



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Artes

Maestría en Diseño y Dirección de Arte

“Propuesta de Rediseño de la Arquitectura de Información para el Sitio Web de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC) por medio de las Metodologías de Experiencia de Usuario”.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en Diseño y Dirección de Arte.

Autora

Paula Javiera Vargas Landívar

C.I 010651964-8

Correo electrónico: paulajavieravargas@gmail.com

Directora

PhD. Denisse Helena Vásquez Guevara

C.I 010469494-8

Cuenca- Ecuador

19- julio -2021



Resumen

El diseño comunicacional provee criterios para optimizar las experiencias de los usuarios en páginas *web*, de tal manera permite que los procesos sean más ágiles al momento que el receptor interactúe con alguna plataforma digital. En el presente trabajo de titulación se realiza una implementación de la comunicación y el diseño aplicados a la experiencia de usuario a docentes investigadores de la Universidad de Cuenca. Este proyecto partió del análisis comunicativo y de dirección de arte efectuando metodologías que permiten acercar al usuario para realizar un producto integral y participativo, que considera sus necesidades al momento de emplear un sitio *web* como parte de sus procesos de investigación. Con base a las necesidades del público meta, se pretende proponer mejoras en el resultado final para crear una propuesta que apoye a los investigadores en sus procesos de investigación. Entre los principales hallazgos, en este proyecto se plantea conocer cuales son los actuales vínculos comunicativos digitales con los que interactúan los docentes investigadores de la Universidad de Cuenca. Este estudio propone incorporar metodologías innovadoras al momento de realizar o actualizar un producto o servicio comunicativo. Para la realización de futuras propuestas es recomendable aplicar el diseño centrado en el usuario, así se conoce a profundidad las necesidades del receptor y aspectos clave como el tiempo que implican los reportes y la claridad de los procesos y su seguimiento.

Palabras claves: Experiencia de usuario. Comunicación. Diseño. Información. Diseño Web.



Abstract

Communication design can provide several criteria to optimize user experiences on websites, so that processes and information respond to the streamline of their activities. In this degree work, an implementation of communication and design applied to the user experience of research professors of the University of Cuenca is carried out. This project started from a communicative and art direction analysis, implementing methodologies that allow the user to get closer to making a comprehensive and participatory product, which considers their needs when using a website as part of their research processes. Based on the needs of the target audience, it is intended to propose improvements in the final result to create a proposal that supports researchers in their research processes. Among the main findings, this project showed that the current communicative links with which the research professors of the University of Cuenca interact do not generate complete satisfaction, so it is necessary to include innovative methodologies when making or updating a communication product or service. For the realization of future communicative proposals, it is advisable to apply the user centered design so that the needs of the target audience are known in depth, and key aspects such as the time involved in the reports, and the clarity of the follow up processes.

Keywords: User experience. Communication. Design. Information Architecture, Web Design.



Índice de Contenidos

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Índice de Figuras.....	6
Índice de Tablas.....	8
INTRODUCCIÓN.....	12
Actualidad, Relevancia y/o Justificación.....	13
Comunicación Estratégica y sus Tácticas.....	15
Usabilidad.....	18
Problema Teórico- Metodológico.....	19
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Tareas de Investigación.....	21
CAPÍTULO I.....	27
FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	27
La Práctica y la Estrategia de Comunicación Transmedia.....	27
Estrategias Eficaces para Implementar un Manual Digital.....	28
Usabilidad Basada en Escenario de Interacción.....	29
Roles y Funciones de las Áreas de Organización Basadas en la Experiencia de Usuario.....	32
CAPÍTULO II.....	36
METODOLOGÍA.....	36
Herramientas de Recolección de Datos.....	36
Storytelling.....	37
Experiencia de Usuario y la Arquitectura de la Información.....	41
Modelo de Proceso de Design Thinking.....	43
Tratamiento de la Información.....	44
CAPITULO III.....	47
RESULTADOS.....	47
Levantamiento de Información.....	47
Pasos para Ingresar a la Dirección de Investigación (DIUC).....	52
Análisis del Manual de Procesos.....	54
Design Thinking.....	58
Paula Javiera Vargas Landívar.....	4



Universidad de Cuenca

Mapa de Empatía del Usuario	60
Dirección de Arte	62
Cromática	64
Tipografía.....	66
Logotipo	67
Narrativa y Diseño de Experiencia.....	69
Propuesta de la Página Web	72
CAPÍTULO IV	84
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	84
Comunicación Digital	85
CAPÍTULO V	89
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	89
Comunicación Basada en Pensamiento de Diseño	89
Diseño de Información	91
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	95
BIBLIOGRAFÍA.....	96
ANEXOS	98



Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Modelo de Design Thinking de Tim Brown Fuente: Gustavo Ordoñez.....	43
<i>Figura 2.</i> Plataforma <i>Web</i> de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca ...	51
<i>Figura 3.</i> Pasos a seguir para ingresar a la plataforma virtual de la DIUC (sección manual de procesos) Fuente: elaborado por la autora.	54
<i>Figura 4.</i> Mapa de pasos a seguir para proyectos de investigación del manual de procesos DIUC.....	57
<i>Figura 5.</i> Reuniones del grupo focal con docentes investigadores de la DIUC.....	58
<i>Figura 6.</i> Proceso de Design thinking a docentes investigadores de la Universidad de Cuenca.	59
<i>Figura 7.</i> Mapa de empatía del usuario Fuente: elaborado por la autora.	62
<i>Figura 8.</i> Pasos para el diagnóstico del usuario Fuente: elaborado por la autora.	63
<i>Figura 9.</i> Colores corporativos de la Universidad de Cuenca Fuente: Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca (2019).....	65
<i>Figura 10.</i> Paleta de colores secundarios Fuente: Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca (2019).....	66
<i>Figura 11.</i> Tipografía FF Meta Fuente: Manual de imagen institucional de la Universidad de Cuenca (2019).....	67
<i>Figura 12.</i> Versión general del logotipo Fuente: Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca (2019).....	69
<i>Figura 13.</i> Detalle de Arquitectura de la Información aplicada en la página <i>web</i>	69



Universidad de Cuenca

Figura 14. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca Fuente: Universidad de Cuenca (2020)..... 75

Figura 15. *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca Fuente: Universidad de Cuenca. 77

Figura 16. *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca Fuente: Universidad de Cuenca 78

Figura 17. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca Fuente: Universidad de Cuenca. 80

Figura 18. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca Fuente: Universidad de Cuenca. 81

Figura 19. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca Fuente: Universidad de Cuenca 81

Figura 20. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca Fuente: Universidad de Cuenca. 82



Índice de Tablas

Tabla 1.	21
Detalle de las Tareas de Investigación.....	21
Tabla 2.	23
<i>Cronograma</i>	23
Tabla 3.	25
<i>Presupuesto</i>	25



Cláusula de Propiedad Intelectual

Yo Paula Javiera Vargas Landívar, autor/a del trabajo de titulación "Propuesta de Rediseño de la Arquitectura de Información para el Sitio Web de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC) por medio de las Metodologías de Experiencia de Usuario", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 19 de julio de 2021

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized letters, positioned above a horizontal line.

