

Usuarios estadísticos

Estrategias de difusión

Carmen Mateos
SG de Difusión Estadística. INE
Jornada PECA 2021-27
Sevilla 25 noviembre 2019





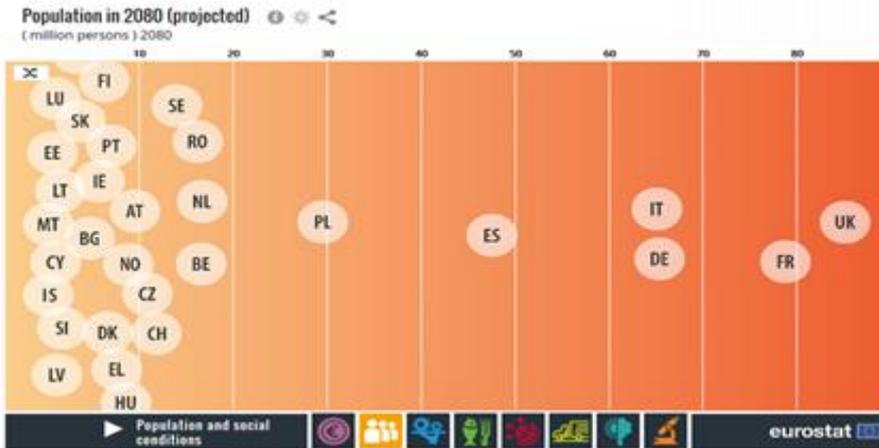
Datos por todas partes

¿Cómo impacta en los usuarios? ¿cómo diferenciar las estadísticas oficiales?



Nuevos usuarios, hábitos diferentes

¿qué herramientas son las que utiliza?



Nuevas oportunidades para la difusión

Visualización

Analítica de usuarios

Los usuarios: siempre en el punto de mira

Visión 2020 del SEE estrategia común para conseguir que las estadísticas europeas estén *preparadas para el futuro*.

Mayor atención hacia los usuarios

DIGICOM

Refuerzo de la calidad

Aprovechamiento de las nuevas fuentes de datos

Impulso de la eficiencia en los procesos de producción.

Mejora de la difusión y la comunicación

DIGICOM



Coincide con las líneas estratégicas PEN 2017-2020



Proyecto DIGICOM en la Visión 2020

Para modernizar la **comunicación y difusión** de las estadísticas europeas, se crea el proyecto **DIGICOM** (comunicación digital, análisis de usuarios y productos innovadores).

Eurostat y 23 INEs participan en la implementación del proyecto.

DIGICOM consta de cuatro paquetes de trabajo:

- **WP1. Análisis de usuarios**
- WP2. Productos y herramientas innovadores y compatibles
- WP3. Difusión de datos abiertos
- WP4. Comunicación y promoción

España participa en los cuatro grupos



Proyecto DIGICOM en la Visión 2020

WP1 – Análisis y necesidades de los usuarios



Objetivo

- Tener mejor conocimiento de los usuarios
- Identificar las necesidades de usuarios reales y potenciales
- Mejorar la respuesta a las necesidades de los usuarios

Acciones

- Creación de perfiles de usuario.
- Test de usabilidad con usuarios.
- Página Facebook del SEE.
- Foro de usuarios avanzados.
- Guías de ayuda.



Mejorar el conocimiento de los usuarios

Conocer a los usuarios es clave para poder elaborar productos que se adapten a sus necesidades.

