

# LA GOBERNABILIDAD ELECTRÓNICA EN MÉXICO; EVALUACIÓN DE PORTALES

## ELECTRONIC GOVERNANCE IN MEXICO; EVALUATION OF SITES

---

*Dra. Alma Lilia Sapién Aguilar*

*Dra. Laura Cristina Piñón Howlet*

*Dra. María Del Carmen Gutiérrez Díez*

Universidad Autónoma de Chihuahua de México

### *RESUMEN*

Las tecnologías de la información, como los portales web, han cambiado la forma de relacionarse entre los gobiernos y sus gobernados. El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la ciudad de Chihuahua, Chihuahua, México, con el objetivo de analizar la percepción de los expertos a través de la evaluación de los portales gubernamentales de México. Los resultados revelaron que los expertos tuvieron diferentes patrones en la evaluación. Se determinó que el estado de Puebla en México fue el que diseñó y presenta el mejor portal. Se recomienda disminuir el número de preguntas en el instrumento así como aumentar el número de expertos y la distribución geográfica de los mismos para evitar sesgos.

*Palabras Clave:* Gobierno electrónico, México, modelo de evaluación.

### *ABSTRACT*

The new information technologies such as the web portals have changed the way to communicate among the government and people. The present research was conducted in the city of Chihuahua, Chihuahua, Mexico, in order to develop a model to evaluate the web sites of the state governments in Mexico. The results showed that experts had different evaluation's patterns; one has a tendency to qualify high while other had a tendency to qualify regular. The analysis showed that the State of Puebla designed and, presently has the best web portal in Mexico. It is recommended to reduce the number of questions in the instrument as well as to increase the number of experts and geographic distribution to reduce bias.

*Keywords:* Electronic governance, Mexico, evaluation model.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información llegaron para cambiar la forma de relacionarse y de organizarse en la sociedad. Los gobiernos como administradores de los bienes de la sociedad no están exentos de cambios. De esta manera, la sociedad, en sinergia con los cambios en las tecnologías de la información impulsan cambios de paradigmas en la forma como el gobierno se comunica con sus gobernados (Markus, 2001). Los portales como el nombre lo sugiere, son la entrada a la información que ahí se presenta (Reidenbach, 2010), mientras que las redes de Internet se establecieron para dar rapidez a las múltiples operaciones que se ofrecen (Hamaker, 2009). Por esta razón, los portales representan una herramienta ideal de comunicación entre el gobierno y sus gobernados (EPA, 2007); es decir, con diferentes grupos sociales, agrupaciones, empresarios, amas de casa y/o ciudadanos que requieran algún servicio en particular del gobierno (News Network, 2011). Por ejemplo, Fiddler (2009) mencionó que el presidente de MNC (Métis National Council) Clement Chartir anunció la aparición de un portal dedicado a todos los miembros de su agrupación y sus familias, y donde, ese portal muestra fotos y videos de historias de los veteranos de Canadá, entre otros servicios. Marsan (2002) en otro artículo especificó que el portal de gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica (Government's web Portal) fue visitado por 50 millones de usuarios para recibir información en línea sobre una gran variedad de servicio como pasaportes, impuestos, préstamos estudiantiles, beneficios, parques nacionales y otros. Así, a medida que se ofrecen más servicios en el portal de Internet en el ámbito público, otros factores como la información, la seguridad en las transacciones y la transparencia en las actividades del gobierno, toman particular importancia para la sociedad.

Está claro que los E-gobiernos deben aportar transparencia, seguridad,

certidumbre y privacidad en las operaciones y/o consultas hechas a través de sus portales (Gillette, 2003; IREM, 2005). Un modelo de evaluación representa una supervisión directa a los portales públicos que se auditan, dan certeza al usuario de la calidad del portal en el manejo de la información que en él se deposita y le da prestigio al cumplir con los requisitos indispensables para un buen funcionamiento (Bringula y Basa, 2011). El objetivo de este estudio fue analizar la percepción de los expertos a través de la evaluación de los portales gubernamentales de México. Es importante mencionar que se consideró que la gobernabilidad electrónica tiene como objetivo mejorar el suministro de información y de servicios a los diferentes tipos de usuarios, así como estimular la participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones del gobierno. Es necesario especificar también que para poder evaluar la calidad de un portal se debe establecer un mecanismo; como por ejemplo, un cuestionario que refleje la confiabilidad, calidad de servicios, transparencia, rapidez de respuesta y facilidad de uso.

