

Esquema de Comunicación de la Información Estadística y Geográfica del INEGI



**El mundo
está
cambiando**



**Los avances tecnológicos y la innovación
están creando una revolución en la
forma en que nos comunicamos e
interactuamos unos con otros.**

**Ahora tenemos más
tecnología y múltiples
canales de comunicación...**



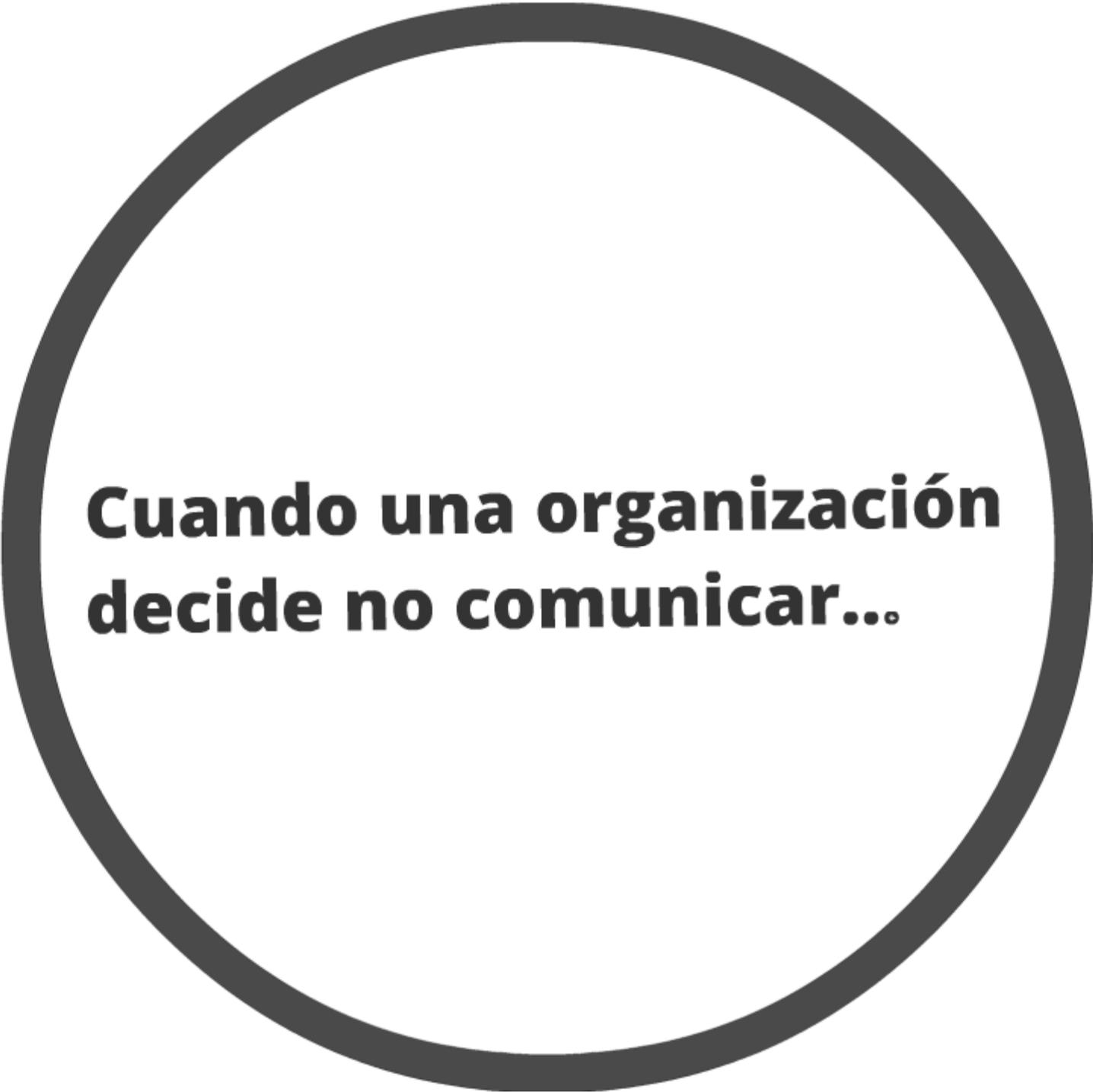
Gobiernos, Oficinas Nacionales de Estadística, sector privado, academia y medios de comunicación deben desarrollar mecanismos de colaboración y construcción de consensos para crear nuevas formas de comunicarse.

