora laborables al mes:     | 160  |
| Valor Hora                           | 2,50 |
| Horas estimadas de trabajo operativo | 110  |
| Valor bruto por Diseño Creativo      | 275  |

**VALOR BRUTO POR DISEÑO** 1.673,40

Tabla 13 Valor bruto por diseño

## RESUMEN

|  |                 |
|--|-----------------|
| Honorarios profesionales               | 1673,60         |
| Mano de obra directa                   | 460,00          |
| Transporte                             | 9               |
| Producción modelos y prototipos        | 100             |
| Equipos de oficina                     | 356,91          |
| Materiales e insumos de oficina        | 10,43           |
| Muebles y enseres                      | 250,83          |
| Arriendo                               | 250,83          |
| Servicios básicos                      | 128,40          |
| <b>Sub total del presupuesto</b>       | <b>3.239,81</b> |
| experiencia del diseñador              | 0               |
| Impacto del proyecto (bajo-medio-alto) | 0               |
| Imprevistos                            | 323,98          |
| <b>Total presupuesto</b>               | <b>3.563,79</b> |

Tabla 14 Presupuesto

| CANT.           | DESCRIPCIÓN         | V. UNIT. | V. TOTAL     |
|-----------------|---------------------|----------|--------------|
| 10000           | Plegables 5 motivos | 0,018    | 180          |
| 4               | Ficheros            | 20       | 120          |
| 4               | dummy publicitario  | 40       | 160          |
| 10000           | tarjetas            | 0,022    | 220          |
| <b>SUBTOTAL</b> |                     |          | <b>680</b>   |
| <b>IVA 14%</b>  |                     |          | <b>95,2</b>  |
| <b>TOTAL</b>    |                     |          | <b>775,2</b> |

Tabla 15 Productos

En atención a las tablas de costos, se estableció que el valor final del proyecto es de 2397.60 dólares. Como puede observarse, se destina un presupuesto, que se considera necesario, como remuneración al diseñador gráfico que requiere ofrecer un tiempo bastante prolongando al desarrollo del concepto y la validación de la propuesta y de forma general al trabajo creativo, además se establece un monto para situaciones imprevistas que se puedan generar.

### 3.3 Validación final de la propuesta de diseño.

La validación de todos los productos se efectuó a través de 50 encuestas realizadas a afiliados del IESS y a los 12 trabajadores en el área de atención al usuario (ver anexo 6 y 7). Para desarrollar lo anterior se contó con la aprobación de la jefa de la Unidad de Afiliación y Cobertura de Pichincha.

#### 3.3.1 Encuesta a usuarios

A continuación se efectúa el análisis de la encuesta aplicada a 50 afiliados del IESS, que interactuaron con la propuesta:

#### 1. ¿Le pareció que fue útil el producto?

Tabla 16 Utilidad

| <b>ALTERNATIVAS</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Siempre             | 32                | 64%               |
| A veces             | 17                | 34%               |
| Nunca               | 1                 | 2%                |
| <b>TOTAL</b>        | 50                | 100%              |

Fuente: Encuesta a los usuarios



Figura 57 Utilidad

**Análisis:** De acuerdo con la figura anterior el 64% de los encuestados asegura que siempre fueron útiles los productos con los que se le orientó, un 34% admitió que fueron útiles a veces y solo un 2% no encontró utilidad en los productos. Esto manifiesta que los productos diseñados fueron de utilidad para más del 90% de los afiliados en algún momento.

## 2. ¿Le ayuda a resolver su pregunta o problema?

Tabla 17 Capacidad para resolver el problema

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Siempre      | 34         | 68%        |
| A veces      | 11         | 22%        |
| Nunca        | 5          | 10%        |
| <b>TOTAL</b> | 50         | 100%       |

Fuente: Encuesta a los usuarios

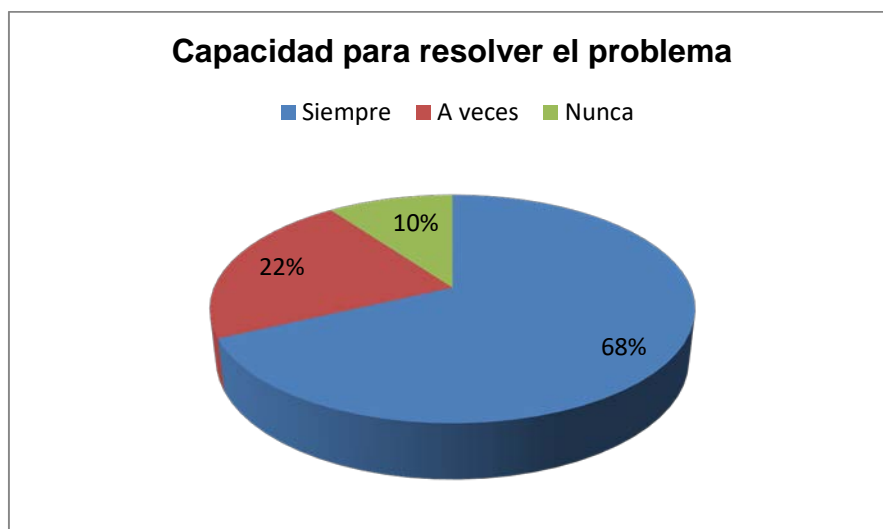


Figura 58 Capacidad para resolver el problema

**Análisis:** En atención a la encuesta, el 68% de los usuarios analizados considera que los productos diseñados tienen la capacidad de mostrarle cómo resolver su problema, un 22% asegura que con ellos logró aclarar su interrogante a veces, en tanto solo un 10% planteó que nunca pudieron enfrentar su problemática a través de las piezas gráficas. Esto permite entender que los diseños tienen una elevada capacidad de responder a las necesidades de información de los afiliados.

### 3. ¿Logra disminuir el tiempo para concluir su trámite?

Tabla 18 Disminución del tiempo en los trámites

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Siempre      | 45         | 75%        |
| A veces      | 12         | 20%        |
| Nunca        | 3          | 5%         |
| <b>TOTAL</b> | 60         | 100%       |