## **2. MATERIALES Y MÉTODOS**

El estudio se realizó en el periodo de noviembre y diciembre de 2010 en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua la cual se encuentra en la ciudad de Chihuahua, Estado del mismo nombre en México. Se consideró el total de portales que existían al momento del análisis en los diferentes Estados de México; es decir, 32 Estados, incluyendo al gobierno del Distrito Federal (DF). Por tanto, la unidad de análisis fue cada uno de los portales web que exhibía cada gobierno de los diferentes Estados.

El instrumento utilizado fue un cuestionario, el cual fue diseñado con un total de 53 preguntas. El cuestionario contenía siete secciones con el propósito de dar respuesta a la evaluación de los siete indicadores bajo estudio. Es decir, de la pregunta 1 a la pregunta 6 se evaluó el contexto del portal (Indicador 1=contexto), donde se consideró la estética del portal y su percepción funcional; es decir, la evaluación se centró en el cómo del diseño. Se definió como la percepción de una interfaz del cliente ante la pantalla el cual podía ser clasificado por categorías, de acuerdo con los criterios funcional y estético. De la pregunta 7 a la pregunta 13 se caracterizó la comunidad (Indicador 2-comunidad) definida como la interacción entre los usuarios del portal. Es importante especificar que este indicador no vislumbró las interacciones de usuario a usuario; no obstante, es entendible que la comunicación de usuario a usuario puede ocurrir, o bien, entre un usuario y muchos. Se consideró una sensación de membresía en un grupo junto con un sentido fuerte de participación e intereses comunes de dicho grupo. Está claro que la comunidad no solo contiene elementos de interés común y aceptación de grupo, sino que cuenta con la participación individual. De la pregunta 14 a la pregunta 21 sirvió para conocer el nivel de comunicación (Indicador 3=comunicación). Este indicador representó el diálogo entre el portal y sus usuarios bajo tres formas; comunicación de portal a usuario, usuario a portal o comunicación bilateral.

Este indicador contempló toda la temática digital en el portal (texto, video, audio y gráficos), así como la forma en que se presentaba y sus dominios. Este indicador incluía ofertas de producto, servicio, información y se enfocaba en el qué hay; es decir, la información digital incluida en el portal. De la pregunta 22 a la pregunta 28 se evaluó el contenido (Indicador 4=contenido) donde se contempló toda la temática digital en el

portal (texto, video, audio y gráficos), así como la forma en que se presentaba y sus dominios. Este indicador incluía ofertas de producto, servicio, información y se enfocaba en el qué hay; es decir, la información digital incluida en el portal. De la pregunta 29 a la 36 se midió la conversión (Indicador 5=conversión) definida como la capacidad del portal para ajustarse, o bien, que un determinado usuario se ajuste. Cuando una empresa inicia esta capacidad se llama adaptación, cuando lo hace el usuario, se denomina personalización. De la pregunta 37 a la 43 se midió la conexión (Indicador 6=conexión) que representó el grado en que un portal determinado puede enlazarse con otros a través de un salto de hipertexto de un hipervínculo desde una página web a otra. Normalmente, estos vínculos están fijos en una página web y se presentan con mayor frecuencia ante el usuario mediante palabras subrayadas o resaltadas, o a través de una imagen o un gráfico. De la pregunta 44 a la 53 se evaluó el comercio (Indicador 7=comercio) definiéndose como la venta de bienes, productos o servicios en el portal. Las capacidades del comercio son aquellas características de la interfaz para el cliente que respaldan los distintos aspectos de las transacciones comerciales.