Muchas formas de clasificar a los usuarios:

- Usuarios / visitantes
- Ciudadanos / instituciones públicas y privadas/ instituciones científicas y universidad / medios de comunicación
- Ocasionales / habituales / profesionales /avanzados
- Ligeros / intermedios / avanzados



Mejorar el conocimiento de los usuarios

Los INEs utilizan mucho esta clasificación

Turistas

- Usuarios poco frecuentes
- Poca información sobre un tema



Mineros

- Experimentados
- Grandes volúmenes de información detallada



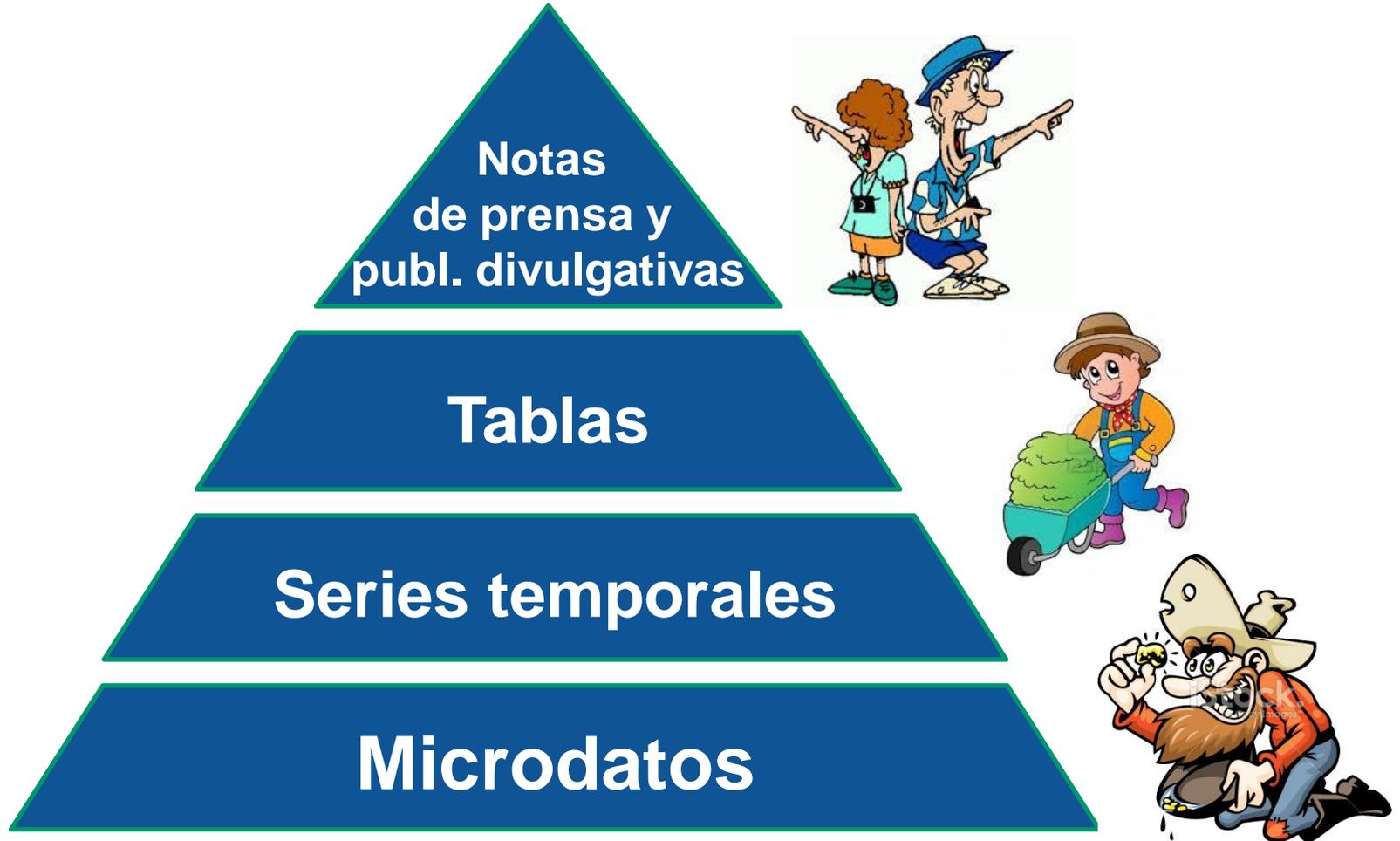
Recolectores

- Visitas regulares
- Interesados en el mismo tipo de información
- Conocen bien los datos que necesitan



Mejorar el conocimiento de los usuarios

Diferentes usuarios, diferentes necesidades



Mejorar el conocimiento de los usuarios

¿Cómo evaluar las necesidades de los usuarios?