Fuente: Encuesta a los usuarios

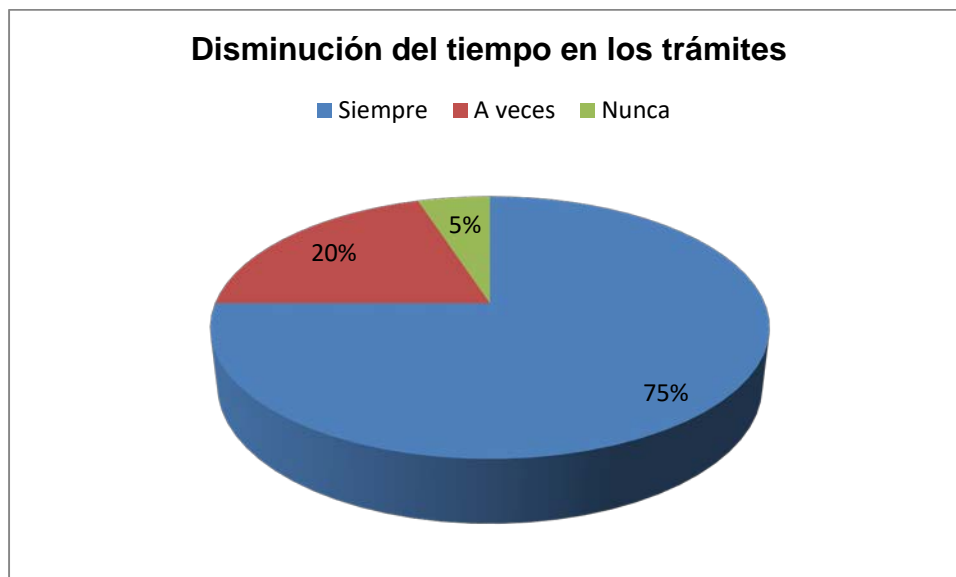


Figura 59 Disminución del tiempo en los trámites

**Análisis:** Para el 75% de los encuestados las piezas gráficas ayuda a disminuir el tiempo que dedican a solucionar sus trámites, un 20% cree que a veces lo reducen y solo un 5% especifica que los trámites siguen demorados. En este caso, más del 95% de los afiliados consiente que en algún momento, los diseños permiten disminuir las largas esperas en el IESS.

#### 4. ¿Fue entendible y de fácil uso?

Tabla 19 Comprensión y uso fácil

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Siempre      | 33         | 66%         |
| A veces      | 12         | 24%         |
| Nunca        | 5          | 10%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>50</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta a los usuarios

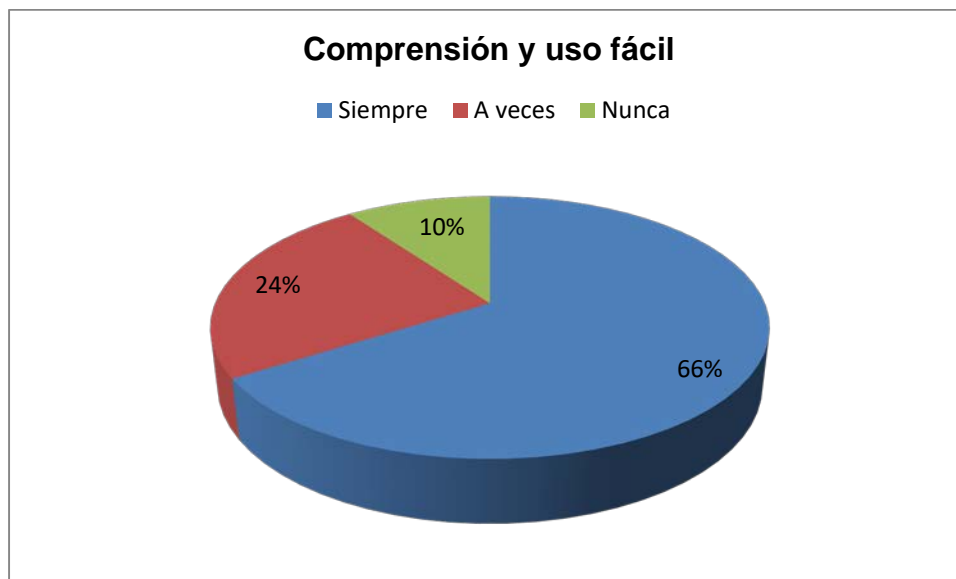


Figura 60 Comprensión y uso fácil

**Análisis:** En cuanto a la comprensión y el uso fácil de los productos, el 66% planteó que siempre son entendibles, un 24% dijo que a veces se entienden y solo un 10% aseguró que nunca lograron comprender las piezas gráficas. En tal sentido, se aprecia que alrededor del 90% de los investigados lograron entender los productos gráficos.

**5. ¿Luego de utilizar el producto necesita más información sobre su trámite?**

Tabla 20 Necesidad de más información

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Siempre      | 3          | 6%         |
| A veces      | 8          | 16%        |
| Nunca        | 39         | 78%        |
| <b>TOTAL</b> | 50         | 100%       |

Fuente: Encuesta a los usuarios



Figura 61 Necesidad de más información

**Análisis:** De acuerdo con la figura anterior, el 78% de los encuestados aseguró que no necesitó más información luego de interactuar con las piezas gráficas, un 16% aseveró que a veces requirió de datos adicionales, mientras un 6% expresó que no le bastó la información recibida a través de los productos. Lo antes expuesto refiere a que el sistema de comunicación gráfica tiene una alta efectividad.

### 3.3.2 Encuesta a empleados

En el presente epígrafe se desarrolla un estudio de las encuestas aplicadas a los 12 trabajadores en los módulos de atención del IESS:

**1. ¿Cree que el material impartido ayuda a entender los procesos a manejarse?**

Tabla 21 Comprensión de los procesos

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Siempre      | 10         | 83%        |
| A veces      | 1          | 8%         |
| Nunca        | 1          | 8%         |
| <b>TOTAL</b> | 12         | 100%       |

Fuente: Encuesta a los empleados

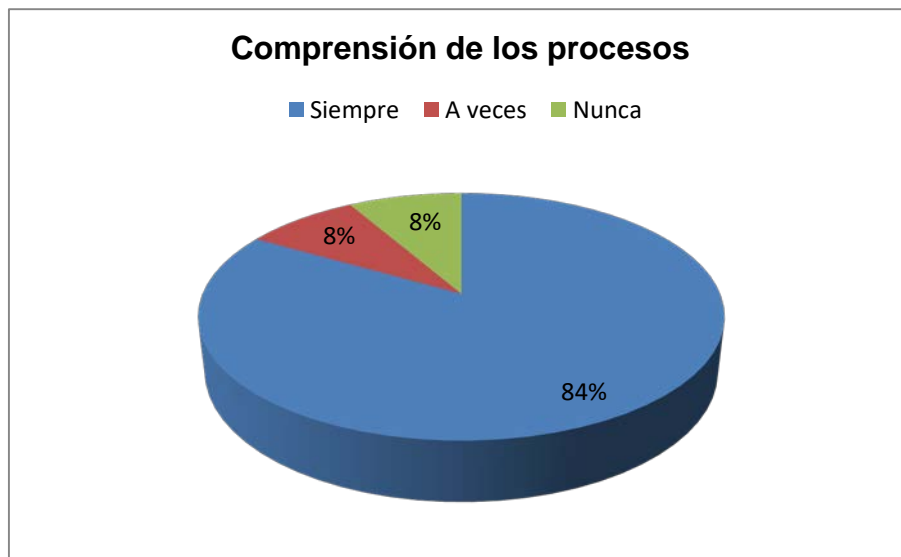


Figura 62 Comprensión de los procesos

**Análisis:** Con respecto a si el material diseñado para la capacitación ayuda a entender los procesos del IESS, el 83% de los encuestados afirmó que siempre, un 8% dijo que a veces le sirvió, mientras otro 8% admitió que el material no fue de ayuda. Lo manifestado pone en evidencia la utilidad del proyecto en la capacitación a los empleados.