Se solicitó que contestaran el cuestionario a tres expertos (E1, E2 y E3), personas reconocidas, respetadas por sus pares y de gran experiencia profesional en diseño de interfaces. Las preguntas se basaban en respuestas bajo una escala de Likert; es decir, con opciones de cinco puntos (de 1 a 5); en específico, se ofrecían las siguientes opciones de respuesta; pésimo (P), malo (M), regular (R), bueno (BU) y excelente (E). El análisis de la información se realizó, en una primera etapa, en observar las diferencias entre los expertos a través de las frecuencias de respuestas en cada uno de los indicadores, y después, en una segunda etapa se analizaron las

relaciones entre las mismas.

### **3. RESULTADOS**

En la Gráfica 1 se detallan los resultados obtenidos para el indicador de contexto. Es notorio que los expertos E1 y E3 evaluaron el contexto del portal de forma entre muy bien y excelente, mientras que E2 tendió a evaluar de forma bien/regular. Estos resultados indican que se consideró adecuada la estética de los portales así como la percepción funcional; es decir, la evaluación se centró en el cómo del diseño. Posiblemente se perciben la estructura y la organización de los portales como adecuadas. En la Gráfica 2 se presentan los resultados para el indicador de comunidad. Se observa que la tendencia va de regular a mala por los tres expertos. Esto indica que la interacción entre los usuarios con los portales se considera baja. Es importante especificar que este indicador no vislumbró las interacciones de usuario a usuario; no obstante, es entendible que la comunicación de usuario a usuario puede ocurrir, o bien, entre un usuario y muchos.

La Gráfica 3 muestra los resultados para el indicador de comunicación donde se observa que E1 y E3 evaluaron de manera similar éste indicador ya que se notan valores de bien/regular a excelente. Por otro lado también es notorio que E2 evaluó más de la mitad en regular. Este indicador representó el diálogo entre el portal y los usuarios bajo tres formas; comunicación de portal a usuario, usuario a portal o comunicación bilateral.

Con respecto al indicador de contenido, la Gráfica 4 está mostrando que E1 y E3 fueron similares en la evaluación ya que ubicaron la mitad de las preguntas en un rango de muy bueno a excelente. Además, la gráfica muestra que E2 tiende a continuar

evaluando como bien/regular. En este indicador de contenido se consideró toda la temática digital en el portal (texto, video, audio y gráficos), así como la forma en que era presentado. Este indicador incluía ofertas de producto, servicio, información y se enfocaba en el qué hay; es decir, la información digital incluida en el portal.

La Gráfica 5 muestra los resultados para el indicador de conversión, donde se observa que los expertos evaluaron con una tendencia hacia la media alta. Estas tendencias posiblemente indican que los expertos consideraron que los portales cumplían con todos los elementos necesarios evaluados. En otras palabras, el contenido mostraba alternativas para tener acceso a él, así como un motor de búsqueda interno. En los resultados obtenidos para el indicador de conexión (Gráfica 6) se observa que no hay congruencia entre los tres expertos, ya que cada uno evalúa de forma diferente. Sin embargo, la tendencia se inclina a evaluar de forma muy bien/bueno a excelente. Es importante mencionar que E3 no evaluó veintisiete portales de la pregunta cuarenta y tres, que mide la navegación del portal con cualquier sistema operativo. Este indicador representa el grado en que un portal determinado puede enlazarse con otros a través de un salto de hipertexto de un hipervínculo desde una página web a otra. Normalmente, estos vínculos están fijos en una página web y se presentan con mayor frecuencia ante el usuario mediante palabras subrayadas o resaltadas, o a través de una imagen o un gráfico. La Gráfica 7 señala los resultados para el indicador de comercio donde se observa que E1 y E3 evaluaron la mayoría de los aspectos entre muy buenos y excelentes. Por otro lado, E2 continuó evaluando más de la mitad en bien/regular. Cabe mencionar, que E2 no evaluó 29 portales de la pregunta número 50 que valoraba la seguridad del portal para realizar transacciones con cuentas bancarias. Además, este experto tampoco evaluó 31 portales de la pregunta 51 que estimaba la privacidad y

protección de la información. El indicador comercio se definió como la venta de bienes, productos o servicios en el portal. Las capacidades del comercio son aquellas características de la interfaz para el cliente que respaldan los distintos aspectos de las transacciones comerciales.

