Ecosistema de Datos y la Competitividad

COORDINADORES

JOSÉ SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ PAOLA IRENE MAYORGA-SALAMANCA



INTRODUCCIÓN

Una de las consideraciones importantes que se han originado en este año 2020, es la presentación de una pandemia de covid-19, la cual ha originado que las organizaciones y todas las personas hayan tenido que buscar nuevas transformaciones en la forma de hacer las cosas, desde la impartición de clases, la forma de vender al público por medio de plataformas virtuales, por lo que el mundo se encuentra en un proceso de dirupción, lo cual lo cual propicia que la innovación y la creatividad sean una fuente primordial en la vida de todos, por la problemática que ha dejado esta pandemia, para lo cual, varios capítulos abordarán dicho tema por la importancia que reviste.

En este libro se presentan diversas aportaciones de diversos autores sobre la competitividad global, para ello, se inicia con un estudio del cambio organizacional en los comercios de Guadalajara, el estudio de los ecosistemas de datos agrícolas dentro de la horticultura de México, la competitividad de los negocios inclusivos, situación que refuerza la importancia de la eliminación de la exclusión; otros estudios realizan investigación sobre los impactos de la competitividad en la industria de la confección del vestido en México, por otra parte se realiza un estudio del aprendizaje organizacional y el impacto de la satisfacción en el turista michoacano, también se analiza la competitividad de las empresas cerveceras artesanales de México, además estudios e impactos del marketing digital en las pymes por el paradigma del COVID-19, así también se analizan las políticas de ciencia y tecnología en dentro de la 4T, el programa de pueblos mágicos y la influencia en la competitividad de Huachinango Puebla, finalmente se hace un análisis del clúster europeo hacia el clúster de turismo de salud en Tijuana, así como un análisis del clima laboral en una manufacturera automotriz de Piedras Negras.

Dentro de otro de los temas vitales es el de la innovación tecnológica y los datos, para ello, se empieza con el estudio de la compra de tecnología y la producción sustentable en empresas de México, después se analiza el sistema de evaluación LIFO para la gestión de talentos en las empresas, seguido del estudio de la competitividad en ciudades inteligentes, el uso de aplicaciones móviles en el transporte público en nuestro país, la creación de pymes de base tecnológica sustentada primordialmente en la innovación de productos, así como, la innovación tecnológica en el sector dermatológico. Dentro de este tema primordial también se analiza la acreditación de laboratorios de accesorios para baño y cocina como ventaja competitiva, la mejora de productividad en la industria del vestido en Tehuacán por medio del Lean Manufacturing, la situación competitiva de la industria cervecera mexicana por el período 2013-2018, un estudio acerca de los impactos del COVID-19 en la economía mundial, por otro lado, se estudia el modelo de calidad de voz como estrategia competitiva centrada en las personas, la influencia de los aspectos productivos en la competitividad de la pyme manufacturera de

Aguascalientes, análisis econométrico de la inversión extranjera directa en México y economías del APEC durante el periodo 1990-2019, el estudio del clúster en la fabricación de guitarras en municipio de Paracho, la ventaja competitiva por medio de la gestión ambiental, impactos de la competitividad de los productos agrícolas de México para América del Norte. En otro contexto, se realizan estudios sobre el abatimiento de la pobreza y la competitividad en la agroindustria latinoamericana, la reestructuración industrial y los efectos en la productividad del sector agrícola de Guanajuato, las TICIs y sus impactos en la competitividad de las pymes exportadoras del país, así como los modelos de excelencia respecto a los indicadores de gestión de clúster, finalmente, se integran los trabajos de innovación y competitividad en el sector alimentario bajo condiciones deCOVID-19, los factores para toma de decisión de compra en tiendas de conveniencia de Armería, la voz del consumidor como valor agregado en la productividad, y la problemática de la apicultura y su impacto en la competitividad en Altamirano Chiapas.

En relación con uno de los temas importantes sobre la educación, gestión de conocimiento y creación de valor, se inicia con una investigación respecto a la representación social de alumnos de la escuela superior de turismo del IPN, enseguida se realiza un modelo de planeación estratégica para lograr competitividad en las pymes del sector manufacturero en el sector de telecomunicaciones, se estudian las causas de los fracasos en las empresas familiares de Monclova, por otro lado se observn los factores de influencia de percepción de los estudiantes universitarios en la construcción de paz en el sur de Colombia, la formación para la investigación buscando la creación del conocimiento, la propuesta de evaluación, diseño y equipamiento en los laboratorios de cómputo en secundaria para la asignatura de informática, la gestión del conocimiento y estilos de liderazgo dentro de una cultura competitiva en empresas rurales. En otro orden de ideas, se estudian los impactos de los proyectos de física en las relaciones interpersonales de estudiantes de bachillerato, la identificación de competencias profesionales en el sector turismo de Tijuana, las líneas de investigación de las industrias culturales y creativas, además, las investigaciones sobre el fomento de una cultura de ahorro para el retiro competitivo, la competitividad de las IES públicas desde el punto de vista del personal académico, la innovación de los procesos educativos para fomentar la educación virtual y las tutorías dentro de la competitividad universitaria frente al COVID-19, el fomento de la cultura emprendedora de los estudiantes del CUCEA de la Universidad de Guadalajara, así como la relación entre valor percibido y lealtad en el cuidado de la piel del producto verde.