**2. ¿Cree que la información impartida en el material fue de crecimiento y de enriquecimiento en su desempeño dentro de la Institución?**

Tabla 22 Mejoramiento del desempeño

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Siempre      | 9          | 75%         |
| A veces      | 2          | 17%         |
| Nunca        | 1          | 8%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>12</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta a los empleados

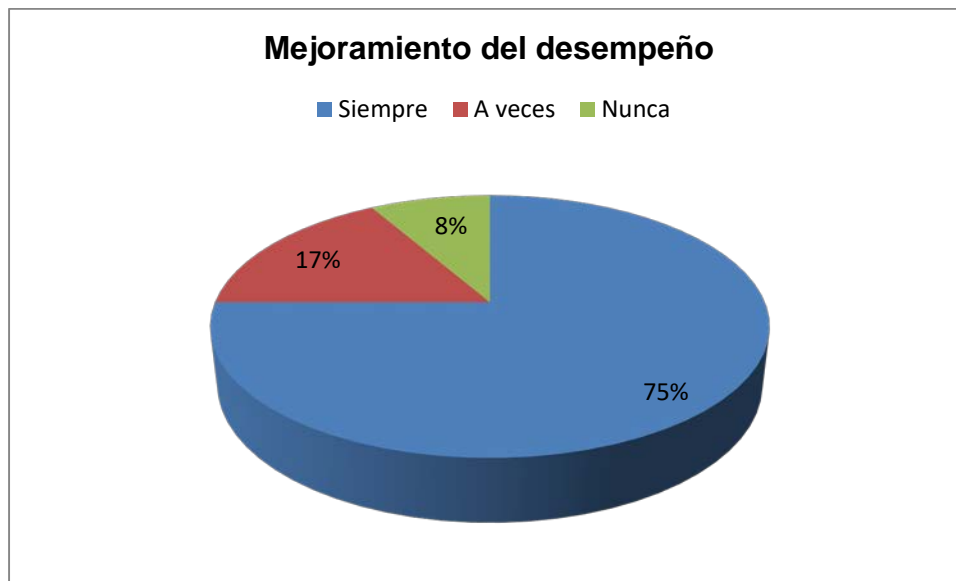


Figura 63 Mejoramiento del desempeño

**Análisis:** En cuanto al mejoramiento del desempeño de los trabajadores luego del uso de la propuesta, el 75% expresó que siempre funcionó en su adiestramiento como empleado, un 17% dijo que a veces, y un 8% opinó que nunca. A partir de esto se plantea la efectividad de la propuesta como elemento de enriquecimiento en la capacitación del talento humano.

### 3. ¿Debería impartirse este tipo de material antes de desempeñar su trabajo?

Tabla 23 Necesidad de impartir el material

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Siempre      | 12         | 100%       |
| A veces      | 0          | 0%         |
| Nunca        | 0          | 0%         |
| <b>TOTAL</b> | 12         | 100%       |

Fuente: Encuesta a los empleados



Figura 64 Necesidad de impartir el material

**Análisis:** En atención a lo antes expuesto el 100% de los empleados coincidió en afirmar que el material de capacitación diseñado debe impartirse a todos los trabajadores que comiencen a ejercer funciones en los módulos de atención del IESS.

#### 4. ¿Cree usted que es entendible y de fácil uso?

Tabla 24 Comprensión y uso fácil

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Siempre      | 10         | 83%        |
| A veces      | 1          | 8%         |
| Nunca        | 1          | 8%         |

|              |    |      |
|--------------|----|------|
| <b>TOTAL</b> | 12 | 100% |
|--------------|----|------|

Fuente: Encuesta a los empleados

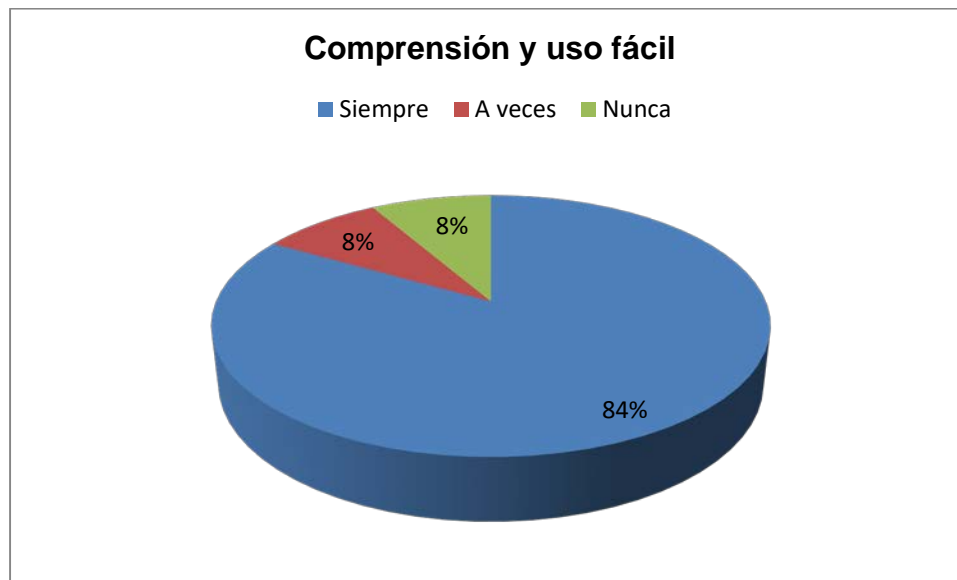


Figura 65 Comprensión y uso fácil

**Análisis:** De acuerdo con la comprensión y el uso de los empleados sobre los materiales de capacitación diseñados, el 83% expuso que siempre entendió, un 8% expuso que entendió los productos a veces y solo 8% dijo que nunca. Esto reafirma la elevada comprensión sobre el producto que tienen los trabajadores.

#### 5. ¿Luego de utilizar el producto necesita más información acerca del tema?

Tabla 25 Necesidad de más información

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Siempre      | 1          | 8%         |
| A veces      | 0          | 0%         |

|              |    |      |
|--------------|----|------|
| Nunca        | 11 | 92%  |
| <b>TOTAL</b> | 12 | 100% |

Fuente: Encuesta a los empleados



Figura 66 Necesidad de más información

**Análisis:** De acuerdo con la necesidad de información luego de utilizar el producto, un 92% de los encuestados refieren que no necesitaron más explicaciones de los temas, y un 8% aseguró que siempre requirió de más ayuda. Esto manifiesta la suficiencia del material de capacitación para enfrentar las dudas más apremiantes de los propios empleados.

### 3.3.3 Herramienta de validación para mostrar los resultados: Telaraña de Bernstein

Para contribuir a la validación del proyecto se hizo uso del método de análisis conocido como Telaraña de Bernstein de acuerdo con Van Riel (2014), este permite establecer una comparación entre el antes y después de la utilización de una propuesta, en este caso, permite ver si existió una evolución en el IESS, en cuanto a los elementos que afectaban el buen funcionamiento de la entidad con respecto a la atención a los afiliados.