Cuando una organización
decide no comunicar...

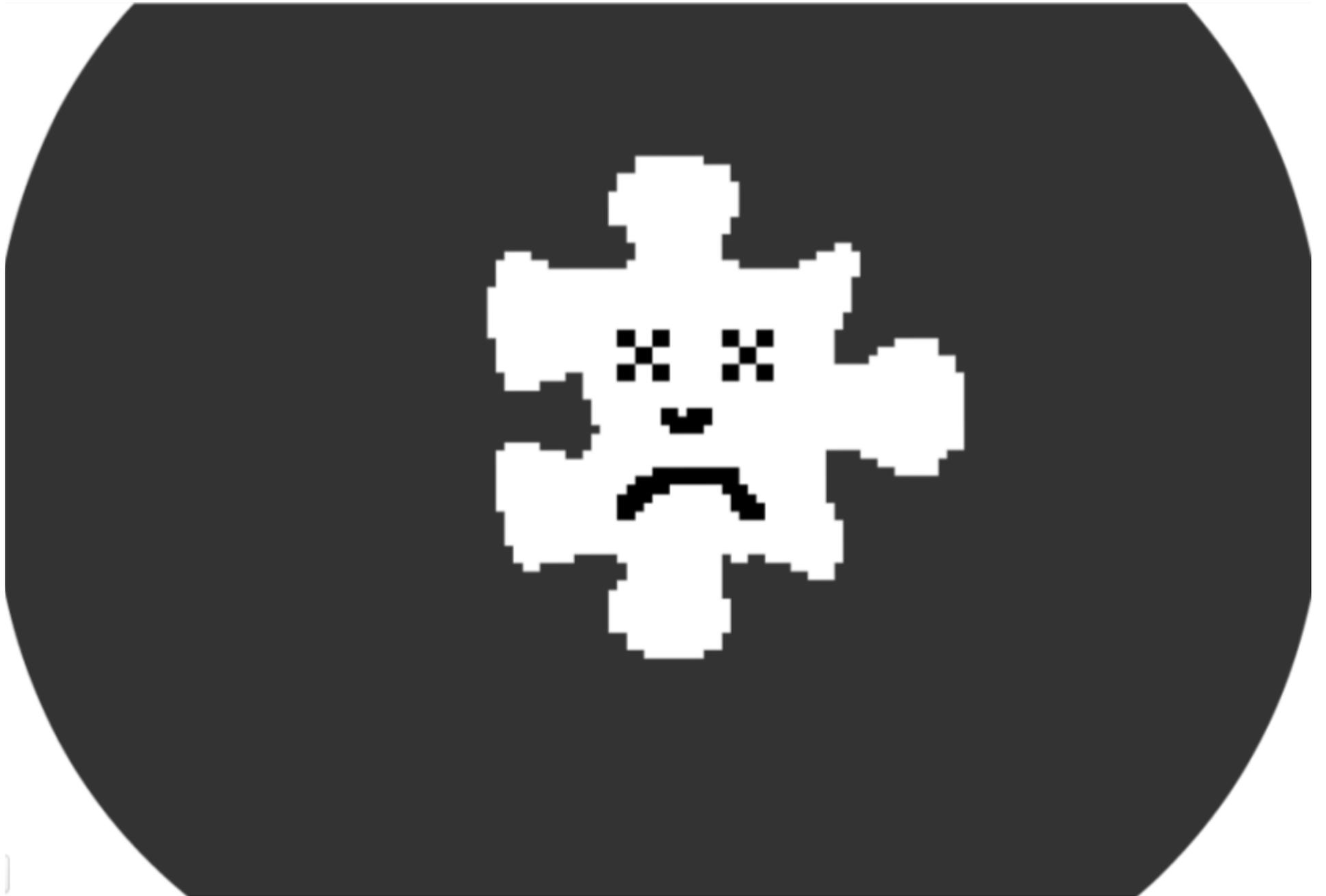
**Todo
comunica**



**Toda conducta es
comunicación**



**Cuando una organización
decide no comunicar...**



**En esta época
de vinculación en
que vivimos...**



...Con usuarios profundamente conectados con productos y servicios.