Respecto a la responsabilidad social y equidad de género, se presentan los estudios respecto a la rentabilidad de las empresas mexicanas con una mayor participación de las mujeres en la alta dirección, la sustentabilidad de los negocios en el sector comercial aéreo en Latinoamérica, el

encuadramiento femenino y la publicidad, la sustentabilidad y pobreza con las estrategias para su mejora, los acuerdos internacionales como facilitadores de la producción orgánica y sustentable, la responsabilidad social de los alumnos de la FCA de la UAC, así como estudios sobre la responsabilidad social universitaria de la JUMSNH, y finalmente los impactos de responsable social corporativa en la industria manufacturera de la ZMG.

Concerniente con el tópico de las estrategias financieras emprendimiento y cadena de suministro, se inicia con el trabajo de investigación sobre la gestión de proveedores como ventaja competitiva de las mipymes en Chilapa, después se analiza la evaluación de proyectos de inversión y sus opciones reales, el crowfunding como alternativa en la recuperación económica post COVID-19, el impacto del crecimiento de la rentabilidad en el sector de transformación en México, para finalmente estudiar la cadena de suministro como factor clave en la competitividad de las pymes en Aguascalientes.

Dr. José Sánchez Gutiérrez

Presidente de RIICO

INDICE

COMPETITIVIDAD GLOBAL

Influencia del diseño organizacional en un cambio organizacional en comercios de la ZMG	1
Luis Alberto Bellon-Álvarez, Margarita Isabel Islas-Villanueva y Francisco Javier López- Cerpa	
Ecosistema de datos agrícolas: sector hortícola mexicano Alejandra Rosales-Soto, Ricardo Arechavala-Vargas y Bernardo Jaen-Jimenez	21
Competitividad en los Negocios inclusivos, desde la Teoría de la Base de la Pirámide Zyanya Alejandra Soriano-Pérez y Alma Delia Torres-Rivera	41
Análisis de la tendencia en la investigación de la competitividad de la industria de la confección del vestido en México (1996-2018)	56
Patricia Zavala-Villagómez, Dora Aguilasocho-Montoya y Evaristo Galeana-Figueroa	
Aprendizaje organizacional y satisfacción del turista en Michoacán Yuselim Angélica Villa-Hernández, Virginia Hernández-Silva y Salvador Madrigal- Moreno	74
Retos de la competitividad en las empresas cerveceras artesanales de México Araceli Rendón-Trejo, Irene Juana Guillén-Mondragón y Andrés Morales-Alquicira	85
Estrategias de marketing digital en las pymes como nuevo paradigma de los negocios después del COVID-19	105
Marco Alberto Valenzo-Jiménez, Víctor Béjar-Tinoco y Jaime Apolinar Martínez-Arroyo Las políticas en ciencia y tecnología ¿todos son lo mismo? Gobiernos anteriores y la propuesta de la 4ª transformación	120
Hugo Martín Moreno-Zacarías, Renato Francisco González-Sánchez y Martha Beatriz Santa Ana-Escobar	
El Programa Pueblos Mágicos como favorecedor de la competitividad en Huauchinango, Puebla	141
Avelina García-Sánchez, Emma Biviano-Pérez y Evelyn Sosa-Larrainzar	
Análisis de requerimientos de la secretaría europea para el análisis del clúster (esca) hacia	156
el distintivo plata del clúster de turismo de salud de Tijuana	
Karen Isabel Zavala-Rodríguez y Mario Alberto Castillo-Greiner	

Análisis de las variables que influyen en el clima laboral en una manufacturera automotriz 172 en Piedras Negras Coah.

Clara Patricia Buentello-Martínez, Nemecio Lorenzo Valenzuela-Salazar y Lilia Alanís-Gómez

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA Y DATOS

El proceso de negociación de compra de tecnología y la operación efectiva de producción sustentable en empresas mexicanas	188
Daniel Pineda-Domínguez, Amalia Clara Torres-Márquez y Fátima del Rosario	
Rodríguez-Fuentes	
Sistema de evaluación lifo en la gestión de talentos en la organización	
Blanca Estela Montano-Pérez, Laura Leticia Gaona-Tamez y Rosa Hilda Hernández- Sandoval	209
Tendencias en torno a la competitividad de las ciudades inteligentes: aproximación desde	
un análisis bibliométrico	229
Carlos Estrada-Zamora y Antonio de Jesús-Vizcaíno	
Use of mobile applications in individual public transportation in Mexico	245
Claudia Leticia Preciado Ortiz	245
Oportunidades para la Creación de Pequeños Negocios de Base Tecnológica Sustentada en	266
la Innovación de Producto	
Emma Frida Galicia-Haro, Ana Lilia Coria-Páez e Irma Cecilia Ortega-Moreno	
La importancia de la administración de la innovación tecnológica para empresas del sector	
dermatológico (cosmético) a nivel internacional	279
Irma Cecilia Ortega-Moreno, Emma Frida Galicia-Haro y Ana Lilia Coria-Páez	

VENTAJA COMPETITIVA Y DESARROLLO ECONÓMICO

Modelo basado en el factor humano para la acreditación de laboratorios de ensayos de accesorios para baño y cocina para la generación de ventajas competitivas Nallely Maricruz Frias-Oropeza y J. Jesús Ceja-Pizano	296
Mejora de la productividad de la industria del vestido de la región de Tehuacán, con el uso de herramientas Lean Manufacturing Ramón García-González, Senén Juárez-León e Iniria Guevara-Ramírez	319
Posición competitiva de la industria cervecera mexicana. 2013-2018 Andrés Morales-Alquicira, Yareli Morales-Rendón e Irene Juana Guillén-Mondragón	336