Para la utilización de la telaraña de Bernstein se especificó un análisis del IESS como institución antes y después de contar con las piezas gráficas para desarrollar su labor, este estudio tiene como base las encuestas realizadas a los usuarios y a los empleados especificadas anteriormente.

Como elementos a investigar se tomaron los requisitos creados para la elaboración del proyecto, los cuales son producto de un estudio exhaustivo de la situación del IESS y de las necesidades que presenta la entidad en cuanto a productos que favorezcan la capacitación de sus empleados, y que colaboren en la orientación a los usuario y en la disminución de los tiempos para concluir un trámite.

La ficha diseñada para la indagación consta de una escala del 1 al 5, donde el uno corresponde a una situación deficiente y el 5 a un aspecto adecuado. Esta valoración establecida permite crear promedios y otorgarle un valor numérico a los requisitos.

Tabla 26 Valores de los requerimientos

| REQUERIMIENTOS                                       | IESS<br>ANTES DEL PROYECTO |   |   |   |   | VALOR | APLICACIÓN DE LA<br>PROPUESTA DE DISEÑO |   |   |   |   | VALOR |
|--|----------------------------|---|---|---|---|-------|---|---|---|---|---|-------|
|  | 1                          | 2 | 3 | 4 | 5 |       | 1                                       | 2 | 3 | 4 | 5 |       |
| <b>RESPONDE A LOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS</b>        |                            |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |       |
| Calidad en la información que recibe el usuario      | 2                          |   |   |   |   | 1.33  | 5                                       |   |   |   |   | 4.6   |
| Comprensión sobre los trámites de la web             | 1                          |   |   |   |   |       | 4                                       |   |   |   |   |       |
| Capacitación a los empleados.                        | 1                          |   |   |   |   |       | 5                                       |   |   |   |   |       |
| <b>ACCESIBLE AL GRUPO IDENTIFICADO</b>               |                            |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |       |
| Usuarios   | 1                          |   |   |   |   | 1.5   | 5                                       |   |   |   |   | 5     |
| Empleados  | 2                          |   |   |   |   |       | 5                                       |   |   |   |   |       |
| <b>COMODIDAD Y FACILIDAD DE UTILIZACIÓN</b>          |                            |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |       |
| Usuarios   | 1                          |   |   |   |   | 1     | 4                                       |   |   |   |   | 4.5   |
| Empleados  | 1                          |   |   |   |   |       | 5                                       |   |   |   |   |       |
| <b>IMÁGENES QUE COMPLETAN LA INFORMACIÓN TEXTUAL</b> |                            |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |       |
| Material impreso                                     | 2                          |   |   |   |   | 1.5   | 4                                       |   |   |   |   | 4.5   |
| Recurso visual                                       | 1                          |   |   |   |   |       | 5                                       |   |   |   |   |       |
| <b>VISUALIZACIÓN AGRADABLE</b>                       |                            |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |       |
| Luminosidad  | 1                          |   |   |   |   | 1     | 5                                       |   |   |   |   | 5     |
| Visibilidad  | 1                          |   |   |   |   |       | 5                                       |   |   |   |   |       |

Elaborado por: Isabel Laverde

Con los valores obtenidos se procede a diseñar la telaraña de Bernstein, para poder observar gráficamente hasta qué punto la propuesta de diseño ha influido sobre los problemas detectados en el IESS y si el desarrollo de la propuesta de comunicación gráfica realmente incide sobre el funcionamiento adecuado de esta institución. (Ver figura 55)

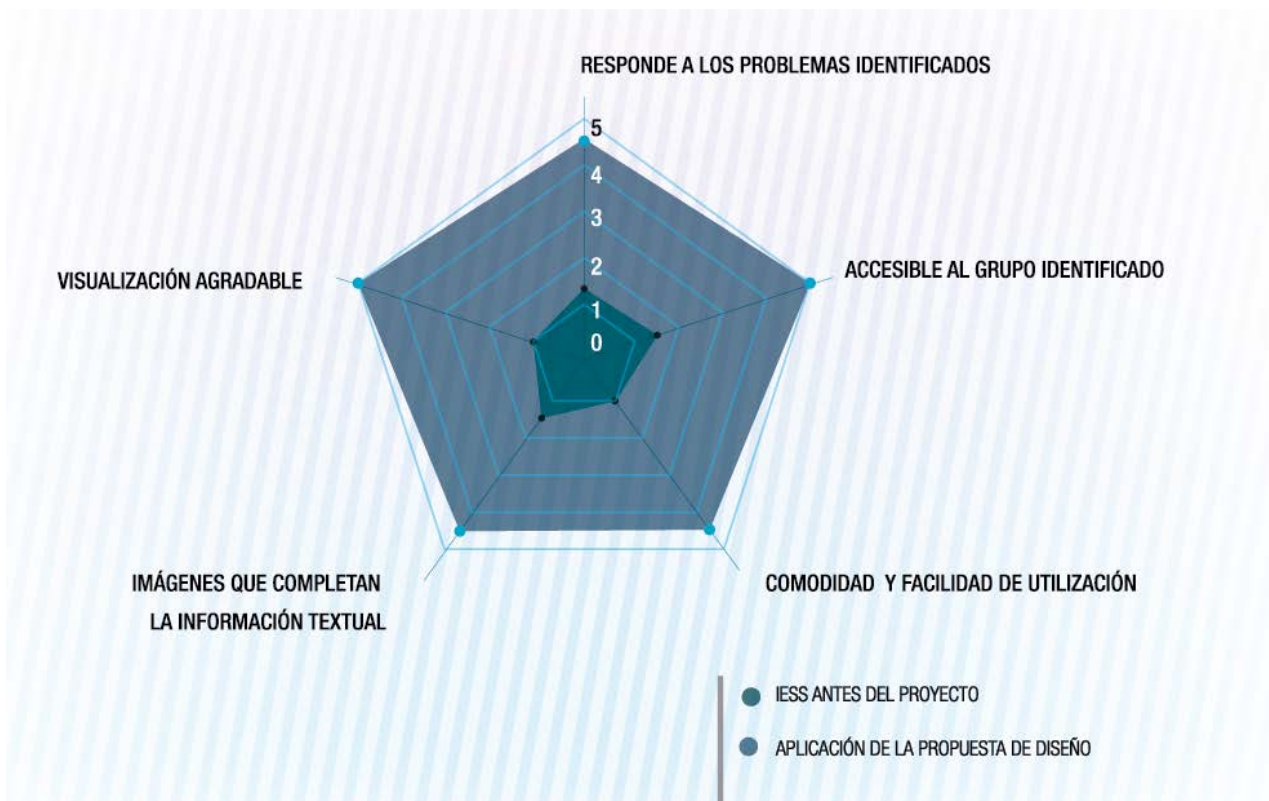


Figura 67 Telaraña de Bernstein

De forma general, a través de las encuestas realizadas se determinó la aprobación de usuarios y empleados sobre los productos diseñados, estos aseguraron sentirse cómodos utilizando las piezas gráficas y mucho mejor orientados, además en su totalidad Abogaron por que se implementen de forma permanente dentro de la entidad.