Quienes comparten información con miles de personas alrededor del mundo.

Nuestro reto es que tengan información para tomar buenas decisiones.

¿Cómo lograr esto?

- Agregando valor a la información.
- Dando una experiencia de uso positiva.
- Creando nuevas formas de visualizar, buscar y explorar datos estadísticos.
- Satisfacer las expectativas cambiantes de los usuarios.

El mundo estadístico debe subirse en el tren de la innovación para poder interactuar con usuarios actuales o potenciales de nuestra información.



¿Cómo lograr esto?

- **Agregando valor a la información.**
- **Dando una experiencia de uso positiva.**
- **Creando nuevas forma de visualizar, buscar y explorar datos estadísticos.**
- **Satisfacer las expectativas cambiantes de los usuarios.**



¿Cómo crear
esta
experiencia
positiva?

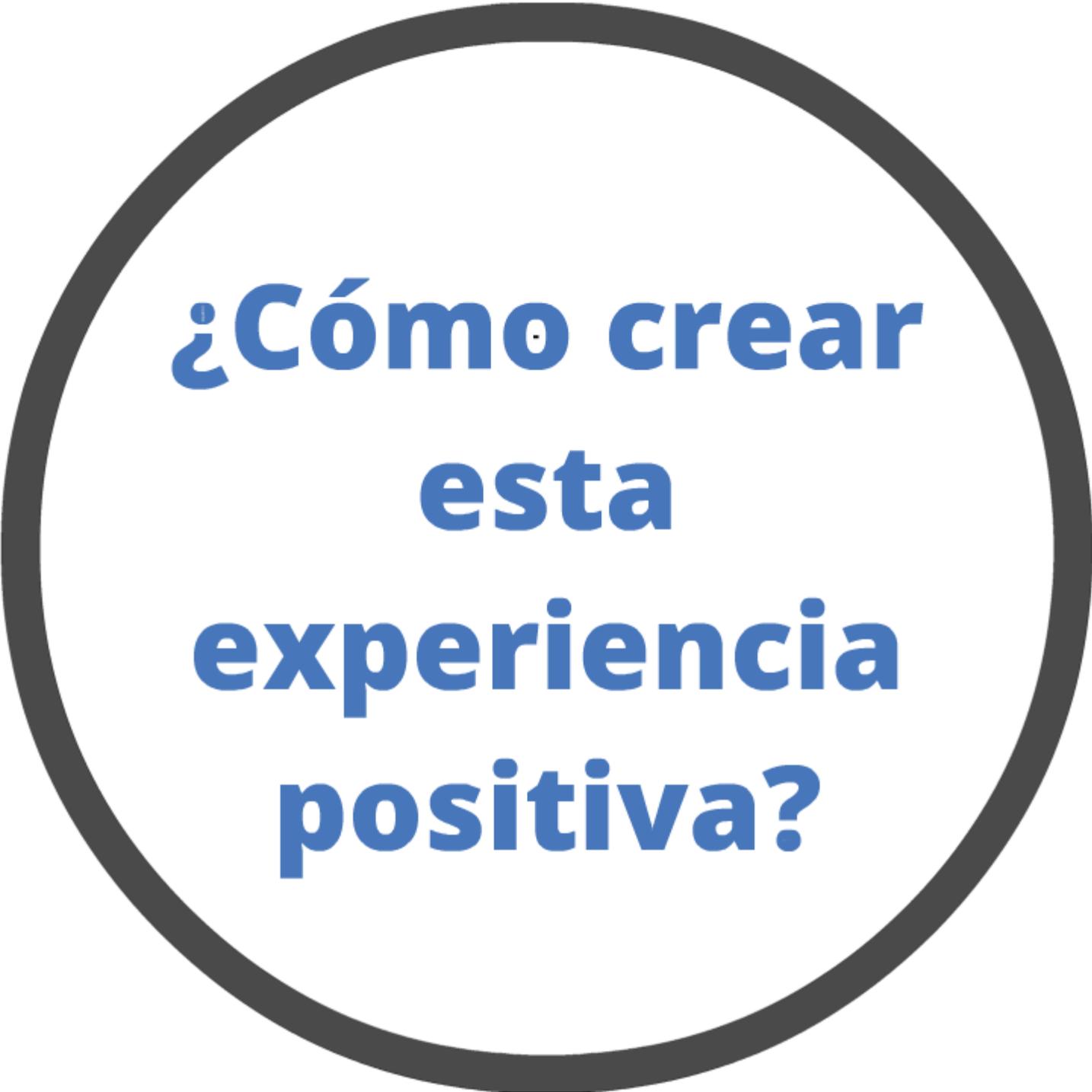
¿Cómo agregar
valor a la
información?