Impacto del COVID-19 en la economía mundial Rodolfo Mendoza-Pinto, Ignacio Almaraz-Rodríguez y Michael Demmler	357
La interpretación del modelo de calidad en voz de los trabajadores: una estrategia competitiva centrada en las personas	373
Irene Juana Guillén-Mondragón, Araceli Rendón-Trejo y Andrés Morales-Alquicira	
La Influencia de los Aspectos Productivos en la Competitividad de la Pyme Manufacturera en Aguascalientes	394
Octavio Hernández-Castorena, Alba Rocío Carvajal-Sandoval y Braulio Adriano- Rodríguez	
La Inversión Extranjera Directa en México y Economías del APEC, 1990-2019: Un análisis econométrico de sus determinantes	409
Francisco Javier Ayvar-Campos, José César Lenin Navarro-Chávez y Enrique Armas- Arévalos	
Clúster industrial en la fabricación de Guitarras para desarrollar económicamente el Municipio de Paracho, Michoacán	430
Juan Carlos Jerónimo-Niniz, Gabriel Salvador Fregoso-Jasso y Dalia Guadalupe Aguilar-Maya	
Ventaja competitiva a través de la gestión ambiental Jaime Apolinar Martínez-Arroyo, Marco Alberto Valenzo-Jiménez y Angélica Guadalupe Zamudio-de la Cruz	443
Competitividad de los productos agrícolas estratégicos de México en América del Norte Zoe T. Infante-Jiménez, Priscila Ortega-Gómez y Alejandro Javier López-Villaseñor	462
De la internacionalización a los mercados locales: abatimiento de la pobreza y competitividad en el sector agroindustrial latinoamericano	481
Tania Elena González-Alvarado, Renata Kubus y José Sánchez-Gutiérrez	
Reestructuración industrial y su impacto en la productividad del sector agrícola en Guanajuato	498
Martín Vargas-Hernández, María Mercedes León-Sánchez y Osvaldo Rodríguez-Villalón	
Las Tecnologías de la Información y Comunicación y la Innovación en la Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras de México	516
Cristina Antonieta Sandoval-Ochoa y Joel Bonales-Valencia	
Comparativo de modelos de excelencia con los indicadores de gestión de clúster (ECEI) Martha Alicia Rodríguez-Medellín, Mario Alberto Castillo-Greiner y Dayam Guerrero-Pulido	535
Innovación y competitividad en el sector alimentario en tiempos de COVID-19: Alimentos funcionales nuevas oportunidades de negocio	553
Ana Lilia Coria-Páez, Emma Frida Galicia-Haro e Irma Cecilia Ortega-Moreno	

Factores que influyen la toma de decisión de compra entre tiendas de conveniencia y abarroteras del municipio de Armería, Colimala Innovación de Producto Alfredo Salvador Cárdenas-Villalpando, Oscar Mares-Bañuelos y Víctor Aparicio-Rosas	
Análisis del impacto de la promoción turística del estado de colima 2016 – 2019 Enrique Macías-Calleros, Arquímedes Arcega-Ponce y Hugo Martín Moreno-Zacarías	587
Voice of customer: Fuente del valor agregado de la productividad humana Nancy Tass-Salinas, Enrique Macias-Calleros y Alfredo Salvador Cárdenas-Villalpando	603
Problemática de la apicultura en el municipio de Altamirano, Chiapas: su efecto en la competitividad Miguel Ángel Bautista-Hernández, Elá Jiménez-Hernández y Joel Bonales-Valencia	620

EDUCACIÓN, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR

Representación social, desde una mirada de los alumnos de segundo semestre de la Escuela Superior de Turismo generación 2018-2022 Liliana Abascal-Gaytán, Rosa Patricia Abascal-Gaytán y Manuela Badillo-Gaona Modelo de Planeación Estratégica que coadyuve a que las PyMES sean competitivas en el sector de Telecomunicaciones en México Mario López-González, J. Jesús Ceja-Pizano y Nallely Maricruz Frias-Oropeza Principales problemas que provocan el fracaso en las empresas familiares de Monclova, Coahuila Laura Leticia Gaona-Tamez, Gabriel Aguilera-Mancilla y Blanca Estela Montano-Pérez Factores de influencia desde la percepción de los estudiantes universitarios en la construcción de paz en el sur-Colombia Parcival Peña-Torres, Octavio Hernández-Castorena y Claritza Marlés-Betancourt Formación docente para la investigación un camino hacia la creación del conocimiento Manuela Badillo-Gaona, Liliana Abascal-Gaytán y Elizabeth Genis-Pérez Propuesta de evaluación diseño y equipamiento de los laboratorios de cómputo a nivel secundaria destinados a la asignatura de informática

Knowledge management and leadership styles in the competitive culture of rural enterprises Sandra Gutierrez-Olvera, Gloria Silviana Montañez-Moya y Carlos Alberto Santamaría-