Paula Javiera Vargas Landívar

C.I: 0106519648



**Cláusula de licencia y autorización para la publicación en el Repositorio
Institucional**

Yo, Paula Javiera Vargas Landívar en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de Rediseño de la Arquitectura de Información para el Sitio Web de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC) por medio de las Metodologías de Experiencia de Usuario", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 19 de julio de 2021

Paula Javiera Vargas Landívar

C.I: 0106519648



Agradecimientos

Este Máster y el presente proyecto ha sido un verdadero reto desde que me planteé seguir un programa de posgrado en la Facultad de Artes. Agradezco a cada persona que me ha impulsado y me ha acompañado de una u otra manera en este proceso.

Dedicatoria

Dedicado a mi madre Rita Alicia Landívar Lara la incondicional la que me motiva a alcanzar mis sueños, no me alcanza la vida para agradecerte todo lo que haces por mí ¡gracias infinitas!. A mi ángel en el cielo a mi papá Jaime Francisco Vargas Vargas quien siempre está conmigo espiritualmente. Además, agradezco a la PhD. Denisse Vásquez Guevara por su guía, este trabajo de titulación no habría sido posible sin su apoyo, dedicación y su sabiduría. Por último pero no menos importante este trabajo de titulación va en memoria de mi querido colega y amigo, el Magíster Luis Alberto Cueva Sarmiento gracias, gracias y gracias por tu amistad y cariño, tú sabes como la luchamos. ¡Abrazos hasta allá arriba amigo querido!



INTRODUCCIÓN

La comunicación es la acción principal en cuanto a las relaciones humanas y organizacionales. La confianza, la imagen, la reputación, son algunas de sus características. Es importante considerar que en una sociedad tan cambiante como la de la era digital nos exige conocer e implementar la comunicación estratégica en situaciones atípicas. Las nuevas tecnologías evolucionan constantemente a pasos agigantados y es responsabilidad de los profesionales conocer sus alcances e impactos. Por lo tanto, el diseño y la dirección de arte aportan a la creación de identidad visual para transmitir contenidos escritos y en imágenes con su valor propio.

El contexto contemporáneo ha demostrado que la virtualidad es fundamental a la hora de comunicarnos, por lo antes mencionado es importante incluir al usuario como eje central de todo producto o servicio comunicacional que se va a diseñar. No se debe descuidar la funcionalidad, innovación, estética, comprensión e interacción al momento de producir piezas comunicacionales para la sociedad actual.

Los medios más idóneos para llegar a gran cantidad de gente son los virtuales, por lo tanto se debe manejar de una manera correcta las plataformas *web*. La imagen que se proyecta al público depende de la reputación de la empresa y el grado de confianza que existe entre organización y clientes potenciales. La comunicación 2.0 ofrece servicios interactivos para mantener mayor acercamiento con el usuario, el internet deja de ser una herramienta tecnológica para convertirse en un canal de acercamiento con las personas. Implementar estrategias y metodologías prácticas e innovadoras puede transformar la visión para crear y mejorar los productos o servicios. La metodología central de este proyecto involucra al modelo



Universidad de Cuenca

de Design Thinking o pensamiento de diseño y cómo se abordó este para diseñar una propuesta centrada en el usuario, a fin de proponer mejoras para realizar una pieza comunicativa útil”.

La era de la imagen y la escritura desafía a generar productos comunicacionales minimalistas que incluyan interactividad. En un mundo virtual que se sobrecarga de información a lo que se debe llegar es a una simplificación de contenido de textual y visual para innovar.

Actualidad, Relevancia y/o Justificación

Según la misión institucional de la Universidad de Cuenca, su objetivo de servicio es el siguiente (Unviversidad de Cuenca , 2020).

La Universidad de Cuenca es una universidad pública, cuya misión es formar profesionales y científicos comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida, en el contexto de la interculturalidad y en armonía con la naturaleza. La Universidad se fundamenta en la calidad académica, en la creatividad y en la innovación, su capacidad para responder a los retos científicos y humanos de la época y sociedad regional, nacional e internacional equitativa, solidaria y eficiente.

La Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca (DIUC) se encarga de la divulgación de la actividad científica, ofrece a la comunidad universitaria artículos, reportajes escritos y audiovisuales que permitan describir el trabajo y producción científica de la Universidad de Cuenca, disponible para la ciudadanía universitaria y la sociedad. El docente investigador está inmerso en desafíos múltiples, es por esta razón que se analizó la necesidad de comunicar de manera efectiva y dinámica los procesos y pasos que tienen los profesores-investigadores al momento de conocer la gestión de procesos o pasos obligatorios que deben seguir para presentar sus proyectos dentro de la Universidad de Cuenca.



La consecución de los objetivos perseguidos a través de la puesta a disposición del público de cualquier aplicación web está condicionada por la satisfacción del usuario final.

La importancia del diseño de la aplicación se basa en que este será el que modele la interacción entre usuario y aplicación y por tanto posibilitará o no la consecución de los objetivos perseguidos por el usuario (encontrar información, comprar, comunicarse, aprender) (Granollers & Lorés, 2004). En cuanto al aspecto metodológico, las propuestas de la Ingeniería de la Usabilidad que ofrecen modelos de Diseño Centrado en el Usuario, (DCU), constituyen la alternativa de desarrollo mayormente aceptada, pues facilitan la incorporación de usuarios representativos a los equipos de desarrollo con la finalidad de conseguir sistemas usables. Esto quiere decir que mediante el servicio final que se ha realizado no se considera la propuesta metodológica que se llevó a cabo (p.122).

Es por esto que por medio de una arquitectura de información y usabilidad se puede facilitar el medio de comprensión del usuario basándose en sus necesidades y generar propuestas valederas y factibles así generar propuestas valederas y factibles para una efectiva utilidad del espacio digital consultado.

Los problemas persistentes de la DIUC, según explicó su ex coordinadora Victoria Abril (comunicación personal, octubre 2019), se basan en la forma de interpretar el procedimiento de los procesos para subir información de proyectos investigativos de relevancia en la plataforma de la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca. Por otra parte, Los profesionales de las TIC a cargo de proponer la estructura de un sitio *web* se ven inmersos en esfuerzos donde se requiere explorar el espacio del problema, descubrir las necesidades de la organización y los usuarios potenciales para idear nuevos escenarios de solución y en general crear nuevos roles, nuevos paradigmas, y nuevos esquemas interactivos, como propuestas de sitios o páginas web.