El valor de la información depende de la utilidad específica para el usuario.



Para esto es necesario generar una experiencia positiva para el usuario.

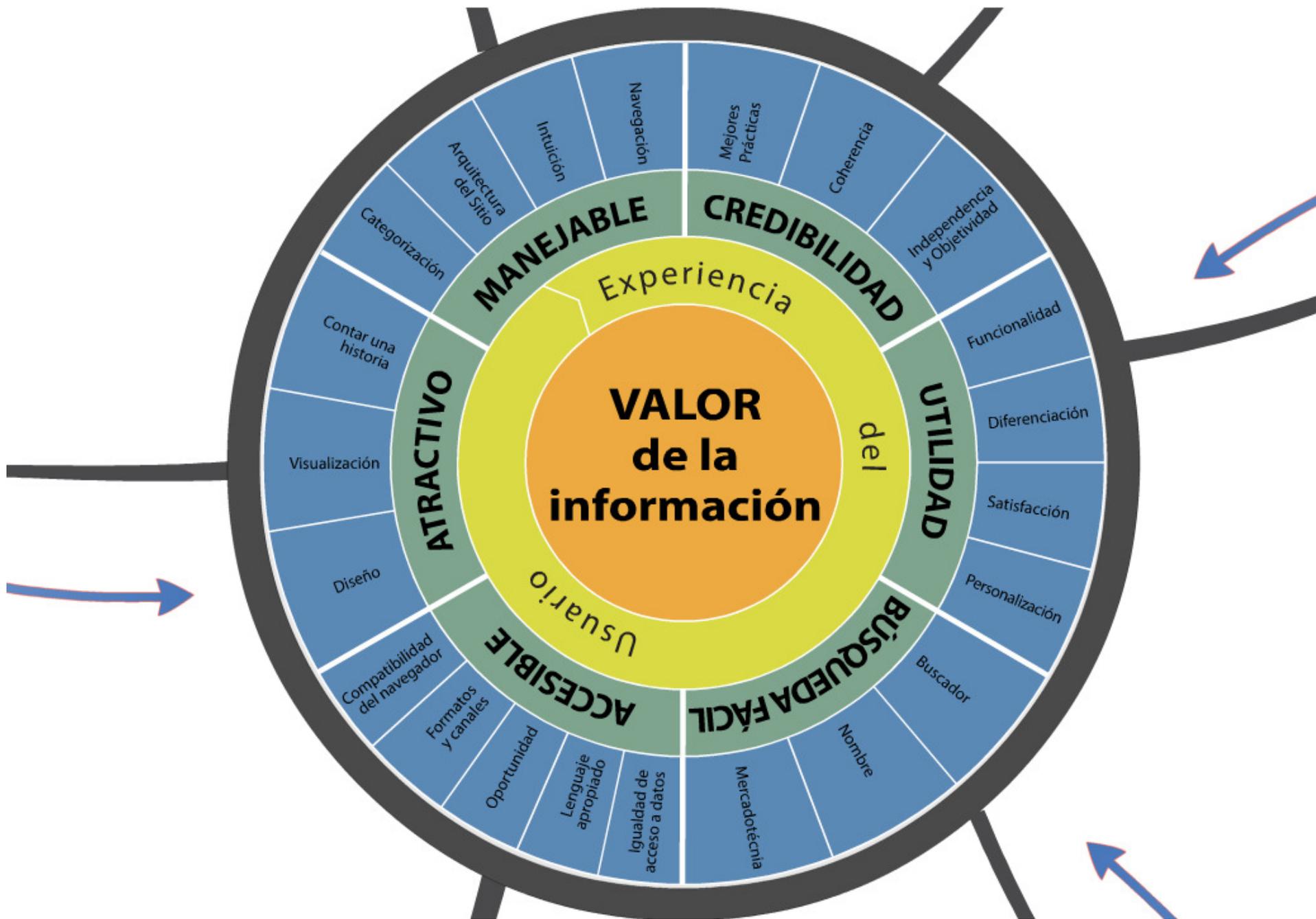




**¿Cómo crear
esta
experiencia
positiva?**

Es importante una continua interacción con los usuarios para identificar sus necesidades, expectativas, preferencias, hábitos y canales de comunicación apropiados.