María Fernanda Trejo-Carrillo y Rosa Amalia Gómez-Ortíz

Velasco

Cómo los proyectos de física influyen en las relaciones interpersonales en estudiantes de bachillerato	
María del Carmen Molinero-Bárcenas, Ubaldo Chávez-Morales y Alberto Lara-Guevara	
Identificación de competencias profesionales en el sector turismo en Tijuana, B.C. <i>Ana Bertha Palafox-Ojeda y Martha Alicia Rodríguez-Medellín</i>	
Visualización de las líneas de investigación de las industrias culturales y creativas basado en mapas bibliométricos Cinthya Karina Camacho-Sotelo	
Educación Financiera Previsional: Requisito para el Fomento de una cultura de ahorro para el retiro competitivo Gerardo Yáñez-Betancourt, Werner Horacio Varela-Castro y María de los Angeles Briceño-Santacruz	
Estudio comparativo de la competitividad institucional en IES públicas desde la perspectiva del personal académico Antonio de Jesús-Vizcaíno, Omar Alejandro Olivares-Mojica y Juan Gaytán-Cortés	
Innovación de procesos educativos: educación virtual y tutorías para la competitividad universitaria ante el COVID-19 Laura Ángélica Guzmán-Cedillo, Werner Horacio Varela-Castro y María de los Angeles	
Briceño-Santacruz Estrategias para promover la cultura emprendedora en los estudiantes de la Universidad de Guadalajara: campus CUCEA Elsa Georgina González-Uribe, Saray María Corzo-Sánchez y José Sánchez-Gutiérrez	
La relación entre el valor percibido y la lealtad en los consumidores de productos para el cuidado de la piel: producto verde vs convencional Jorge Petayo-Maciel y Juan Carlos Chau-Molina	
RESPONSABILIDAD SOCIAL, SUSTENTABILIDAD	Y
EQUIDAD DE GÉNERO	
Cuantificación del beneficio en la rentabilidad de las empresas mexicanas, dada una mayor participación de la mujer en la alta dirección Leticia Bollain-Parra, Oscar Valdemar De la Torre-Torres y Dora Aguilasocho-Montoya	924
Business sustainability in the commercial air sector in Latin America Hasbleidy Camila Parra-Méndez, Luis Rocha-Lona y Rosa Amalia Gómez-Ortiz	945

965

Empoderamiento femenino y publicidad (Femvertising): Un análisis bibliométrico

Tania Marcela	Hornándoz-Roda	ríguez v Irma	Ianett Sepúlveda-Ríos
Tania Marceia	Hernanaez-Koar	iguez, y 11ma s	ianen sepuiveaa-Kios

Sustentabilidad y pobreza, acciones para mitigarla Vianey Chávez-Ayecac, María Angélica Cruz-Reyes y Mary Xóchitl De Luna-Bonilla	986
Certificaciones y acuerdos internacionales como facilitadores de la producción orgán la sustentabilidad Priscila Ortega-Gómez, Zoe T. Infante-Jiménez y Carlos Francisco Ortiz-Paniagua	nica y 1007
Análisis sobre la Responsabilidad Social de los alumnos de la Facultad de Contado Administración UN de la UAdeC. Leonor Gutiérrez-González, Cesar Rolando Barboza-Lara y Moisés Sifuentes-Rodríg	1028
Desempeño de la Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Michoaca San Nicolás de Hidalgo Araceli Flores-Esparza, Carlos Francisco Ortiz-Paniagua y Joel Bonales-Valencia	na de 1047
Retos de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la industria manufacturera ZMG Paola Irene Mayorga-Salamanca y José Sánchez-Gutiérrez	de la 1067

ESTRATEGIAS FINANCIERAS, EMPRENDIMIENTO, CADENA DE SUMINISTRO Y ERA DIGITAL

 La gestión con los proveedores: ¿ventaja competitiva para las MIPyMES. Caso Chilapa de Álvarez Guerrero	1087
 Migdalia Annel García-Villanueva, Octavio Hernández-Castorena y Mónica Colín- Salgado	
Alternativa para la evaluación de proyectos de inversión: las opciones reales	
Humberto Banda-Ortiz, Gerardo Sosa-Cruz y Michael Demmler	1103
Crowdfunding, una alternativa en el proceso de recuperación económica post- COVID-19 Miguel Ángel González-Romero, Beatriz Martínez-Carreño y María Isabel Garrido-Lastra	1121
El impacto del tamaño de crecimiento en la rentabilidad de las empresas de la transformación en México Juan Gaytán-Cortés, Antonio de Jesús-Vizcaíno y Juan Antonio Vargas-Barraza	1135
vuint Surfait Correst, Illionio de vesus regenito y vuint Illionio rai gus Burraga	
La gestión de la cadena de suministro como factor influyente en la competitividad de las pymes del estado de Aguascalientes	1155
Silvia Mata-Zamores, Gonzalo Maldonado-Guzmán y Daniela Angélica Devesa-Hidalgo	