El análisis de la telaraña de Bernstein permitió demostrar que el sistema de comunicación gráfica responde con los requisitos impuestos para su proyección y a través de este pude contribuirse a un mejor funcionamiento del IESS, en cuanto al trabajo que llevan a cabo sus empleados y a la solución a los problemas que presentan los usuarios.

## **Conclusiones del capítulo**

El análisis de la producción fue importantísimo desarrollarlo pues fue primordial determinar los materiales adecuados, y los formatos necesarios para que los productos cumplan la función para la cual fueron concebidos. Por otro lado, el estudio de los costos permitió establecer que el sistema de comunicación gráfica es viable y operativo para la entidad.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

El análisis teórico-práctico efectuado, permitió detectar serias deficiencias en cuanto a la atención al usuario dentro del IESS, como por ejemplo la baja calidad de las indicaciones que recibe el usuario al llegar al departamento de información; la morosidad en su atención y la falta de información de estos afiliados con respecto al trámite que van a efectuar. Por otro lado, se identificó la falta de conocimiento de los empleados acerca de las funciones que realizan, y la no existencia de material de capacitación para que estos puedan instruirse en la atención a los clientes. También quedó claro, el desconocimiento en el uso de la informática para resolver las inquietudes de los usuarios.

El desarrollo de un sistema de comunicación gráfica aporta al mejoramiento de la eficiencia de la información de los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para aportar en el mejoramiento de la calidad del servicio y tiempo de atención a los afiliados. Al respecto se trabajó en tres aspectos fundamentales: la calidad de la información que recibe el usuario al interactuar con los empleados en las oficinas del IESS, contribuir al sistema de capacitación de los empleados, y ayudar a la comprensión de los usuarios acerca de los procedimientos que se ejecutan en la plataforma web.

El sistema de comunicación gráfica, integrado por plegables, tarjetas de preguntas más frecuentes, presentaciones interactivas, tips de atención al usuario y marketing a través de un dummy publicitario y mapas de ubicación espacial, se desarrolló en correspondencia a los problemas detectados y en función de un público objetivo representado por los afiliados y empleados del IESS; a nivel de concepto este proyecto contó con una validación a través de entrevistas a empleados con una amplia experiencia dentro del funcionamiento de la entidad y se pudo confrontar con criterios de funcionabilidad y aspectos técnicos, donde prevaleció que los productos desarrollados son comprensibles, didácticos y funcionales en cuanto a costos.

La validación final de este proyecto se efectuó dentro de la propia institución del IESS y a través de una encuesta a 50 afiliados y 12 empleados que interactuaron con el sistema de comunicación gráfica. Al respecto, se obtuvo que más del 60 por ciento de los encuestados consideraran que los productos diseñados son de gran utilidad para la comprensión de los trámites que efectuaron, además expusieron que estos tienen una elevada capacidad para resolver sus problemas dentro del IESS. Los afiliados también afirmaron que lograron disminuir el tiempo en los trámites, que se trata de piezas gráficas de muy sencillo uso y que luego de interactuar con ellas no necesitaron más información con respecto a las interrogantes que tenían al llegar a la entidad. Por su parte, más del 70% de los empleados aseguraron que comprendieron mejor sus funciones de trabajo luego recibir el material de capacitación y que no les hizo falta más información al respecto. Además, expusieron que mejoraron su desempeño laboral por tratarse de productos de fácil uso; mientras expresaron en su totalidad, la necesidad de que todos los trabajadores que estén a cargo de los módulos de atención reciban, antes de desempeñar su responsabilidad este tipo de capacitación desarrollada en el presente estudio.

### **Recomendaciones**

Se recomienda la profundización en la utilidad del diseño gráfico aplicado a la comunicación dentro de entidades de servicio público con el propósito de mejorar la calidad de la atención que se le ofrece al ciudadano en consonancia con los derechos que este tiene avalados en la constitución vigente.

Se propone la publicación del presente estudio como referente teórico para estudiantes e investigadores de la rama académica del diseño y la comunicación, ante la poca existencia en Ecuador de indagaciones sobre la aplicación del diseño gráfico como instrumento para optimizar la comunicación institucional.

Por último se recomienda la socialización de esta propuesta hacia otras entidades del IESS, donde se hayan detectado previamente problemáticas similares a las evidenciadas en el desarrollo de esta investigación.

## Bibliografía

- Alvarado, M. C. (2005, p. 267). La publicidad social: concepto, objeto y objetivos. *Redes.com. Comunicación y Desarrollo, n°2,*.
- ARCOTEL. (2015). *Internet. Boletín Estadístico del sector de las Comunicaciones.#6.* Quito.
- Borello, J., Robert, V., & Yoguel, G. (2011). *La informática en la Argentina. Desafíos a la especialización y a la competitividad* (4to ed.). Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento y Prometeo Libros.
- Borrego, D. (12 de junio de 2009). *Tlaloc Web Marketing.* Obtenido de <http://www.herramientasparapymes.com/5-errores-en-capacitacion>
- Bramston, D. (2010). *De la idea al producto.* . Barcelona: Ediciones Parramón.
- Bravo Carrasco, J. (2012). *Gestión de Procesos en Chile 2012 Diagnóstico y Propuestas.* Santiago de Chile: Evolución S.A.
- Casermeyro, M. B. (2012). *La calidad en los servicios públicos.* Salta: Secretaria General de Gobernación.
- Cryterium. (2016). *Guía de la calidad.* Obtenido de <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/gestion-por-procesos>
- De los Santos, A. (2011). *Fundamentos Visuales II. Teoría del Color.* Lima: DAT.
- De Urrutia Torres, L., & González Olredo, G. (2013). *Metodología, Métodos y Técnicas de la Investigación Social. Selección de lecturas III* (4ta ed.). La Habana: Ed. Félix Varela.
- Feged, D. (9 de enero de 2014). *La comunicación estratégica.* Obtenido de <http://www.portafolio.co/opinion/daniel-feged/comunicacion-estrategica-54094>
- Frascara , J. (2012). *Diseño de Comunicación.* Buenos Aires: Ediciones Infinito.