**Es por eso que debemos alinear
nuestros esfuerzos a los siguientes
criterios:**





ATRACTIVO

Diseño



Contar una historia



Visualización



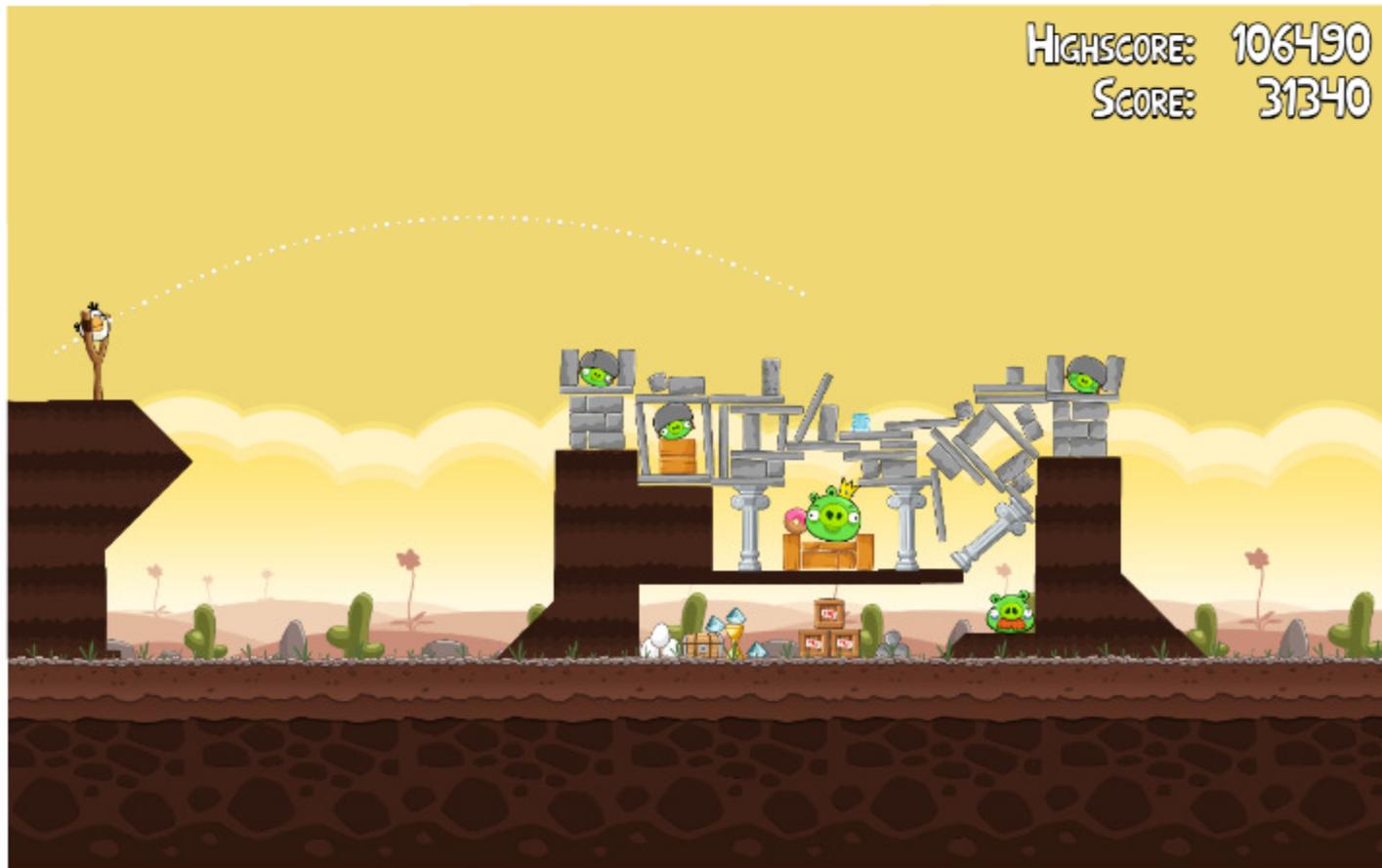
MANEJABLE

Ev

Navegación



Intuición



Arquitectura del sitio

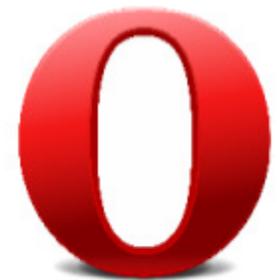


Categoría con enfoque al usuario





Compatibilidad del Navegador



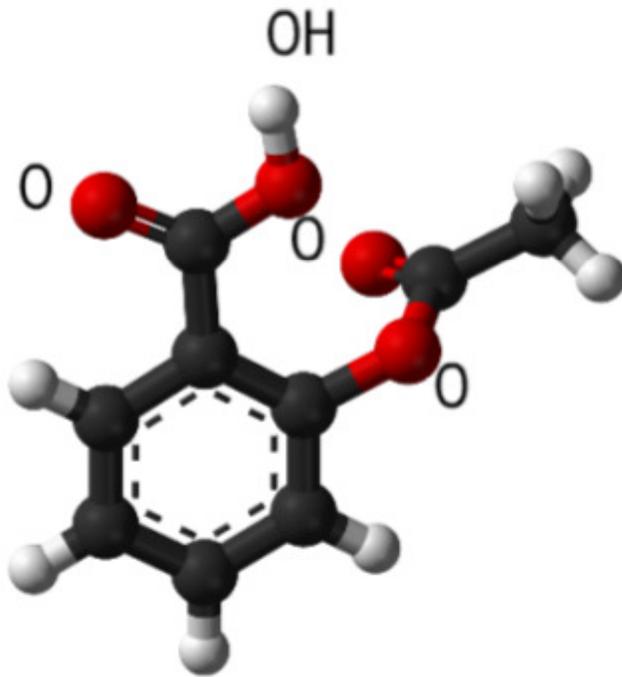
Nuevos formatos para nuevos canales



Oportunidad



Lenguaje apropiado



=