Comunicación Estratégica y sus Tácticas

Una estrategia comunicacional debe basarse en acciones y analizar el comportamiento de una organización para tomar decisiones correctas, para esto se debe conocer la situación anterior y actual de la empresa para planificar estrategias útiles, sin embargo no se debe descuidar la calidad y cantidad de los mensajes emitidos ya que estos nos permiten ganar notoriedad en el público meta.

Contar con un plan comunicacional integral permite a la entidad mantener un norte comunicacional tanto interno como externo, por esta razón es fundamental implementar políticas, reglas, estatutos, etc. El usuario siempre es el centro de la compañía; de igual forma la búsqueda de soluciones comunicacionales debe ser activa e inmediata, sin desatender los objetivos propios de la organización.

Desde la comunicación estratégica, (Pérez, Rafael Alberto, 2020), nos recuerda la influencia de la comunicación en el ser humano, en sus opiniones y actos. La comunicación tiene el poder de influir en los demás, aunque esta influencia sea recíproca y esencial en las relaciones humanas: “La interacción comunicativa en concreto, es un proceso que lleva a ejercer influencia sobre las acciones y las perspectivas de los individuos” (p.61).

En la teoría de las relaciones públicas, para Grunig y Hunt las organizaciones que siguen el modelo bidireccional asimétrico “utilizan sus conocimientos de las ciencias sociales e investigan las actitudes y las conductas con el objetivo de persuadir a los públicos para que acepten su punto de vista y les apoyen en su forma de comportarse” (2007). (Viñarás, 2013 p. 61).

En consecuencia, la interacción con el personal será un punto clave para enfocarse en el problema, estudiando y por medio de la entrevista y observación se recopiló la información



Universidad de Cuenca

para llegar a dar las soluciones más óptimas para el público beneficiario.

Según Richard L. Daft, en su libro *Teoría y Diseño Organizacional* las organizaciones se adaptan e influyen en un entorno que cambia con rapidez. Considérese el caso de Google, proveedor del motor de búsqueda más popular de internet, que continúa adaptándose y evolucionando a la par que internet. En lugar de ser un servicio rígido, Google agrega continuamente características tecnológicas que crean un mejor servicio. En todo momento, el sitio de Google ofrece varias tecnologías en desarrollo (p.14).

Citando el caso de Google se puede evidenciar que el contacto con el usuario permite generar un vínculo de confianza y obtener retroalimentación y sugerencias de ideas para crear valor. Las organizaciones grandes, medianas o pequeñas deben enfrentar los desafíos actuales con ética, responsabilidad, eficiencia y motivación para lograr sus objetivos empresariales. La cultura organizacional fomenta la igualdad y cambio positivo constante, las estrategias comunicativas engloba el enfoque humanista y social, esto quiere decir que el potencial del individuo y del colectivo contribuyen al manejo efectivo de una entidad. No obstante en el proceso de comunicación es fundamental asumir riesgos y cometer errores y mantener crisis, tomando en cuenta que es una motivación para el aprendizaje y mejoramiento continuo.

Por lo tanto, muchas de las organizaciones son cada vez más competitivas que se proponen a tomar desafíos y sin descuidar el margen de error y respuesta para aprender, el desafío está en mantenerse estable y ser visionarios implementando nuevas forma de crecer y aumentar su reputación e imagen de la empresa hacia el público sea este personal, proveedor, aliados estratégicos y clientes.

La estrategias comunicacionales digitales son una buena forma para interactuar con el usuario que no solo se ha convertido en un consumidor sino un creador de contenido, sin embargo esta nueva normalidad tiene situaciones favorables y en contra, ya que este sistema de



Universidad de Cuenca

retroalimentación permite al usuario mantener un contacto más directo con la organización a través de redes sociales. Las críticas se vuelven más frecuentes y es esencial dar respuestas inmediatas al receptor. Las campañas comunicacionales están sujetas a comentarios de diferente índole pero es ahí donde interviene la capacidad de reacción estratégica que tome la empresa, las jerarquías deben tomar decisiones para que el equipo creativo proponga soluciones prácticas basándose en una planificación para su posterior aplicación real.

En la planificación comunicacional y visual no debe descuidar ningún detalle ni excluir opiniones internas y externas que pueden alterar la reputación de la entidad, servicio o producto. La credibilidad es la base que toda empresa, institución u organización debe tener. Por lo mismo, es necesario generar canales de comunicación confiables que emitan información veraz que no dé lugar a malas interpretaciones.

Dentro de las estrategias de comunicación de la organización, empresa o institución debe considerarse a la publicidad social como una forma diferente de comunicación pues al mismo tiempo utiliza la persuasión y la disuasión. Al contrario de lo que hace la publicidad comercial, que sólo se compromete con la primera, la publicidad social trabaja la persuasión de igual manera que su homóloga comercial; como lo indica Martín (2008), la publicidad social y la comercial se ven cada día más unidas por sus propias circunstancias comunicativas, aunque sus fines sean diferentes (Orozco, 2010, p.171).

Estratégicamente es necesario diferenciar la publicidad social con la comercial ya que se transmiten de distinta manera con diferente mensaje, medios comunicacionales y audiencias.



Cuando hablamos de usabilidad *web* nos referimos a la interacción que tiene el receptor con el diseño, considerando que este sea lo más entendible para el individuo que hará uso de este sistema. El objetivo de nuestra audiencia es conocer sobre algún tema en específico y buscar información de su interés. Entre más sencillo sea, más ágil será el usuario para utilizar la plataforma virtual.

En su libro *Aplicación de técnicas de usabilidad y accesibilidad en el entorno cliente*, Joaquín Pintos enuncia que la accesibilidad *web* es la facilidad con la que cualquier persona puede ingresar y debe verse como un diseño universal sin importar sus condiciones físicas y ambientales; todas las personas son diferentes es por esto que las interfaces se debe acomodar a esas diferencias de forma a que cualquier persona pueda acceder a la información. Es decir, es sustancial aceptar las diversidades y desarrollar plataformas inclusivas. Lo ideal sería integrar un sistema adaptado para todo público, utilizando múltiples herramientas para tener un mayor alcance y aceptabilidad de los usuarios. La usabilidad tiene su significado atribuido al fácil uso y la eficiencia con que el usuario encuentre en la finalidad que estaba buscando en un producto o servicio. Las características y las necesidades del usuario se deben considerar de forma primordial para diseñar con el objetivo de satisfacer las expectativas del público meta. El proceso de diseño y desarrollo del sitio web debe estar conducido por el usuario, sus necesidades, características y objetivos. Por ejemplo, en la tecnología implica incluir al usuario en el proceso de desarrollo del sitio; saber como es la audiencia que necesitan, como reaccionan, su experiencia de usabilidad, el reto del profesional en áreas comunicacionales y de diseño es contribuir a la mejora experiencial.