- Frascara, J. (2000, p. 00). *Diseño Gráfico para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito. Obtenido de <http://foroalfa.org>: <http://foroalfa.org/articulos/la-necesidad-del-diseno-de-informacion>
- Grinnell, R. (2011). *Social work research and evaluation, Quantitative and qualitative approaches*. New York: Itaca EE. Peacock Publishers.
- Guglielmetti, P. (1998). *La gestión de la capacitación en las organizaciones*. Lima: Ministerio de Salud.
- Hassan Montero, Y., & Martín Fernández, F. J. (14 de febrero de 2014). *Sistemas de Clasificación de Información*. Obtenido de [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/sistemas\\_clasificacion.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/sistemas_clasificacion.htm)
- Hernández Sampieri, Collado Fernández, & Batista Lucio. (2011). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Fernández Collado, C. (2013). *Metodología de la Investigación, Tomo II* (6ta ed.). México DF,; MC. Graw-Hill.
- IESS. (2014). *Plan Estratégico 2014-2017*. Quito: IESS.
- IESS. (24 de marzo de 2016). *IESS*. Obtenido de IESS: <https://www.iess.gob.ec/>
- Jiménez , M. C. (2005). *I ensayo fotográfico como Diseño de Información. El uso de la fotografía en la investigación exploratoria de un fenómeno social*. Puebla: Universidad de las Américas Puebla. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldf/jimenez\\_r\\_mc/capitulo\\_1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/jimenez_r_mc/capitulo_1.pdf)
- Joy, O. (2013). Nativos digitales: ¿Quiénes son y qué significa? *CNN en Español*, 1.
- Kotler, P., & Roberto, E. L. (2011). *Marketing Social. Estrategias para cambiar la conducta pública*. (8va ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- López Zubieta, P. L. (2002). Población Muestra y muestreo. *Punto Cero No. 8*, 8.

- Martínez-Gascón, F. (2008, p.34). El marketing social, una alternativa metodológica pertinente para el diagnóstico y tratamiento de las disciplinas sociales. *Ciencia en su PC*, núm. 2,, 33-42.
- Mertens, D. (2013). *Investigación y evaluación en la Educación y la Psicología: Integridad y diversidad con los métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos* (5ta ed.). Nueva York: Mil Robles Sabios.
- Mesa Rodas, J. (2013). *Grandes Tipos*. Uniandes: Santa Fe de Bogotá.
- Normas OSHAS. (2015). <http://norma-ohsas18001.blogspot.com>. Obtenido de <http://norma-ohsas18001.blogspot.com/2013/03/carga-fisica-y-mental-en-el-trabajo.html>
- Pepe, E. G. (2012). *Tipografía expresiva*. Buenos Aires: Redargenta .
- Pérez Romero, L. (2011). *Marketing Social: Teoría y Práctica*. (4ta ed.). Mexico: Prentice Hall.
- Pérez, M., & Muro, B. (2013). Sistemas de retículas: un método para diseñar nuevos conceptos de producto hacia el usuario. *Dyna*, Año 80, Nro. 181, 16-24.
- Rodgers, P., & Milton, A. (2011). *Diseño de Producto*. Barcelona. : Art Blume.
- Ruiz-Fuentes, D., Almaguer-Torres, R., Torres-Torres, I., & Hernández-Peña, A. (2014). La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos. *Ciencias Holguín, Revista trimestral*, Año XX,.
- Scheisohn, D. (2008). Dinámica de la Comunicación e Imagen corporativa. *Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

Servicios TIC. (2014). *Definición de TIC* . Obtenido de <http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html>

Sescam. (2002). *La gestión por procesos*. Toledo: Servicio de calidad de la atención sanitaria, España.

Sless, D. (10 de marzo de 2016). *Minilab*. Obtenido de Diseño de información: definir al hacer: [http://minalab.insitum.net/wp-content/uploads/2008/06/lectura\\_diseno\\_de\\_informacion.pdf](http://minalab.insitum.net/wp-content/uploads/2008/06/lectura_diseno_de_informacion.pdf)

Universidad Central de Ecuador. (14 de marzo de 2016). Contrato No. 048-2015-RE- DGRH. Quito, Pichincha, Ecuador: Centro de Transferencia de Desarrollo de Tecnologías.

Van Riel, C. (2014). *Comunicación Corporativa*. Madrid. : Ediciones Prentice Hall.

Wilson, G. F., & Eggemeier, F. T. (2001). *International Encyclopedia of Ergonomics and Human Factors*. London: Taylor and Francis.

## Anexos

### Anexo 1 Información ofrecida por los usuarios

**BASE SISTEMATIZADA DEL FORMULARIO DE APORTES CIUDADANOS**

| Nombres y Apellidos            | C.I.       | Teléfono convencional | Teléfono celular | Mail                                     | Tipo de aporte | Detalle del aporte   |
|--------------------------------|------------|-----------------------|------------------|--|----------------|--|
| Alejandro Daniel Párraga       | 1720582661 | 6010774               | 0983096443       | cons.contables<br>ytr.burton@indmail.com | —              | Revisión de sistema informático para seguridad de clave mediante la web. |
| Nancy Leticia Pallas Sotomayor | 1742893679 | 2492915               | 0939550499       | nancy.pallas@hotmail.com                 | —              | Mejor explicación por parte de personal de                               |
| Roberto Marcelo Casasco Juares | 1804470124 | 24899167              | 0995868617       | casascozm<br>@hotmail.com                | —              | Menos tiempo de esp. e. u.   |
| Edwin René Jervisachi Olmedo   | 1713732483 | 2667646               | 0968864453       | edwin.jervisachi@gmail.com               | —              | Fundas de Reser  |
| José Daniel Borrero Niño       | 1723279095 | 025136687             | 0982513815       | —  | —              | Buena Atención   |
| Inés María González Calderón   | 0300474690 | 2694129               | 0983758479       | maripos @<br>gmail.com                   | —              | Más personal para agil. atención.  |
| Rosa Jannet Carpio Vinuesa     | 1742632297 | —                     | 0988497536       | —  | —              | —  |
| David Cepeda                   | 1706375530 | 3133094               | 0998567811       | david60<br>cepeda@gmail.com              | —              | La atención podría ser más rápida.                                       |
| Jairo David Elizalde Lucena    | 2300641731 | —                     | 098606946        | elizaldej.d<br>@gmail.com                | —              | Pantallas más grandes para poder ver por                                 |
| Moncayo Andrade Rosa María     | 0603125444 | 2897329               | 0989541759       | moncayorosa82 @<br>gmail.com             | —              | Pérdida de tiempo por atención de 7                                      |
|                                |            |                       |                  |  |                |  |
|                                |            |                       |                  |  |                |  |
|                                |            |                       |                  |  |                |  |

## Anexo 2 Cuestionario aplicado a los empleados

### MODELO CUESTIONARIO PARA DETECTAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Contesta lo más sincero posible el siguiente cuestionario, marcando con una X según sea tu respuesta.