ácido acetilsalicílico

Igualdad de acceso a datos

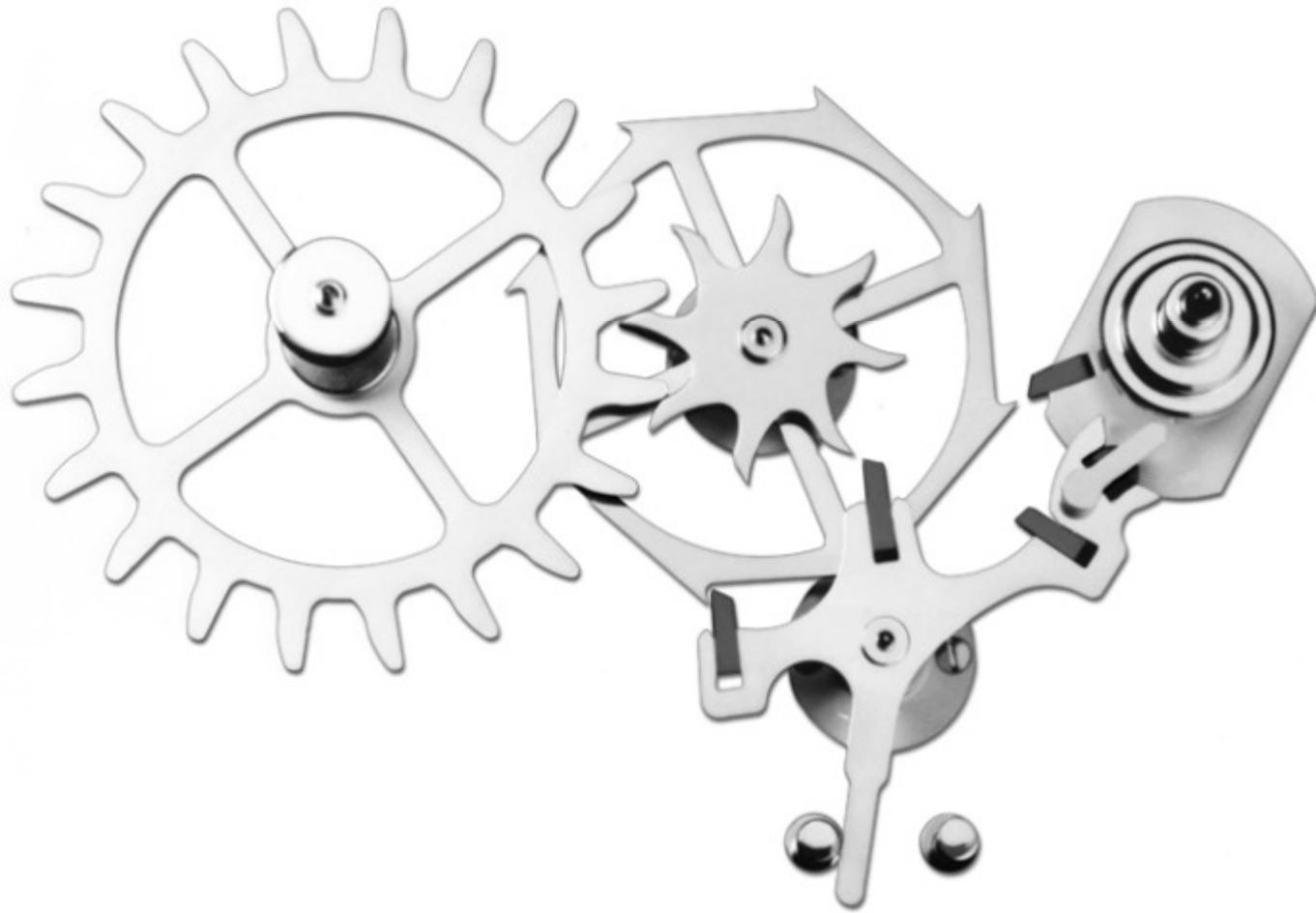




UTILIDAD

Pe

Funcionalidad



Diferenciación



Mercedes-Benz



TOYOTA

Satisfacción



Personalización

Usuarios múltiples, Comunicación personalizada



amazon.com[®]



Mejores prácticas

Adopción de las mejores prácticas internacionales en la generación, integración y diseminación de datos.

Coherencia

"El uso de conceptos estándar, clasificaciones y poblaciones objetivo promueven la coherencia