COLOQUIO

Una perspectiva de la industria de la animación mexicana	1172
Daniela Atayde-Regalado y Juan Antonio Vargas-Barraza	
Análisis del efecto que tienen las exportaciones chinas de calzado sobre las de México en el mercado estadounidense Erick Noé Cortes-Peña	1193
Logística inversa implementada como innovación en cadenas de suministro en empresas mexicanas por medio de creatividad sustentable Justine Marisela González-Mares y Oscar Alejandro Espinoza-Mercado	1206
Industria 4.0: reestructura de la cadena de valor. Un vistazo al nuevo paradigma tecnológico Betsabé Alfonzo-Costa y Juan Mejía-Trejo	1222
La inclusión social y su impacto en el desarrollo y la competitividad de las empresas: sector LGBT Eduardo Emmanuel Mejía-Benítez	1241
¿Cómo ha enfrentado el liderazgo femenino al techo de cristal en América Latina? Temática: Equidad de género Karen González-Padilla	1257
La inversión extranjera directa en el sector agrícola: una medida para el desarrollo económico Dania Ivette Arias-Acosta y Francisco Javier López-Cerpa	1272
El e-commerce como medio de internacionalización de la industria joyera de la ZMG Daniela Atayde-Regalado y Manuel Alfredo Ortiz-Barrera	1284
Satisfacción de usuarios de la secretaria de movilidad jalisco respecto al sitio web Omar Alejandro Olivares-Mojica y Antonio de Jesús-Vizcaíno	1299
Normas de sustentabilidad empresarial en el sector de transporte Aéreo Adriana Michelle Soto-Echavarría, Luis Rocha-Lona y José Arturo Garza-Reyes	1308
Tendencia mundial turismo de los adultos mayores que ofrecen las Agencias de Viajes Liliana Abascal-Gaytán, Manuela Badillo-Gaona y Rosa Patricia Abascal-Gaytán	1329

Satisfacción de usuarios de la secretaria de movilidad jalisco respecto al sitio web

Omar Alejandro Olivares-Mojica¹ Antonio de Jesús-Vizcaíno*

Resumen

"Las organizaciones públicas interactúan entre sí, coordinando responsabilidades con el objeto de

generar productos públicos para la sociedad en forma eficaz y eficiente" (Martínez Usero, 2006).

Innovarse digitalmente, representa plusvalia para las instituciones como, por ejemplo: desarrollo

web, lanzamientos de nuevos servicios, implementación de soluciones digitales para atender nuevas

exigencias del mercado. En esta investigación los objetivos son la evaluación desde el Modelo E-S

QUAL la calidad de que ofrece SEMOV (Secretaría de Movilidad), en su sitio web, identificando

si los clientes perciben mayor calidad, y se analizará la relación entre el perfil de cliente y el grado

de satisfacción.

El método es deductivo, utiliando un enfoque cuantitativo para medir la calidad y en efecto

cualitativo referente a la satisfacción; este estudio será de tipo descriptivo, correlacional y

transversal no experimental y transversal. La investigación documental y el trabajo de campo,

siendo la variable independiente la calidad del servicio y la variable dependiente la satisfacción.

Palabras clave: Modelo E-S Qual, Usuarios, Tecnología, Pagina web.

Abstract

"Public organizations interact with each other, coordinating responsibilities in order to generate

public products for society in an effective and efficient way" (Martínez Usero, 2006). Digital

innovation represents added value for institutions such as: web development, launching of new

services, implementation of digital solutions to meet new market demands. In this research, the

objectives are the evaluation from the ES QUAL Model of the quality that SEMOV (Ministry of

Mobility) offers on its website, identifying if customers perceive higher quality, and the relationship

between the customer profile and the degree of satisfaction.

The method is deductive, using a quantitative approach to measure quality and in fact qualitative

regarding satisfaction; This study will be descriptive, correlational and non-experimental and cross-

sectional. Documentary research and field work, the independent variable being the quality of the

service and the dependent variable being satisfaction.

Keywords: E-S Qual Model, Users, Technology, Website.

¹ *Universidad de Guadalajara

1299

Introducción

La transformación del Marketing Digital consiste en la digitalización de funciones empresariales las cuales son innovaciones que trascienden día con día y esto conlleva a la revolución de herramientas implementadas por las Tic´s, La gente en Internet está extremadamente impaciente. Si un sitio web se carga durante más de unos segundos, esto tiene un impacto muy negativo en el tráfico. En el caso de instituciones públicas si un sitio web no está orientado a dispositivos móviles, tiene una serie de efectos negativo tal como: mayor tasa de rebote, usuarios insatisfechos, menos conversiones, el bajo rendimiento si la conexión a internet móvil es más lenta. La estructura técnica del sitio por consiguiente debido a que se otorga el servicio a mas de 3 y meido millones de usuarios, es primordial contar con las metaetiquetas correspondientes y la estructura debido a que no son los únicos factores de clasificación, pero forman una base sólida. Es un deber prestar atención a la seguridad de un sitio web la encriptiación de información es una neceisdad que busca la mayor parte del mercado al timepo de introducir datos en algún sitio, análizar el comportamiento del cliente nos ayuda a lograr una comunicación personalizada gracias al análisis de datos, ya que estos estos a su vez cmientos para la desarrollar una estrategia orientada a satisfacer todas aquellas necesidades de nuestro mercado meta.

Justificación

Necesitamos entender los contextos más grandes y complejos que rodean el compromiso individual con los recursos, espacios y herramientas digitales antes de que podamos pensar de manera constructiva sobre cómo proporcionar recursos y servicios digitales basados en instituciones.