1. ¿Recibió inducción al momento de ingresar a la Institución?  
Sí ( ) NO (x) Porque no existe capacitación
2. ¿Cree necesaria la capacitación en su área de trabajo?  
Sí (x) NO ( ) Porque pero una buena herramienta al usuario a general
3. ¿Cree que usted necesita capacitación?  
Sí (x) NO ( ) En que temas? todos
4. ¿Considera importante la capacitación?  
Sí (x) NO ( ) Porque para un buen desempeño al usuario a general
5. ¿Piensa que está apto para desempeñar su trabajo?  
Sí (x) NO ( ) Porque por sus conocimientos
6. ¿Sus conocimientos le dan seguridad para hacer su trabajo, o considera que requiere capacitarse en algún tema específico?  
Sí (x) NO ( ) Porque Subsidios - Riesgos del trabajo
7. ¿Puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?  
Sí (x) NO ( ) Porque por sus conocimientos
8. ¿Le han impartidos cursos de capacitación relevantes e importantes en sus áreas de trabajo?  
Sí ( ) NO (x) Porque por liderazgo
9. ¿Los horarios de capacitación que le han dado son ajustados a su horario de trabajo?  
Sí ( ) NO (x) Porque desconocidos

Anexo 3 Plan General de Capacitación IESS, año 2016

| PLAN GENERAL DE CAPACITACION IESS |   |   |                    |                 |                   |
|-----------------------------------|---|---|--------------------|-----------------|-------------------|
| AÑO: 2016                         |   |   |                    |                 |                   |
| DIRECCION PROVINCIAL              |   |   |                    |                 |                   |
| MACROPROCESOS                     | PROCESOS  | TEMAS DE CAPACITACION   | NUMERO DE PERSONAS | DURACION EVENTO | COSTO ESTIMADO    |
| <b>GOBERNANTE</b>                 | DIRECCION PROVINCIAL  | PLANIFICACION ESTRATEGICA   | 48                 | 24              | 21.600,00         |
|                                   |   | GESTION DE LA CALIDAD   | 48                 | 16              | 14.400,00         |
|                                   |   | MANEJO DE INDICADORES   | 48                 | 8               | 12.000,00         |
| <b>AGREGADORES DE VALOR</b>       | COMISION PROVINCIAL DE PRESTACIONES Y CONTROVERSA   | MEDIACION   | 10                 | 16              | 3.000,00          |
|                                   |   | DERECHO CIVIL Y PROCESAL CIVIL  | 10                 | 16              | 3.000,00          |
|                                   |   | CODIGO ORGANICO INTEGRAL PENAL  | 10                 | 16              | 3.000,00          |
|                                   | SUBDIRECCION DE PROVINCIAL DE PRESTACIONES DEL SEGURO DE SALUD (PICHINCHA, GUAYAS, MANABI, AZUAY, IMBABURA, TUNGURAHUA, LOJA). PRESTACIONES Y JEFATURAS (CHIMBORAZO Y | AUDITORIA MEDICA  | 24                 | 40              | 21.600,00         |
|                                   |   | DERIVACION  | 24                 | 4               | -                 |
|                                   |   | FACTURACION   | 24                 | 4               | -                 |
|                                   | SUBDIRECCION PROVINCIAL DEL SEGURO SOCIAL CAMPESINO   | DESARROLLO COMUNITARIO Y SANEAMIENTO AMBIENTAL                          | 14                 | 24              | 6.300,00          |
|                                   |   | PROYECTOS DE DESARROLLO SOCIAL  | 14                 | 24              | 6.300,00          |
|                                   |   | PREVENCION DE ENFERMEDADES CRONICOMETABOLICAS DEGENERATIVAS             | 14                 | 16              | 4.200,00          |
|                                   | SUBDIRECCION PROVINCIAL DE PENSIONES Y RIESGOS DE TRABAJO   | FUNDAMENTOS PARA LA APLICACION DE LA NORMATIVA DEL SISTEMA DE PENSIONES | 20                 | 16              | 6.000,00          |
|                                   |   | COMPARACION DE LA SEGURIDAD SOCIAL CON OTROS PAISES                     | 10                 | 40              | 9.000,00          |
|                                   |   | SOSTENIBILIDAD DE LAS PRESTACIONES                                      | 20                 | 16              | 6.000,00          |
|                                   | SUBDIRECCION PROVINCIAL DE APORTES, FONDOS Y RESERVAS   | MANEJO DE INDICADORES   | 15                 | 8               | 3.750,00          |
|                                   |   | ESTADISTICA   | 15                 | 16              | 4.500,00          |
|                                   |   | PLANIFICACION TERRITORIAL   | 15                 | 24              | 6.750,00          |
| <b>DE ASESORIA</b>                | UNIDAD DE AFILIACION Y COBERTURA  | METODOS Y TECNICAS DE CALIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS                  | 8                  | 24              | 3.600,00          |
|                                   |   | PRODUCTOS Y SERVICIOS INSTITUCIONALES                                   | 8                  | 16              | 2.400,00          |
|                                   |   | CONTROL EN EL SERVICIO AL CLIENTE                                       | 8                  | 8               | 2.000,00          |
| <b>DE APOYO</b>                   | SUBDIRECCION PROVINCIAL DE SERVICIOS CORPORATIVOS   | DESARROLLO ORGANIZACIONAL   | 5                  | 24              | 2.250,00          |
|                                   |   | CONTROL Y ADMINISTRACION DE BIENES PUBLICOS                             | 5                  | 24              | 2.250,00          |
|                                   |   | ANALISIS FINANCIERO   | 5                  | 16              | 1.500,00          |
|                                   |   | <b>REGIMEN DISCIPLINARIO</b>  |                    |                 |                   |
|                                   |   |   |                    |                 | <b>145.400,00</b> |

Anexo 4 Trabajadores que laboran en atención al cliente.