- Feedback directo (encuentros, conferencias, foros)
- Encuestas a usuarios
- Feedback de la web (análisis de uso, encuestas web)
- Análisis de las solicitudes de información de los usuarios (llamadas, email, correo,..)
- Estudio de los comentarios en redes sociales
- Test de usabilidad con usuarios reales y productos reales



Diseñar productos para necesidades reales

Un paso más: crear perfiles de usuario o *Personas*

¿Quiénes son?

Personajes ficticios (pero realistas) que representan diferentes tipos de usuarios.



¿Para qué sirven?

- Comprender las necesidades de los usuarios basadas en sus experiencias y objetivos.
- El desarrollador empatiza con los problemas de los *usuarios reales*.



Diseñar productos para necesidades reales

¿Cómo se pueden crear *Personas*?

Primero: recoger datos

Cuantitativos: análisis web, interacciones en redes sociales, ...

Cualitativos: entrevistas, preguntas de usuarios, comentarios en redes, test de usuarios



Segundo: definir perfiles

Establecer diferencias, similitudes, patrones.

Hacer grupos en función de sus necesidades, características ...



Diseñar productos para necesidades reales

¿Cómo se pueden crear *Personas*?

Tercero: describir usuarios

Características personales: *Edad, género, nivel educativo*

Características profesionales: *Experiencia laboral, Profesión, Intereses, objetivo, motivo para acceder a la web*

Características técnicas: *Dispositivos utilizados, software, frecuencia de uso de la web*

Motivación: *¿Qué busca? ¿Qué necesidades tiene? ¿Qué quiere hacer?*



Diseñar productos para necesidades reales

¿Cómo usar las *Personas*?

- Los equipos que diseñan productos y servicios deben conocer bien a las *Personas*.
- Se plantean escenarios sobre cómo y por qué las *Personas* utilizarán (o no) un producto para lograr sus objetivos.
- Las soluciones que se diseñen deben resolver **problemas concretos** para las **necesidades concretas** de las *Personas*.



Personas definidas en WP1

Usuario técnico avanzado

Technical Advanced User – Pietro

	<p>Key Goals</p> <p>Pietro wants to collect data of high quality for his clients. He is motivated to go the extra mile to provide them with exactly what they need fast.</p> <p><i>“The search time to find the right datasets is too long, but I cannot give up, it is my job to find the data I am looking for.”</i></p>	<p>Characteristics</p> <p>Statistical literacy </p> <p>Computer proficiency </p> <p>Visits Eurostat daily, sometimes several times in one day.</p>
<p>Demographics</p> <p>31 years old</p> <p>Works for a big consultancy firm that redistributes European and international statistics as a commodity to its clients.</p>	<p>He is not looking for publications or visualisations, he is only interested in raw data. At his firm, they create publications and data visualisations themselves.</p>	<p>Tools used</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bulk Download • Web Services • Database
<p>Main Tasks</p> <ul style="list-style-type: none"> • Setting up automatic downloading of multiple datasets • Browsing for new datasets that his clients might want • Looking up datasets to send the link to clients • Checking datasets suggested by clients 		

👍 **We should** make automation as easy as possible, allowing Pietro to download many datasets at once.

🗨️ **We must not** change the way data are disseminated or the way variables are measured without any notification.



Personas definidas en WP1

Usuario analítico avanzado

Analytical Advanced User — Ingrid



Key Goals

Ingrid typically goes straight to Eurostat’s database to get **raw data**, at least if she knows what she is looking for. Sometimes, however, she needs data on an unfamiliar topic. In that case she will search Google for publications from Eurostat to get an idea of the statistics available.

“I sometimes distrust processed data, I prefer to draw my own conclusions”

She needs to find datasets and download them to do her own calculations and create her own graphs.