La experiencia de usuario es un tema enorme que ha dado lugar a una industria propia en los últimos años, en principio el objetivo era adaptar el sitio web o aplicaciones para que la experiencia del usuario fuese lo mejor posible. La mayoria de sitios web de servicios digitales en México requieren un gran esfuerzo para mejorar, con la finalidad de asistir a la demanda de los servicios ofrecidos y la cantidad de clientes que diariamnete hacen uso de las mismas, recordando que la SEMOV Jalisco asiste a más de tres millones y medio de conductores. , (INEGI, 2017). La satisfacción del usuario del sitio web se puede definir como: "la actitud hacia proteger el sitio web por un usuario práctico del sitio" (Muylle, Moenaert y Despotin., 2004). La investigación sobre la satisfacción del usuario es muy importante porque no solo influye en los resultados de comportamiento del cliente, como lealtad, confianza e intención de compra (Shankar, Smith y Rangaswamy, 2003; Flavián et al., 2006), sino que también es un factor clave para la rentabilidad (Chiou y Shen, 2006). Esto comienza con un análisis de la experiencia del usuario, (Del Aguila-Obra, Al-Dweeri y Padilla-Meléndez, 2013) nos data que "en la actualidad se caracteriza un

usuario más conectado, el cual demanda productos personalizados y una retroalimentación inmediata, esto conlleva a las empresas a ofrecer servicios innovadores, conjuntando lo virtual y lo físico."

La secretaría de movilidad debe unirse a esta revolución digital mediante la transformación de las experiencias de los usuarios, la innovación de las culturas digitales y la arquitectura de las plataformas digitales preparadas para el futuro, en conjunto con las necesidades actuales de los usuarios, que cambian constante y rápidamente, principalmente a los avances en la tecnología y a cambios en sus necesidades, gustos y modas (Gamboa García y Domenge Muñoz, 2011).

Problema

La revisión de la literatura revela que muy pocos estudios han examinado, el papel de las diferencias demográficas en relación con el diseño del sitio web en un entorno de comercio electrónico, Simón (2000) examinó las diferencias en percepción del diseño del sitio web (en términos de riqueza de información, competitividad de la comunicación y la interfaz de comunicación) entre géneros y descubrieron que las usuarias prefieren sitios web con menos desorden y menos gráficos en comparación con los usuarios masculinos. Resultados relativamente similares fueron reportados por Simón y Peppas (2005), al considerar que los hombres tienen actitudes más positivas que las mujeres con respecto a los sitios web. La mayor parte de los servicios son multidimensionales y algunos son bastante complejos, ya que se componen de numerosos y diferentes elementos (Muñoz Serra, S/F). A diferencia de los bienes físicos, que tienen un caso de uso obvio e inmediato, los servicios no pueden comercializarse de la manera tradicional. Las compañías de software tienen la ventaja de un crecimiento liderado por el producto. López, Arcas y Alcón, en el año (2014) nos comentan que las tecnologías aumentan la productividad, las tecnologías de "información y comunicación" (TIC's), ayudan el rendimiento mas productivo y por consiguiente financiero, aceleran los intercambios, simplifican la comunicación y la información, los avances en sitios web han ganado servicios digitales, En todas partes, aportan ganancias en tiempo y rendimiento, que se traducen en mejores resultados financieros.

Hablando de madurez digital en el gobierno electrónico, no conocemos cual es la calificación de las instituciones que ofrecen servicios electrónicamente, y el grado en que el usuario de las entidades públicas aprovecha efectivamente estos servicios digitales comenta (Barahona y Elizondo, 2012). No siempre es fácil, pero los niveles de la estructura del contenido deben mantenerse al mínimo. La tecnología de la información hace un papel clave en la prestación de servicios a los ciudadanos además de contribuir al rendimiento del estado. Son una herramienta esencial para que el gobierno cumpla con sus responsabilidades de manera efectiva. Pero el problema real es preguntarnos ¿qué le

resulta particularmente molesto a los usuarios del sitio web? "Los cambios en el entorno global y las nuevas tendencias de servicios, necesitan que el sector público haga posible la cercanía de los ciudadanos, comprenderlos y atenderlos de una forma rápida y eficiente" (Barahona y Elizondo, 2012) Semov se ve obligado actualizar los procesos en línea, y asi lograr una entera satisfacción a los usuarios. Tomando en cuneta la opinión pública, recordando que se trata de las personas.

Preguntas de investigación

Pregunta general:

¿Qué relación existe entre la calidad del sitio web y la satisfacción del servicio online en usuarios de la Secretaria de Movilidad Jalisco?

Preguntas específicas:

- ¿En qué dimensiones de acuerdo al modelo ESQUAL (eficiencia, disponibilidad del sistema, cumplimiento y privacidad), otorgan mayor calidad al sitio web los usuarios de la Secretaria de Movilidad Jalisco?
- ¿Qué factores son determinantes para la satisfacción del servicio online (perfil, usabilidad, interfaz, contenido y soluciones) en usuarios de la Secretaría de Movilidad Jalisco?
- ¿De qué manera la calidad del sitio web determina la satisfacción del servicio online en los usuarios de la Secretaría de Movilidad Jalisco?

Objetivos de investigación

Objetivo general:

Evaluar la calidad del sitio web y su relación con la satisfacción del servicio online en usuarios de la Secretaria de Movilidad Jalisco

Específicos:

- Identificar la calidad del sitio web de la Secretaría de Movilidad Jalisco, a través del modelo ESQUAL.
- Analizar los factores que determinan la satisfacción del servicio online en los usuarios de la Secretaría de Movilidad Jalisco.
- Establecer cómo la calidad del sitio web determina la satisfacción de los usuarios de la Secretaría de Movilidad Jalisco.

Metodología

Método

En el presente estudio, el proceso selecicionado será deductivo ya que nos permite conectar la observación y la teoría, a partir de la teoría los fenómenos como objeto de observación. La inducción hace posible extraer conocimientos e información nos dice (Dávila Newman, 2006). En este trabajo partiremos de lo general a lo particular con el fin de acercarnos al objeto de estudio y hacer una organización de información que se consultara en la literatura científica prevista referente al tema.