La usabilidad también se aplica dentro del objeto diseñado y se puede aprender y conocer de qué manera interactúa el usuario con la observación. El valor agregado debe ser alto



Universidad de Cuenca

por la saturación que existen con marcas y los sistemas tecnológicos deben ser lo menos complejos para el usuario y facilitar su acceso. El experto en temas de usabilidad debe determinar la funcionalidad del objeto, producto o servicio.

Problema Teórico- Metodológico

¿Cómo rediseñar el Manual de Procesos de Investigación en el sitio web de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC) por medio de las Metodologías de Experiencia de Usuario?

Al analizar este trabajo de titulación se evidenció que los usuarios se encontraron con inconvenientes al momento de acceder al Manual de Procesos de Investigación de la Universidad de Cuenca. El mismo se encuentra de manera digital en la página *web* de esta casa de estudios, en formato PDF a manera de documento. Por esta razón, para solventar los problemas existentes se recurrió al involucramiento de los usuarios y al análisis del manual y los procesos que implica para cada una de las fases involucradas en los procesos de proyectos de investigación.

Algunos problemas de este formato son causados por la organización del contenido tipográfico y visual que se encuentra en el Manual de Procesos de Investigación ubicado en la plataforma *web* de la Universidad de Cuenca. Este hecho genera confusión y descontento en los usuarios a la hora de subir sus proyectos investigativos, por lo tanto el actual formato no genera los resultados esperados por el usuario. Si bien la tecnología evoluciona de manera constante por este motivo se estudió la necesidad de generar una propuesta digital de valor para los docentes investigadores de la Universidad de Cuenca. A partir del desarrollo de este proyecto se propuso realizar una investigación cualitativa que recopiló información de la actual plataforma *web* con la finalidad de generar una propuesta competente centrada en el usuario.



Universidad de Cuenca

Posterior al análisis comunicativo y gráfico se reforzó la distribución del contenido y su diseño sin perder su sustento académico. Este proyecto consolida a la interfaz como principal herramienta de estudio. Por lo tanto, mediante la comunicación, la dirección de arte y el pensamiento de diseño, se implementan mejoras para que la audiencia se sienta complacida con el servicio que está utilizando. Al enfocarse en el problema con la finalidad de aclarar y resolver dificultades, en esta metodología el eje central siempre será el usuario o beneficiario. Por esto y dado a su nivel académico deben usarse estrategias comunicativas efectivas para que los interlocutores comprendan con precisión, en forma integral, sin error ni ambigüedad, los mensajes emitidos por la dirección de investigación de esta casa de estudios.

Objetivo General

Elaborar un proceso de diseño de información efectivo para la interfaz de la página *web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC) y diseño de usuario.

Objetivos Específicos

1. Explorar los actuales vínculos comunicativos digitales que se aplican entre la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC) y el usuario.
2. Identificar las tácticas actuales de difusión de los procesos de investigación para los docentes e investigadores de las doce facultades vinculadas con la DIUC.
3. Realizar propuestas comunicativas eficaces para el sitio *web* de investigaciones de la Universidad de Cuenca.



Tareas de Investigación

Al comienzo de esta investigación comunicativa se realizó el levantamiento de información conjuntamente con la recolección y transcripción de datos a través del método de observación, entrevistas y *focus group*. En el análisis se involucró la participación de profesores investigadores de la Universidad de Cuenca, enfocando principalmente en cómo manejan el sitio *web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. La interacción que el usuario tiene con la plataforma y su percepción, el presente estudio se llevó a cabo utilizando metodologías de pensamiento de diseño y experiencia de usuario *web* en el que se incluye directamente al receptor. En esta etapa se estudió los vínculos comunicativos que rige la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC) con el usuario (ver tabla 1). Además, se pudo identificar la difusión actual de procesos de investigación que tienen directamente los docentes e investigadores de las doce facultades vinculadas con la DIUC. Por último se llevó a cabo una propuesta comunicativa mediante dirección de arte para el sitio *web* de la DIUC, en su sección del Manual de Procesos de la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca.

Tabla 1.

Detalle de las Tareas de Investigación

	Objetivo general	Objetivo específico 1	Objetivo específico 2	Objetivo específico 3
Alcance del componente investigativo	Descriptivo	Correlacional	Exploratorio	Exploratorio



	Análisis y	Investigación	Método	Método
Metodología	síntesis	cualitativa	experimental	experimental
		Entrevistas,		
Técnica de investigación	Análisis de campo. Investigación bibliográfica	análisis comparativo, prospectivas y escenarios. Storytelling	Design Thinking Focus Group	Prospectivas y escenario
	Cuadros de observación y herramientas de medición en general	Registro de audio	Recursos humanos, materiales de trabajo, libros, internet	Cuadros o gráficos en general
Herramientas y recursos				
Actividades	Reunión personal con el director del proyecto	Investigación específica	Reuniones virtuales. Entrevistas	Diagramación de documento
	Investigación bibliográfica	Recopilación de datos e información	Aplicar métodos de pensamiento de diseño	Generar productos comunicacionales
Insumo				es



Tabla 2.

Cronograma

Objetivos	Actividades	M*	M	M	M	M	M	M	M	M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
		X	X	X						
Explorar los actuales vínculos comunicativos entre la dirección de investigación de la Universidad de Cuenca y el usuario.	Reunión personal con el director del proyecto. Cuadros de observación, herramientas de medición en general.									
					X	X	X	X		
Investigar la difusión actual de procesos de investigación que tienen directamente los docentes e investigadores de las	Entrevistas, encuestas, análisis comparativo, prospectivas y escenarios. Registro de audio y video.									



**doce facultades
vinculadas con la
Dirección de
Investigación de la
Universidad de Cuenca.**

X X X

**Realizar propuestas
comunicativas eficaces
para el sitio web de la
DIUC, en su sección del
manual de escritura de
la Dirección de
Investigaciones de la
Universidad de Cuenca.**

Prospectivas y
escenario.
Cuadros o gráficos en
general, discurso.

*M: Se refiere a mes.



Presupuesto

Al comienzo de este trabajo de titulación se determinó la línea base de costos actualizados y gestionados para cumplir los objetivos planteados en este proyecto. Con la finalidad de generar una propuesta adaptada a lo programado (ver tabla 3).

Tabla 3.