Main Tasks

- Looking for relevant datasets
- Adjusting the layout and format of the tables
- Saving bookmarks to return to the datasets later
- Downloading tables to Excel

Characteristics

Statistical literacy



Computer proficiency



Visits Eurostat sometimes daily, when writing a research paper, but at least weekly.

Tools used

- Database
- Statistics Explained
- Statistical Reports (but no PDFs because they are not user friendly)

Demographics

63 years old

Works as a policy maker for the European Commission's Directorate General for Trade.

👍 **We should** provide a good overview of everything that is available on Eurostat.

🗨️ **We must not** provide publications as PDFs, because they are not easy to work with (copy-paste).



Personas definidas en WP1

Usuario intermedio orientado a datos

Data Oriented Intermediate User — Isak

	<p>Key Goals</p> <p>As a journalist, Isak is constantly looking for many different angles to support the stories he is working on. This means he comes to the Eurostat website with a very specific goal in mind, not just to browse around. He does look at both data visualisations and tables with raw data, yet he only uses the latter for his articles. A graphical designer at his editorial office will create charts or infographics from those data when necessary.</p> <p><i>“The challenge lies in finding the data, more than in interpreting the data.”</i></p>	<p>Characteristics</p> <p>Statistical literacy </p> <p>Computer proficiency </p> <p>Visits Eurostat a few times a week.</p>
<p>Demographics</p> <p>28 years old</p> <p>Works as a journalist for a national newspaper. He does not write about data, but looks for statistics on the topics he is writing about to support articles.</p>	<p>Main Tasks</p> <ul style="list-style-type: none"> • Searching for visualisations and raw data • Downloading selections of specific tables • Sometimes taking screenshots to show the graphic designer how the data could be presented 	<p>Tools used</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tables, Graphs, Maps • Database (but less) • Statistics Illustrated

👍 **We should** provide good crosslinks between different extraction and dissemination tools with data on the same topic

🗨️ **We must not** let users waste time with looking for relevant data



Personas definidas en WP1

Usuario intermedio orientado a visualización

Visually Oriented Intermediate User — Mia



Demographics

21 years old

Studies Political Sciences and International Relations. She is currently in the third year of her Bachelor program.

Key Goals

Mia typically only visits Eurostat whenever she needs to put things in a **European perspective for her studies**. Although she has a specific goal in mind, she often deviates from that goal and starts **exploring other topics too**.

Although she can interpret tables, she prefers to look at **graphs and maps because they are easier to interpret** and give an overview much more quickly. Mia does not mind getting conclusions from Eurostat's publications and reports, but she draws her own when writing essays.

"Raw numbers are interesting but graphs immediately give you an overview."

Main Tasks

- Searching for reports, publications and visualisations
- Copy/pasting text and making screenshots

Characteristics

Statistical literacy



Computer proficiency



Visits Eurostat once a month, but sometimes more when writing an essay.

Tools used

- Visualisation Tools
- Tables, Graphs, Maps
- Database (but less)
- Statistics Explained
- Statistical Reports

👍 **We should** provide her with the tools to easily save and download the bits and pieces she needs for later reference

🗨️ **We must not** let her get lost inside Eurostat, but still allow her to explore



Personas definidas en WP1

Usuario ligero con interés personal

Personally Interested Light User — Kristoffer

	<p>Key Goals</p> <p>Although Kristoffer occasionally uses an article or data visualisation from Eurostat in his English class, he visits the website more out of personal interest. Usually he arrives on Eurostat by clicking on a Facebook post that intrigues him. He is very much interested in the European project and likes to look for similarities and differences between European member states.</p>	<p>Characteristics</p> <p>Statistical literacy </p> <p>Computer proficiency </p> <p>Visits Eurostat about once a month.</p>
<p>Demographics</p> <p>42 years old</p> <p>Teaches English and History in high school. He is very interested in the European project and checks statistics out of personal interest.</p>	<p>Looking at visualisations and occasionally reading reports is where it stops for Kristoffer. He never downloads data and seldomly digs deeper to draw his own conclusion.</p> <p><i>“The general view is enough for me, I am not enough of a specialist to dig deep into the data.”</i></p> <p>Main Tasks</p> <ul style="list-style-type: none"> • Checking out data visualisations (that he gets from Facebook) or reading reports 	<p>Tools used</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook page • Themes in the Spotlight • Digital Publications • Visualisation Tools • Tables, Graphs, Maps