Enfoque

Para la construcción del estudio, nos auxiliamos en datos cuantitativos y cualitativos, por lo que se hace un estudio mixto que Tashakkori y Teddle (2003) definen como un proceso en el que se recolectan, analizan y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. Según Johnson, Onwuegbuzie y Turner (2007), son una clase de investigación en la cual combina técnicas, métodos, aproximaciones, conceptos o lenguaje cuantitativo y cualitativo dentro una misma investigación. La porción cuantitativa de este proyecto refiere a medir la calidad, niveles, cantidades, porcentajes, que experimentan los usuarios de la Secretaría de Movilidad al tiempo de interactuar con el sitio web.

La parte cualitativa nos hará saber la percepción acerca de la satisfacción que obtiene los clientes al usar la página de la Semov.

Tipo de estudio

Descriptivo, no experimental, correlacional y transversal. Hernández, Collado, Lucio y Pérez (1998), relatan que busca la especificación de las propiedades, características, rasgos importantes del fenómeno que se analiza, en este caso la experiencia en el sitio que han tenido los usuarios de la Secretaría de Movilidad es la que se pretenden analizar respecto a la calidad del servicio. Malhotra (2009), nos dice que el principal objetivo de estos estudios es la descripción de algo, tratar de las características o funciones del mercado. Estudios descriptivos desarrollan una imagen del fenómeno a partir de sus características (Grajales, 2000). Con el modelo E-S-QUAL este tipo de estudio se encontramos los niveles de calidad en función de las dimensiones que representa. En este caso, la calidad que los usuarios perciben de la pagina web que proporciona la Secretaría de Movilidad.

En cuanto a lo correlacional, analizaremos la relación entre la variable dependiente (Satisfacción) de los usuarios que utilizan los servicios digitales de dicha dependencia y la la variable independiente (Calidad en el servicio), para finalizar el trtabajo de investigación es tipo transversal debido a que sólo se recolectan datos e información en un tiempo especifico.

Metodología

Incluido en la metodología de la investigación documental, Rivera (2008) y siguiendo el ejemplo que define Cortés y García (2003), consiste en una serie de pasos que nos llevan a reconstruir un determinado objeto de conocimiento. El cual propone:

- 1.- Selección del tema.
- 2.- Acopio de bibliografía sobre el tema.
- 3.- Desarrollo de fichas bibliográficas y hemerográfica.
- 4.- Lectura del material, ideas principales y recabar conocimiento de la calidad.
- 5.- Delimitar del tema
- 6.- Elaboración del esquema de trabajo
- 7.- Lectura meticulosa de la bibliografía
- 8.- Hacer fichas de contenido
- 9.- Organización de dichas fichas y valoración del material recopilado
- 10.- Redacción de conclusión para el trabajo final.

Técnicas

Planeado en dos esquemas: teórica y trabajo de campo.

a). Para la parte teórica su utilizará la técnica de investigación documental.

según (Arias, 2006), requiere un proceso que consiste en búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de los información, datos obtenidos en registros y fuentes documentales de medios impresos, electrónicos o audiovisuales, obviamnete trabajo desarrollado por otros investigadores.

En cuanto a la investigación documental se efectuará bajo un proceso de lineamientos para tener organizado y estructurado el conocimiento, la investigación documental siendo social nos basaremos en documentos, para reunir, elegir y analizar información de documentos producidos por la sociedad y estudiar el fenómeno (Gómez, 2010). Las técnicas de investigación documental unen su función en aquellos procesos que conllevan al uso óptimo y racional de recursos documentales, y estan disponibles en diversas fuentes confiables de información.

Según Ruiz Limón (1999) para la organización de información, contenido y recopilación de datos, se apoya en fichas bibliográficas, hemerográfica y contenido electrónico.

b).- Referente al trabajo de campo es someter las hipótesis a comprobación, usando la técnica de encuesta para reunir información de parte de usuarios del sitio, anexar datos, digerir información y poner a pruebas estadísticas que nos brinden comprobar resultados, es indispensable la obteción correlacional entre variables y definir objetivos del presente trabajo de investigación.

Instrumentos de investigación

Divididos en dos tipos: acceso a información documental y levantamiento de información de campo en los sujetos, mismos dirigidos al estudio.

Instrumentos como ficha bibliográfica, la hemerográfica y la ficha de contenido electrónico: La ficha bibliográfica según Robledo Mérida (2003), es un instrumento de investigación documental y de campo el cual se toma nota, atendiendo un orden y forma, datos de una obra (folleto, artículo, libro, revista) publicada, con el fin de identificar y ubicar en sus diferentes ediciones. (Cruz García, 2014) dice que es aquella ficha en la que se datan elementos como: autor/as/es o compilador/a/es, título, año de edición, editorial o imprenta, ciudad, país, número de edición, traductor y número total de páginas.

Ortiz y del Pilar García (2003) comentan que la ficha hemerográfica corresponde al registro de datos e identifican un artículo de revista, periódico o boletín. Ellas hacen posibe la identificación de notas periodísticas o artículos técnico-científicos publicados en periódicos y revistas especializadas nos comparte Cruz García, (2014).