| tipo                         | cedula     | nombres                              | fecha_nacimiento | salario_base |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|------------------|--------------|
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1711539435 | AVILES GALVEZ DAMARYS YESSENIA       | 01/03/1988 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1708476120 | AYALA SEGOVIA SUSAN PAOLA            | 10/04/1975 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1714913165 | BENALCAZAR NARVAEZ JHOSUA LUIS       | 12/01/1991 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1717546699 | CARDENAS NASNER PABLO ROBERTO        | 07/01/1988 0:00  | 817          |
| CONTRATO EN PARTIDA ESPECIAL | 1104587975 | CARRION CUEVA LUIS ANGEL             | 25/05/1983 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1003605092 | CASTRO VILLACRES JENIFFER CAROLINA   | 19/11/1987 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1724456791 | CHANGO AYALA ANDREA SAMANTA          | 02/04/1990 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1715031256 | COBOS VIEJÓ JOHANNA PAOLA            | 26/09/1984 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1717188302 | CORONEL RACINES ISRAEL ALEJANDRO     | 02/09/1987 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1708103278 | DUARTE OCHOA ALEXANDRA DEL PILAR     | 18/12/1972 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1708723695 | ESTRELLA MALDONADO EZEQUIAS RAMIRO   | 16/12/1965 0:00  | 531          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1724396930 | FARIAS OCHOA DIANA TERESA            | 17/09/1990 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1715494736 | FLORES CARDENAS DAVID ANDRES         | 13/10/1982 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1716092562 | GRANDA GAONA KARLA PAOLA             | 19/12/1980 0:00  | 1676         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1718085259 | GUZMAN AGUAYO JAIME PATRICIO         | 21/02/1988 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1716535578 | ITURRALDE GARCIA PAULINA ANDREA      | 10/03/1980 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1712905551 | IZA TORRES MARIA BELEN               | 26/12/1980 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 0925391500 | JIMENEZ SALAZAR FERNANDO FABIAN      | 17/09/1986 0:00  | 1676         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1716635642 | LAVERDE VALVERDE MARIA ISABEL        | 08/09/1991 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1714233523 | MOLINA BALLESTEROS JESSICA ALEJANDRA | 25/04/1987 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1708836349 | MORENO HERRERA ALLYSON VERONICA      | 24/09/1965 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1710569706 | PALACIO GARCIA PAOLA VANESA          | 14/09/1975 0:00  | 1212         |
| CONTRATO EN PARTIDA ESPECIAL | 0401331376 | PEÑA HERRERA DIANA CRISTINA          | 17/05/1988 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1714514146 | PESANTEZ RIVADENEIRA KARLA DANIELA   | 07/02/1981 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1714514146 | PESANTEZ RIVADENEIRA KARLA DANIELA   | 07/02/1981 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1722990494 | PICHUCHO GALLARDO JAIME LUIS         | 12/12/1991 0:00  | 531          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1722990494 | PICHUCHO GALLARDO JAIME LUIS         | 12/12/1991 0:00  | 531          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1713067625 | PORTILLA ALBAN GERMAN DARIO          | 19/05/1990 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1713067625 | PORTILLA ALBAN GERMAN DARIO          | 19/05/1990 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1723549893 | PROAÑO PAREDES DIEGO SEBASTIAN       | 20/10/1989 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1723549893 | PROAÑO PAREDES DIEGO SEBASTIAN       | 20/10/1989 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1723342091 | RECALDE ZAMBRANO VICTOR WLADIMIR     | 19/07/1989 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1723342091 | RECALDE ZAMBRANO VICTOR WLADIMIR     | 19/07/1989 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1721947172 | RIVERA CONDEMAITA MAYRA ELIZABETH    | 07/11/1987 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1721947172 | RIVERA CONDEMAITA MAYRA ELIZABETH    | 07/11/1987 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1720533015 | SANMARTIN VACA DIEGO FRANCISCO       | 05/08/1993 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1720533015 | SANMARTIN VACA DIEGO FRANCISCO       | 05/08/1993 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1716467491 | TOAPANTA ZAPATA OMAR MARCELO         | 08/09/1981 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1716467491 | TOAPANTA ZAPATA OMAR MARCELO         | 08/09/1981 0:00  | 1212         |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1706946397 | TOSCANO GUTIERREZ VERONICA ALEXANDRA | 26/02/1973 0:00  | 817          |
| LOSEP CONTRATO CARGO VACANTE | 1706946397 | TOSCANO GUTIERREZ VERONICA ALEXANDRA | 26/02/1973 0:00  | 817          |

Anexo 5 Estimaciones del tiempo de espera según trámites efectuados.

|    | Servicio                        | Ultimo ticket | Clientes Esperando | Módulos Atendiendo | Clientes Modulo | T. Estima Espera | T. Real Espera | Clientes Atendidos | T. Maximo Espera |
|----|---------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|-----------------|------------------|----------------|--------------------|------------------|
| 1  | 01 - DESBLOQUEO DE CLAVE        | 95            | 1                  | 0                  | 0               |                  |                |                    |                  |
| 2  | 02 - CERTIFICADOS CTAS. BANCARI | 172           | 98                 | 2                  | 49              | 3:02:20          | 3:47:56        | 95                 | 0:01:00          |
| 3  | 03 - ASESORIA FR. C. AV         | 193           | 46                 | 2                  | 23              | 2:30:16          | 1:58:30        | 172                | 0:03:40          |
| 4  | 04 - CLAVES PATRONALES          | 46            | 7                  | 1                  | 7               | 1:27:24          | 1:15:44        | 193                | 0:04:00          |
| 5  | 05 - CODIGO ASIG. EXTRANJEROS   | 28            | 3                  | 0                  | 0               | 0:24:16          | 0:39:28        | 46                 | 0:03:56          |
| 6  | 06 - CERTIFICADO NO TENER TRABA | 36            | 1                  | 0                  | 0               | 0:06:20          | 0:15:50        | 28                 | 0:01:12          |
| 7  | 07 - TRABAJO SOCIAL             | 639           | 67                 | 4                  | 16              | 0:01:00          | 0:01:16        | 36                 | 0:01:14          |
| 8  | 08 - ATENCION PREFERENCIAL      | 0             | 4                  | 0                  | 0               | 0:26:48          | 0:53:16        | 639                | 0:02:26          |
| 9  | 09 - ASESORIA DE EMPRESAS       | 150           | 20                 | 1                  | 20              | 1:09:40          | 5:48:20        | 0                  | 0:00:00          |
| 10 | 10 - JUZGADO DE COACTIVA        | 70            | 8                  | 2                  | 4               | 0:44:40          | 1:12:06        | 150                | 0:05:02          |
| 11 | 11 - FR. CESANTIA. FALLECIDOS   | 0             | 0                  | 0                  | 0               | 0:06:56          | 0:20:32        | 70                 | 0:05:14          |
| 12 | 12 - CERTIFICADO DE AFILIACION  | 0             | 0                  | 0                  | 0               | 0:00:00          | 0:00:00        | 0                  | 0:00:00          |
| 13 | 13 - ACUERDOS ADMINISTRATIVOS   | 43            | 0                  | 1                  | 0               | 0:00:00          | 0:00:00        | 43                 | 0:06:06          |
| 14 | 14 - DERIVACIONES               | 178           | 17                 | 5                  | 3               | 0:09:38          | 0:32:32        | 178                | 0:08:56          |
| 15 | 15 - SUBSIDIOS                  | 46            | 6                  | 1                  | 6               | 0:29:00          | 0:50:30        | 46                 | 0:03:36          |
|    | <b>Totales</b>                  |               | <b>278</b>         | <b>19</b>          | <b>14</b>       |                  |                | <b>1696</b>        |                  |

**Módulos del 1 - 44**

Anexo 6 Encuesta a los afiliados

FORMULARIO DE APOORTE CIUDADANO

(ENCUESTA)

Nombres y Apellidos:.....

C.I.: .....

Conteste el siguiente cuestionario marcando con una X según sea su respuesta.

1. ¿Le pareció que fue útil el producto?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

2. ¿Le ayudó a resolver su pregunta o problema?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

3. ¿Cree usted que le ayuda a disminuir el tiempo de su trámite?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

4. ¿Cree usted que fue entendible y de fácil uso?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

5. ¿Cree usted que necesitaría más información acerca del tema?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

RECOMENDACIÓN:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

FORMULARIO DE APOORTE EMPLEADO IESS

(ENCUESTA)

Conteste el siguiente cuestionario marcando con una X según sea su respuesta.

1. ¿Cree que el material impartido le ayuda a entender los procesos a manejarse?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

2. ¿Cree que la información impartida en el material fue de crecimiento y de enriquecimiento en su desempeño dentro de la Institución?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

3. ¿Cree que debería impartirse este tipo de material antes de desempeñar su trabajo?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

4. ¿Cree usted que fue entendible y de fácil uso?

Si ( ) No ( ) Porque:.....

5. ¿Cree usted que necesitaría más información acerca del tema?

Si ( ) No ( ) Porque:.....