We should make sure that users who arrive on Eurostat via Facebook can navigate their way around the rest of the site



We must not ignore the fact that he will also end up in the database or main tables every now and then



Construyendo nuestras propias *Personas*

José Cruz, periodista económico, 46 años

Visión general: Ayuda a la gente a entender las noticias. Escribe una columna semanal sobre la economía española. Le interesan las perspectivas económicas y las cuentas nacionales. Intenta que la información del INE sea fácil de entender para los lectores.

Objetivos

- Busca información precisa (por ejemplo, variación del PIB entre dos períodos de tiempo)
- Comprender los datos
- Pregunta a los expertos del INE si lo necesita

Características:

Conocimientos:

- Informáticos (0-10): 7
- Estadísticos (0-10): 5

Acceso a la web del INE: semanal

Dispositivos: Tableta 15" y Teléfono móvil 3.5"

Comportamiento:

- Utiliza twitter para noticias
- Navega por la web para encontrar información
- Comunica con el soporte de usuarios de INE cuando lo necesita

Dificultades:

- Algunas veces no puede encontrar lo que busca aunque sabe que en la web hay mucha información.
- Después de obtener los datos, el tratamiento no es fácil.
- *Copiar y pegar* no siempre es fácil

¿Qué productos y servicios son adecuados?

- Sitio web actualizado y *Responsive design* (adaptado a dispositivos móviles).
- Publicación en Twitter de nuevas publicaciones.
- Permitir descargas de datos en formato Excel
- Acceso directo a principales indicadores
- Servicio a los medios (incluidas consultas, orientación para encontrar información, seminarios)

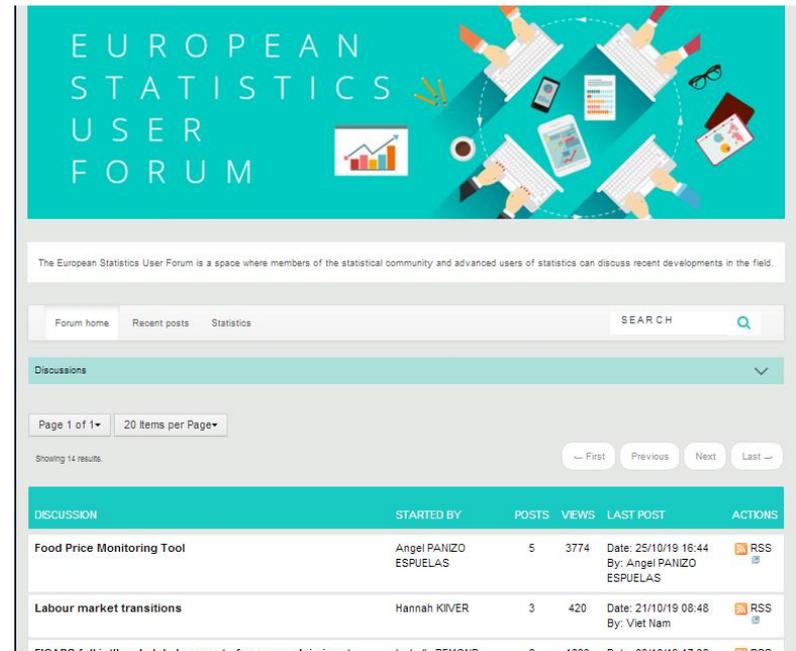


Acciones desarrolladas en el WP1:



Facebook del SEE para usuarios generales

Foro del SEE para usuarios avanzados



Acciones desarrolladas en el WP1:

Estudios de usabilidad

Test de usabilidad de dos productos del INE:

- La herramienta para la extracción de datos estadísticos.
- Un nuevo apartado para presentar estadísticas territoriales.