Variables del estudio

En este proyecto la variable independiente: calidad y como variable dependiente: satisfacción de usuarios. La variable independiente es el fenómeno a evaluar, capaz de influir o afectar a otras variables. En el trabajo de campo, nos apoyamos en el método científico, empezando con la observación, delimitando el problema a investigar, construyendo las hipótesis, para despues levantar datos, análizar los mismos, correlacionando variables, interpretando resultados, y por último dar conclusiones.

Referencias

Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología. Epistemé.

Barahona, J. y Elizondo, A. (2012). Evaluación de la calidad de la prestación de servicios públicos por medios digitales en costa rica 2012. recuperado de https://www.researchgate.net/publication/330278677

Cortés Rojas, G. y García Santiago, S. (2003). *Investigación documental*. México: Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivología.

Corradini, F., De Angelis, F., Polzonetti, A. y Re, B. (2006) Evaluación de la calidad de los servicios digitales de gobierno electrónico. recuperado de https://www.researchgate.net/publication/221584732

Chiou, J. and Shen, C. (2006). The effects of satisfaction, opportunism, and asset specificity on consumers' loyalty intention toward internet portal sites. *International Journal of Service Industry Management*, 17(1), 7–23.3

Cruz García, L. (2014). Metodología de investigación. Colima, México: Universidad.

Del Águila-Obra, A., Padilla-Meléndez, A. y Mohammad Al-dweeri, R. (2013). Inputs y Outputs en la calidad de los servicios electrónicos: revisión de la literatura y propuesta de un modelo de relaciones. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 23, (49), 67-82.

Dávila Newman, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro de la Escuela de Ciencia y Tecnología de la Información. (2013). Inicio de sesión de usuarios de redes sociales basadas en la ubicación e investigación de comportamiento relacionada. Recuperado el 30 de mayo de 2019 de http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotal-JSJA201310017.htm

Hernández, R.; Collado, F.; Lucio, P. y Pérez, M. (1998). *Metodología de investigación*. McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R. (2013). Metodología de la investigación. McGraw Hill.

Gamboa García, M. y Domenge Muñoz, R. (2011). Un modelo de la percepción de calidad en servicios puros por internet. Aplicación al sistema de inscripciones en línea en una institución educativa. *Contaduría y administración*, 233, 11-31.

Gómez, M. (2010). Introducción a la metodología de la investigación científica. Argentina:

Editorial Brujas.

Grajales, T. (2000) *Tipos de investigación*. Recuperado de http://tgrajales.net/investipos.pdf

Johnson, r. B.; Onwuegbuzie, a. J. y Turner, l. A. (2007). Toward a definition of mixed methods

research. *Journal of Mixed Methods Research*, 2 (1), 112-133.

López, E., Arcas, N. y Alcón, F. (2014) Uso y calidad de los sitios web: evaluación en las empresas agroalimentarias murcianas. *Revista española de estudios agrociales y pesqueros*, 237, (155 179). Malhotra, N, (2009). *Diseño de la investigación exploratoria: investigación cualitativa*. Pearson Educación.

Martínez Usero, J. (2006). Análisis de los usuarios, contenidos y servicios de los servicios públicos electrónicos. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 82, 11-29.

Moya Martínez, G. (2003). La administración pública en línea: estudio sobre los servicios públicos de los ayuntamientos de la región de Murcia basados en web. *Anales de Documentación*, 6 (187-202).

Muñoz Serra, V. (s/f). Mercadotecnia de Servicios.

Muylle, S., Moenaert, R., Despontin, M. (2004). The conceptualization and empirical validation of web site user satisfaction. *Information & Management*, 41(5), 543–560.

Ortiz, F. (2004). Diccionario de la metodología de la investigación científica. México: Limusa.

Ortíz Uribe, F. y García Nieto, M. (2003). *Metodología de la investigación: el proceso y sus técnicas*. México: Limusa

Rivera Rodríguez, F. (2008). *La investigación documental*. Recuperado el 8 de mayo de 2019 de www.mailxmail.com

Robledo Mérida, C. (2003). Técnicas y proceso de investigación. Litofrafia Mercagraph.

Ruiz Limón, R. (1999). *Historia de la ciencia y el método científico*. Recuperado el 30 de mayo de 2019 de https://asodea.files.wordpress.com/2009/09/ruiz limon-ramon-historia-de-la-ciencia-y-el-metodo-científico.pdf

Sandoval Almazán, R., y Gil García, J. (2008). Construyendo un índice de funcionalidad para elgobierno electrónico: una primera evaluación de los portales estatales en México. *EspaciosPúblicos*, 11 (21), 8-18.

Simon, S. J. (2000). The impact of culture and gender on web sites: an empirical study. *ACM SIGMIS Data Base: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 32(1), 18–37. https://doi.org/10.1145/506740.506744

Simon, S. J. and Peppas, S. C. (2005). Attitudes towards product website design: a study of theeffects of gender. *Journal the marketing. Communications*, 11(2), 129-144. https://doi.org/10.1080/1352726042000286507

Shankar, V., Smith, A.K., Rangaswamy, A. (2003). Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments. *International Journal of Research in Marketing*, 20 (2), 153–175. https://doi.org/10.1016/S0167-8116(03)00016-8

Tashakkori, A. y Teddle , C. (2003). Handbook of mised methods in social and behavioral research. Sage.

Vazquez Moctezuma S. (2015). Medición de la calidad del servicio para agentes de suscripción entrevistas digitales a través del modelo servqual. Gecontec: *Revista Internacional de gestión* del conocimiento y la tecnología, 3 (1), 53-68.