Presupuesto

Objetivo de la investigación	Actividades	Insumos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Explorar los actuales vínculos comunicativos de la dirección de investigación de la Universidad de Cuenca y el usuario			1		
			150		
	Recopilar información	Computador a internet	150	\$150	
	ne investigar	copias transporte.		\$150	\$300
Elaborar estrategias comunicativas	Entrevistas, análisis	Grabadora, transporte, internet,	1	<i>Post it</i> \$50	
			35	Marcadores	\$400
			1	\$100	



como herramienta de gestión enmarcadas en los objetivos propios de la organización.	comparativ o Prospectiv a y escenarios. Registro de audio y video.	computador a, marcadores, papelógrafos .	4 20	Transporte \$100 papelógrafos \$50	
Realizar propuestas comunicativas eficaces que plasmen el interés y recepción de información del usuario con base al contenido.	Prospectiv a y escenario. Cuadros o gráficos en general, discurso.	Computador a video tutoriales, infografías, diseño gráfico, recursos humanos.	1 3 5 5	Video tutoriales \$200 Infografías \$100 Diseño gráfico en general \$400	\$700



CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

La Práctica y la Estrategia de Comunicación Transmedia

La comunicación a lo largo del tiempo ha evolucionado en el uso de sus herramientas, es la forma tradicional al momento de relacionarse con sus públicos y la manera de difundir información, en la actualidad *storytelling* es una de las tantas formas de realizar la comunicación e interacción frente a sus stakeholders.

La narrativa al momento de transmitir información es fundamental ya que al consumidor les interesan las historias, las mismas se difunden a través de diversas plataformas que existen en el siglo XXI.

Carlos Scolari define a la narrativa transmedia como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”.

Una historia transmedia se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narración transmediática, cada medio hace lo que se le da mejor. Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa. Cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo. El recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo. La redundancia destruye el interés de los fans y provoca el fracaso de las franquicias. La oferta de nuevos niveles de conocimiento y experiencia refresca la franquicia y mantiene la



Contando historias comprendemos nuestro entorno, los profesionales en el área comunicacional pueden utilizar una narrativa ordenada para que el usuario siga una secuencia y pueda entender lo que se quiere comunicar. El comunicador social debe contar los hechos de una manera lógica que adapte tanto contenidos escritos como gráficos, con la tecnología los usuarios pueden interactuar con la empresa, institución u organización de una manera directa mediante los canales digitales que existen en la actualidad. En los mismos el receptor puede comentar de forma positiva o negativa sobre nuestro producto, servicio. Las nuevas tecnologías ponen énfasis en el lector espectador y usuario. En la narrativa crossmedia “todo conjunto de relatos tiene un centro de origen, un producto primitivo que, desarrollado en un lenguaje determinado (audiovisual, escrito, secuencial...), es ampliado y transformado por la aplicación de otros lenguajes” (Hernández y Grandío, 2011, p. 4). Belsunces (2011) señala lo mismo pero en otros términos. En el mundo transmedia se eliminan las barreras entre el mundo real y ficticio, generando respuestas diversas en este universo transmediático.

Estrategias Eficaces para Implementar un Manual Digital

La comunicación está inmersa dentro de la cultura organizacional, sabemos que la comunicación es la reflexión que llega a cambiar visiones e incluso paradigmas para generar capacidades competitivas en beneficio de la empresa y de su futuro. La comunicación se define con el término estrategia y se relaciona con la eficacia de la toma de decisiones, la estrategia tiene como objetivo demostrar la visión y la capacidad para el cambio, nos da una pauta para establecer factores o componentes de la concepción general. Entre las nuevas herramientas digitales destacan tres de ellas: los blogs, los microblogs y las redes sociales. No obstante, no



Universidad de Cuenca

son las únicas, ya que otras técnicas como los wikis, los podcasts, los *blogzines* permiten que los consumidores difundan sus opiniones e intereses fácilmente y las empresas lo utilicen de forma activa o simplemente como medio de información para conocer a sus consumidores (Pintado, 2017).

El ambiente tecnológico que se vive en la actualidad contribuye a que la sociedad se comunique de varias maneras y, a través de medios electrónicos, las personas pueden emitir criterios propios que pueden beneficiar o perjudicar a una empresa u organización; por lo antes mencionado es factible mantener un buen manejo virtual para generar una buena imagen.

La reputación de la organización es el valor que las personas le da en una sociedad, para conservarla o elevarla, las herramientas con que comunicamos sobre la organización o entidad deben ser efectivas, pero en el proceso de comunicación los ruidos de tergiversación del mensaje (rumores o mal entendidos) dentro y fuera de la entidad no son fáciles de controlar. La comunicación que se maneje dentro de la organización debe ser una comunicación asertiva, el problema que existe en las empresas es que no comparten información a sus públicos, lo que algunos profesionales no comprenden es que este punto es una desventaja para la institución. En este punto es un error de los poderes jerárquicos que se maneje la información pública de una manera oculta, ya que es obligación de una organización tener a sus públicos internos y externos capacitados e informados; por ello es fundamental que se conozca y se transparente la información tanto a su público interno como externo.

Usabilidad Basada en Escenario de Interacción

El ser humano a lo largo de la historia se ha adaptado a grandes cambios ya sean estos industriales, ambientales, tecnológicos, etcétera. El siglo XXI ha sido una época de grandes transformaciones y adelantos, la virtualidad exige a la sociedad a aprender a utilizar



Universidad de Cuenca

herramientas avanzadas y es por esto que el diseño centrado en el usuario contribuye a que se comprenda de mejor manera la interfaz.

Los artefactos son parte importante de la vida cotidiana de los seres humanos. Durante muchos años el diseño industrial ha estado orientado a satisfacer la función instrumental del artefacto, resolviendo al máximo dicha función; este enfoque genera productos que ayudan a una persona a cumplir tareas satisfactoriamente y cómodamente, al considerar sus capacidades físicas y cognitivas, sin embargo, tiene varias limitaciones pues considera sólo un aspecto de la experiencia que tienen las personas al interactuar con el producto. Jordan (2004) cuestiona el enfoque instrumental porque no considera otras características de los seres humanos como sus esperanzas, miedos, sueños, sentimientos, así como su imagen.

Crilly y colegas (2009) comentan que, en los años recientes especialistas en diseño de producto han buscado ampliar su campo de acción al enfocarse a temas sociales, de sustentabilidad, de inclusividad y a diseñar experiencias. En este último, el interés se centra en las experiencias que las personas viven a partir de la interacción que se tiene con productos. La experiencia que tenga el usuario va a influir en cómo se diseña un servicio o producto, sus vivencias pasadas, sus emociones y sus pensamientos influirán en sus criterios emitidos (Nicolás, 2014).