Metodología

- Selección de un grupo de 10 usuarios con perfiles variados.
- Establecer una lista de tareas a realizar.
- El usuario realiza las tareas que le indica el profesional
- Grabación de la sesión de trabajo.
- Estudiar reacciones, habilidades, dificultades,... de los usuarios
- Extraer conclusiones.



Estrategias de difusión en el INE

Nuestro objetivo estratégico:

Aumentar el conocimiento y el uso de datos estadísticos por todo tipo de usuarios

¿Qué hacemos para conseguirlo?

- Aumentar la cultura estadística en la sociedad.
- Proporcionar fácil acceso y uso de los datos estadísticos.
- Facilitar la reutilización de la información estadística.
- Mejorar la comunicación sobre métodos y calidad.
- Explorar continuamente nuevos canales de comunicación.



Estrategias de difusión en el INE

Aumentar la cultura estadística en la sociedad.



Público objetivo: estudiantes de primaria y secundaria

- Lenguaje menos formal
- Importancia del diseño
- Aprendizaje divertido
- Micro videos
- Juegos

**Visitas escolares:
4500 estudiantes**



**Edición 2018-19:
estudiantes**

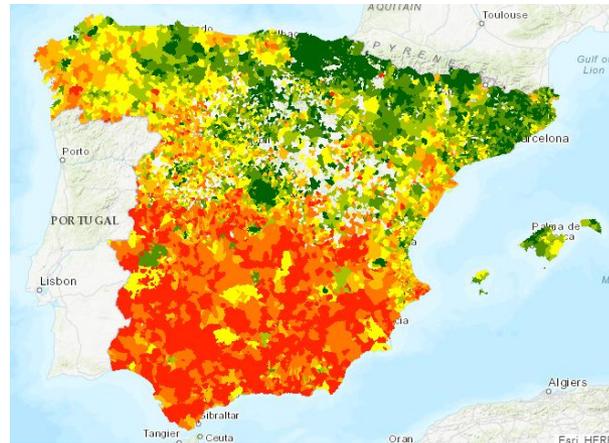


Estrategias de difusión en el INE

Hacer más sencillo el acceso y uso de los datos.

El usuario manda

- Diseñar primero para el móvil
- Enfoque basado en capas:
 - Últimos indicadores ⇨ Tablas ⇨ Series ⇨ Microdatos.
- Acceso a todos los resultados estadísticos.
- Herramientas de visualización: gráficos, mapas infografías..



Estrategias de difusión en el INE

Facilitar la reutilización de información estadística.

- Licencias abiertas.
- Contribución al portal de datos abiertos.
- Servicios Web para descarga de tablas, series, metadatos...

datos.gob.es
reutiliza la información pública



Estrategias de difusión en el INE

Mejorar la comunicación sobre métodos y calidad.

- Enfoque basado en capas:
 - Ficha resumen → Informe metodológico → Metodologías
- Clasificaciones, conceptos.
- Comunicación de los nuevos proyectos.
- Ruedas de prensa y sesiones informativas con periodistas y expertos



Estrategias de difusión en el INE

Explorar nuevos canales de comunicación.

YouTube: 1.300 suscriptores (*desde octubre 2010*)

- Videos divulgativos sobre la producción estadística, los conceptos básicos, curiosidades,...

Twitter: más de 40.000 seguidores (*desde agosto de 2011*)

- Difusión de notas de prensa y datos.
- Mejora el compromiso entre productores y usuarios.

Instagram: 400 seguidores (*desde octubre 2019*)

- La imagen por encima del todo.
- Captar usuarios de la estadística entre el público más joven.

Mensajes diferentes para diferentes audiencias



**Muchas gracias
por su atención**