y credibilidad de la información estadística, así como el uso de metodología comunes entre encuestas"

Independencia y Objetividad





BÚSQUEDA FÁCIL

Buscador



Nombre

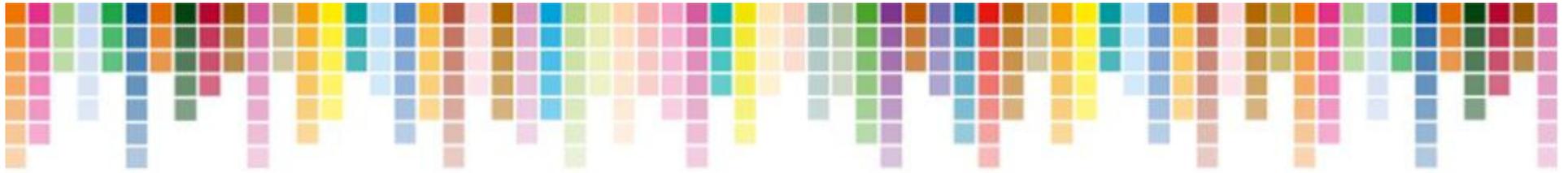
El nombre debe decir lo que la cosa es





Marketing y campaña de posicionamiento

¡Gracias !



Conociendo México

01 800 111 46 34

www.inegi.org.mx

atencion.usuarios@inegi.org.mx



@inegi_informa



INEGI Informa



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