El usuario tiene diferentes comportamientos ante situaciones reales, es la persona que interactúa con el producto o servicio se debe tomar en cuenta los elementos que llamen la atención o que impacten, además se debe conocer el escenario en el que se está desarrollando la acción. Se debe prestar atención en la opinión del usuario y analizar si esta es subjetiva u objetiva.

Una simple galería de fotos puede contar una historia de mejor manera. Una galería de fotos sincronizada con audio puede contar una historia. Un fragmento de audio puede contar una historia o complementar otra. Un fragmento de video también lo puede hacer. Una



infografía animada puede contar una historia prescindiendo del texto. Un video puede contar una historia completa sin ayuda de otros recursos. Audios, videos, textos y fotos adecuadamente organizados pueden dar la opción al usuario de hacer una lectura no lineal de la historia es decir, escoger el punto de entrada y el orden en que es seguida (Bringgs, 2007).

El usuario se guía por una secuencia, las historias atrapan al lector o al espectador, si es que presentamos un servicio o producto multimedia mediante una narrativa esto hará que el usuario se interese más por el servicio. En este sentido es importante definir el concepto de usabilidad para después ver sus relaciones con otras disciplinas de las que hereda elementos de estudio como el diseño de la interfaz de usuario, la interacción hombre-ordenador (*HCI, human computer interaction*), el diseño gráfico de la interfaz de usuario (*GUI, graphical user interface*), y desde un punto de vista más general, la informática e ingeniería, la ergonomía, la psicología, la sociología y la lingüística. (Grau, 2007).

Diferentes áreas de conocimiento contribuyen a la construcción de una plataforma digital, en primer lugar se debe realizar la planificación y estructuración de la interfaz, la comunicación, el diseño, la psicología, lingüística, sociología, ingeniería en sistemas, programación entre otras, las ciencias anteriormente mencionadas aportan para idear un producto integral y efectivo.

La *usabilidad* sería la medida del grado de *facilidad* en el uso de un tipo de producto (en este caso “tecnológico”) y del tipo de *satisfacción* que genera ese uso en el usuario. En este sentido diríamos que una buena página web tiene que provocar el interés del usuario por los contenidos ofertados, por su facilidad de acceso y comprensión y por el grado en el que satisface las necesidades del usuario. (González y Farnós, 2009, p. 50). Por otro lado, la accesibilidad significa lo fácil o difícil que le resulta a la persona ingresar a algún sitio o plataforma. De esta forma para navegar en la red el contenido será comprensible y de lenguaje claro sin tecnicismos, sin sobrecarga de información y su ágil acceso a las páginas o pestañas, mediante estos aspectos



Universidad de Cuenca

podemos medir la accesibilidad y usabilidad que el receptor percibe a la *web*. Sin excluir a las personas que tienen capacidades diferentes para crear un diseño más inclusivo.

Cuando hablamos de usabilidad y accesibilidad se debe considerar que la tecnología y los medios digitales deben ser de carácter igualitario donde todos los ciudadanos tengan acceso a la plataforma, es tiempo de romper esquemas y tener una visión más amplia de diseñar productos o servicios integrales, que estén al alcance de todos de una manera más equitativa.

El diseño de la interfaz debe ser amigable con el usuario, sabiendo que el receptor es quien decide cómo navega en la red, y es el trabajo interdisciplinario, la planificación, la interacción etc, lo que colabora a que la experiencia del usuario sea agradable a lo largo del proceso hasta su finalización.

La aplicación de variadas metodologías permite conocer al usuario, sabiendo que las personas son diferentes en cuanto a aspectos psicológicos y físicos. Asegurar el éxito de un producto o servicio se basa en conceptualizar la diversidad para captar la mayor cantidad posible de audiencia.

Roles y Funciones de las Áreas de Organización Basadas en la Experiencia de Usuario

Se necesita de un equipo interdisciplinario que comparta experiencias y aporte en el proyecto de comunicación, tanto en su diseño como en su desarrollo, por esto los roles que toma cada individuo deben ir acorde a la área de experticia del mismo. La colaboración interdisciplinaria nutre el trabajo que se llevará a cabo. Los roles que adoptan cada persona deben ser adaptados a su conocimiento, destrezas y habilidades.

La usabilidad ha generado en los últimos años sus gurús y sus adeptos, pero también sus enemigos. Para ilustrar las posturas más críticas respecto a la usabilidad especificaremos



Universidad de Cuenca

algunos comentarios habituales que desprecian esta disciplina: “*Los usuarios no necesitan mejores interfaces, sino un mejor entrenamiento*” (Grau, 2007).

En esto se basa el concepto usabilidad para que una cosa sea usable de manera adecuada, es decir, que sean diseñados con la perspectiva de uso en sus diferentes aristas, organizar el contenido y el diseño para que sea usable. La eficacia que tiene un servicio o producto se determinará por parte de los usuarios finales tomando en cuenta la usabilidad y sin dejar de lado su utilidad, la misma que según su significado se adentra en eficacia y satisfacción del usuario con el entorno (Grau, 2007).

Por lo tanto, la usabilidad se complementa con aspectos tecnológicos donde se deben construir objetivos útiles y cómodos de manejar. No obstante la información digital es el eje central de los tiempos modernos y mostrarla de una manera práctica y de fácil acceso es un punto clave. El servicio *web* debe integrar los objetivos de usabilidad para validar así su interfaz, trabajar en la era de evolución tecnológica demanda nuevos hábitos y adaptarse a constantes cambios sociales tomando en cuenta la teoría como la experiencia, esto determinará su éxito o fracaso. La finalidad de las empresas hoy en día es estar más cerca del usuario para brindarles mayores facilidades de uso de sus plataformas digitales.

A través del diseño de experiencia o información se puede construir un sinnúmero de elementos que contribuirán a transmitir el prototipo deseado. En dicha interfaz se propone un diseño de una plataforma de interacción, física y/o virtual, que a partir de la vivencia de experiencias, genere un cambio en la forma de utilización por parte del usuario.

Según Karen Ramirez, el diseño de interfaces debe ser fácil de usar, para que el usuario acceda al sistema de manera rápida e intuitiva (Aprendizaje). Además, debe ser eficiente, permitiendo al usuario mejorar su productividad cuando la utiliza (Eficiencia). Asimismo, es de gran importancia que su funcionamiento sea fácil de recordar, así el usuario puede recordar sin ningún problema cómo funciona el sistema luego de un tiempo sin utilizarlo (Memorable).