#### **4. CONCLUSIONES**

Del objetivo central que fue analizar la percepción de los expertos a través de la evaluación de los portales gubernamentales de México, se puede concluir:

1. Los resultados mostraron que los indicadores contexto y conversión fueron los que obtuvieron una calificación más alta entre los expertos. Los indicadores comercio y comunidad fueron evaluados con tendencia baja, esto debido a la no respuesta en la evaluación por parte de algunos de los expertos en ciertos portales. El indicador de mayor peso dependerá del modelo de negocios en el cual se apoye la organización que opera al portal.
2. Hubo una tendencia central en la evaluación por parte del experto 2, mientras que el experto 3 la mayoría de las veces respondió con una tendencia alta. El experto 1 no mostró ningún patrón en sus respuestas. Es posible que las diferencias en las evaluaciones hechas por los expertos a los portales de los estados en México se deba al número de expertos, por lo cual se sugiere incrementar el número de expertos en estudios futuros.
3. El instrumento aplicado fue muy extenso y agotador ya que además, se evaluaron 32 portales. Hubo elementos que no se pudieron responder ya que eran algo ambiguos o imprecisos o fuera del alcance para ser evaluados.
4. A pesar de sus discrepancias en la evaluación, los expertos coinciden en que el

portal mejor evaluado es el que corresponde al estado de Puebla. En los resultados publicados de una investigación realizada por la revista política digital en el 2010, coincide en que Puebla es el segundo lugar mejor clasificado.

**Recomendaciones:**

Para investigaciones futuras:

1. Disminuir el número de preguntas en el instrumento, para facilitar el llenado de la evaluación.
2. Aumentar el número de expertos y su distribución geográfica para evitar sesgos al momento de evaluar portales ya conocidos por ellos.

## Referencias Bibliográficas

Bringula, R.P., Basa, R. (2011). Factors affecting faculty web portal usability. (Report).

Educational Technology & Society. International Forum of Educational Technology & Society. Consultado el 17 de febrero de 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1G1-276518122.html>

EPA, (2007). Environmental protection Agency. U.S. EPA launches new tribal portal

Web site. Environmental Health-'Net; Environmental Protection Agency. Brief article. Journal of Environmental Health. National Environmental Health Association. Obtenida el 17 de febrero del 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1G1-171773221.html>

Fiddler, Ch. (2009). Government announces funding for Web Portal to help Métis veterans. Saskatchewan Sage. Aboriginal Multi-Media Society of Alberta (AMMSA). Obtenida el 17 de febrero de 2012, de <http://www.highbeam>

Gillette, B. (2003). State's portal on the Web named one of the best. The Mississippi Business Journal. The Dolan Company. Obtenida el 17 de febrero del 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1P3-299608281.html>

Hamaker, Ch. (2009). Start me up: customers log on to telco web portals (INDUSTRY Innovator). Rural Telecommunications. National Telephone Cooperative Association. Obtenida el 17 de febrero del 2012, de

<http://www.highbeam.com/doc/1G1-200881668.html>

IREM, (2005). Institute of Real Estate Management. www.firstgov.gov. US government's official Web portal. Brief Article. Journal of Property Management. Institute of Real Estate Management. Obtenida el 17 de febrero de 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1G1-139558656.html>

Markus, M.R. (2001). Decent society and/or civil society?. Social Research. New School for Social Research. Obtenida el 17 de febrero del 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1G1-83144757.html>

Marsan, C.D. (2002). AT&T to host key federal Web portal. Network World. Network World Inc./IDG. Obtenida el 17 de febrero del 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1G1-91351124.html>

New Network, (2011). Manufacturing Intelligence Software reports real-time facility data. (Proficy[R] Real-Time Information Portal Provides Web-Based Usability and Performance Improvements to Facilitate Business Decisions Based on Real-Time Facility Data). Product News Network. ThomasNet, Incorporated. Obtenida el 17 de febrero del 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1G1-247318297.html>

Reidenbach, F. A. (2010). web portal for searching multiple clinical trial registries is available at <http://ifpma.org/clinicaltrials>. Briefly Noted. American Medical

Writers Association Journal. American Medical Writers Association. Obtenida el 17 de febrero de 2012, de <http://www.highbeam.com/doc/1G1-268312017.html>