Universidad de Cuenca

El sistema también debe favorecer una baja tasa de error, de manera que el usuario sea menos propenso a cometer errores y, si comete errores, puede corregirlos fácilmente (Acierto). Y por último, el sistema debe ser agradable de utilizar, generando satisfacción al usuario (Satisfacción). Al final, al usuario no le va a interesar si la interfaz se ve bien, si se siente frustrado después de haber probado la herramienta en todas sus etapas. Es por esto que cada elemento debe presentarse o cambiar de manera lógica, siempre con el objeto de ayudar al usuario a completar las tareas para las que está utilizando el sistema (Rey, 2018).

La intuición y la experiencia es necesaria para realizar interfaces ya que la efectividad del producto depende de cómo el usuario perciba el manejo de la plataforma digital, dado que el servicio no debe ser pensado sólo para un tipo de usuario sino para diferente tipo de personas. Para que su alcance sea mayor y su experiencia sea grata y logre su objetivo, en el caso de estudio, completar su proceso de investigación, la navegación debe ser diseñada conceptualmente, a fin de que el sitio web sea una experiencia significativa para el usuario. Es importante estructurar el contenido visual para evitar la sobrecarga de información y dividir la jerarquía visual. La parte superior de la página tiene mayor jerarquía visual que la inferior, cada elemento tiene su ubicación estratégica, el uso de colores debe ir de acuerdo a la imagen corporativa además, con el uso de contrastes para no dificultar la lectura y las combinaciones de colores para las personas con problemas visuales; el tamaño de las imágenes que se utilizan deben ir acorde a la página cuidando su resolución y nitidez. En cuanto al contenido textual se debe evitar los tecnicismos y palabras confusas y mantener una coherencia lógica en la escritura, ayudan al usuario. La sencillez, la precisión y el buen uso de las palabras, la creatividad en la escritura ayuda al usuario a entender que se desea comunicar.

El bocetaje ayuda a medir la usabilidad, a través del prototipado se percibe si el diseño es usable o no y si hay errores o aciertos para la implementación del servicio final. El sitio tiene que tener atajos y ser de rápido uso. Se debe seleccionar la información válida y la que no tiene



Universidad de Cuenca

relevancia eliminarla; por lo tanto, entre más minimalista sea el diseño, mejor. Los mensajes de ayuda son fundamentales para que si el usuario comete un error, tenga la facilidad de resolverlo inmediatamente. Constantemente, lo mismo que mejoras a la página pues los tiempos cambian y la audiencia también.

Para Yusef Hassan. Martín Fernández & Ghzala Iazza, el Diseño Web Centrado en el Usuario es un marco metodológico y una filosofía de diseño claramente multidisciplinar, por lo que en la práctica debería ser aplicado idealmente por equipos de desarrollo interdisciplinarios. En el contexto de estos equipos de desarrollo, el perfil del profesional se adecua especialmente con las tareas de Arquitectura de Información. El trabajo en grupo es primordial ya que el conocimiento de las diferentes áreas producirá un producto exitoso.



CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

En el presente proyecto se aplica la investigación cualitativa y se emplean métodos de recolección de datos, entrevistas a profundidad y la observación además, de la aplicación del modelo de Design Thinking con el grupo focal. En esta fase la investigación de línea base es específicamente con directivos de la DIUC, e investigadores que son los principales usuarios de la *web*. Estos procedimientos permiten establecer un estudio integral para desarrollar una propuesta de rediseño de la sección de procesos que deben completar como requisito los docentes investigadores para concluir con las disposiciones formales que se les exige desde la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca.

Como segundo paso se desarrolló una propuesta de página *web* elaborada bajo nociones de comunicación estratégica y dirección de arte. En la actual era virtual es primordial estudiar los servicios comunicativos y digitales que ofrece esta casa de estudios al generar un producto de este tipo se recomiendan mejoras que aportan a re diseñar una pieza comunicativa y de diseño que sea participativa.

Al analizar las escenas vivenciales se deben basar en el pasado, presente y las que se presencian en el instante de realizar la entrevista, se aplican los sentidos individuales pero adaptados a un contexto social. Las metodologías cualitativas se implementan como herramientas de estudio para conocer la forma en que el individuo percibe el servicio, su utilidad, su funcionalidad, además permite detectar sus reacciones verbales y no verbales.

Herramientas de Recolección de Datos



Al momento del análisis de la actual página *web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca, se levantó información mediante entrevistas a profundidad con directores y miembros de la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca, se logró entender la problemática de la interfaz de la página *web*: posteriormente se realizó la observación y la aplicación de metodologías de experiencia de usuario y Design Thinking.

Entrevistas

En este estudio, mediante la entrevista a profundidad se pudo explorar e identificar varias ideas que nutren a la información de plataformas virtuales, procesos internos y externos que rigen en la DIUC. Las respuestas a los cuestionamientos realizados fueron mayormente experienciales y emocionales. Para las entrevistas la recolección de información se centró en el interés del usuario. El tiempo estimado de cada sesión fue de 45 minutos (ver anexo 1). Por lo tanto, se utilizó un modelo de cuestionario de preguntas abiertas donde se recabó información de los procesos utilizados internamente en la DIUC. La misma se aplicó a Mauricio Espinoza, director de la DIUC y a Victoria Abril, coordinadora de la DIUC.

Storytelling

No hay una única definición de transmedia. Generalmente, se llama así al proceso mediante el cual una historia (sea ficción o no) discurre por distintos canales, desarrollándose (incluso argumentalmente) de una forma diferente según el medio por el que transite. Todas estas ramificaciones son independientes entre sí pero, a su vez, complementarias. Carlos Scolari (2013, p. 46) define a la narrativa transmedia como “Un tipo de relato donde la historia se



Universidad de Cuenca

despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en la cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”.

Las instituciones, las marcas deben llegar a los stakeholders. Pero tenemos un problema: el mar donde nadamos es un mar para todos, es el mismo espacio informacional para todos, en donde todos nadan, en donde todos quieren y pueden hacer uso efectivo de esa información (Cañabate, 2013).

En el contexto transmedia, el contenido del Manual de Procesos de la DIUC se organizó mediante un material adecuado para formato y usuario digital y esto ayudó a comprender de qué manera el usuario desea un producto o servicio final que cumpla con sus necesidades. Con esta técnica se informó a los integrantes de los grupos focales el procedimiento para responder un temario de preguntas y narrativas basadas en las experiencias de los investigadores, en base a sus vivencias, dificultades comunes y necesidades que nacen en el proceso de elaborar proyectos de investigación en la Universidad de Cuenca.

Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han transformado las dimensiones que se realizan dentro del campo comunicacional. La evolución de Internet, a través de este medio podemos recolectar datos cualitativos para realizar el trabajo de campo de esta investigación.

En primera instancia se utilizó técnicas como entrevistas a profundidad aplicadas a las autoridades de la DIUC a la doctora Victoria Abril y magíster Mauricio Espinoza Directores de Investigación de esta casa de estudios (ver anexo 2). Posteriormente se realizó el análisis de la información recabada en dicho levantamiento. Se conoció las necesidades enfocadas en la interfaz y en el actual manual de procesos de la DIUC, de igual modo se entendió los vínculos comunicativos de la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca con los docentes investigadores. Adicionalmente, se generaron grupos focales con docentes investigadores de la



Universidad de Cuenca

DIUC, quienes representaron a cada área de conocimiento de la Universidad de Cuenca. Simultáneamente se diseñaron los procedimientos para el empleo de insumos de información que se facilitaron a los grupos focales. Se siguió los siguientes procedimientos:

1. Se levantó información y analizó la interfaz y el manual general de procesos específicamente en la página web de la DIUC de donde se revisó el contenido textual, gráfico y usabilidad.
2. Posterior a las entrevistas a profundidad y grupos focales se realizó la metodología de “Design Thinking”, donde se propuso generar soluciones con base a las necesidades del usuario final.
3. Se ejecutó una propuesta de plataforma *web* basado en diseño de información y experiencia de usuario.

Lisette Fernández en su artículo “Cómo analizar datos cualitativos” explica que el análisis académico del material, es preciso ordenar y seleccionar las informaciones obtenidas (que suelen ser muy abundantes) en las entrevistas, discusiones de grupo o las observaciones, basándose en criterios de la relevancia teórica del material para la investigación. Las etapas son: segmentación, establecimiento de las categorías y codificación (Pizarro, 2000).

En un primer acercamiento se analizó la información de la página *web* de la Universidad de Cuenca en su sección de Investigación, se recabó el contenido de formularios, reglamentos, manuales, fondos externos e internos, convocatorias, fases y procedimientos de cierre de proyectos.

La estrategia metodológica que abordó el desarrollo del proyecto fue cualitativa y se consideró análisis de contenido. Las diversas metodologías que se utilizan en investigación social y educativa para indagar el mundo social, La investigación cuantitativa, denota en sus



Universidad de Cuenca

estudios procesos de tipo: deductivo, verificativo, enunciativo y objetivo. La investigación cualitativa, denota procesos de tipo: inductivo, generativo, constructivo y subjetivo.

Las dimensiones citadas se han de interpretar, no como dicotomías, sino con un carácter relativo: en la realidad se producen coincidencias parciales. Algunos estudios, por ejemplo, combinan unidades de estudio constructivas y enumerativas; o comienzan generando proposiciones que posteriormente se verifican. Cualquiera de las cuatro dimensiones, puede encontrarse en combinación con las otras tres (Quecedo & Castaño, 2002).

Como metodología se utilizó el modelo de Design Thinking. Cada capítulo está representado por uno de sus pasos: comprender, observar, sintetizar, prototipar e implementar. Además se utilizaron las herramientas de entrevistas en profundidad y semiestructuradas, grupo focal, para levantar las necesidades del consumidor; y se aplicaron las técnicas y métodos de diseño, mapas de empatía, desarrollo de prototipos rápidos como parte del producto final.

El diseño se abordará desde su dimensión metodológica (cómo diseñar) y también desde el punto de vista de los contenidos (qué diseñar). La aplicación metodológica busca formular un modelo adecuado para tratar la complejidad de los temas enunciados anteriormente, esto es, usar las herramientas del diseño para producir cambios conductuales que produzcan impacto social. Para esto se considerarán dos aproximaciones:

Adicionalmente al aspecto metodológico (cómo o con qué técnicas o herramientas se diseña la solución) también se considera el contenido a diseñar, el qué o dentro de qué disciplinas del diseño se enmarca la solución; en este ámbito se consideran el diseño de experiencias, interacciones e información. Considerando las tareas de investigación se realizó el análisis de datos de la página web de la DIUC y sus redes sociales (Facebook y Twitter), así como del producto comunicacional tutorial de Youtube y del actual manual de procesos; y, mediante entrevistas a profundidad con preguntas abiertas se conoció los principales



Parafraseando las ideas de de Kirt y Miller (1986) sobre la investigación cualitativa en su conjunto, podría decirse que las *entrevistas cualitativas* son un fenómeno empírico. Resulta, por tanto, pertinente y hasta obligada una cierta contextualización histórica lo cual supone en sí mismo un primer paso en el tratamiento epistemológico y metodológico de esta herramienta de investigación cualitativa. Las entrevistas a profundidad abren la puerta a un ejercicio intelectual que no se completa hasta poner en relación a los elementos.

Experiencia de Usuario y la Arquitectura de la Información

En la era de la sociedad de la información ha surgido una nueva disciplina profesional, la Ingeniería de la Usabilidad que, a diferencia de la disciplina académica, presta mucha menos atención a la investigación básica o al método científico y adopta un enfoque más pragmático, orientado al retorno de inversión, la obtención de resultados y la relación coste-beneficio de los métodos de diseño y evaluación. De forma paralela, pero esta vez en el seno de empresas y firmas de diseño, empieza a utilizarse el término Diseño de Interacción, como una superación o adaptación del diseño tradicional a la nueva realidad interactiva. Posteriormente también se populariza el concepto de Arquitectura de Información, muy vinculado al diseño y organización de sitios web con grandes volúmenes de contenidos (Hassan, 2015).

A partir de la ejecución de ideas recolectadas desde diferentes enfoques se puede determinar los efectos e interacciones del receptor, esto quiere decir que se debe poner en funcionamiento la reciprocidad de los comentarios del usuario final para lograr un óptimo resultado.

Según Mariona Portell y María Dolores Solé, el diseño de información con modelos teóricos sobre el comportamiento del trabajador y evaluar los resultados obtenidos. Estos



resultados se deben integrar en un entramado conceptual que permita, tanto en el caso de éxito como en el de fracaso, acumular conocimiento útil para futuros estudios. El lenguaje utilizado dentro de la arquitectura de la información debe tener un tono adecuado para la audiencia, además debe ser creíble y captar la atención del público meta, la estructura y arquitectura de la información ser comprensible y bien estructurada.

Por lo tanto, el primer paso en el diseño de objetos o procesos es la representación mediante la diagramación; ha de cuidarse cuál será la organización y estructuración visual de los diferentes elementos. Los diagramas se deben realizar a partir de la información recogida durante las etapas de investigación de la audiencia, en las que se estudia a los usuarios con el objetivo de crear un producto que satisfaga sus necesidades (León, 2007).

En el proceso de diagramación debe estructurarse bien mediante la arquitectura de información, en este caso se implementó un diagrama de flujo que incluye la información recolectada de las entrevistas a profundidad; conociendo al usuario, con base a sus respuestas se realizó una propuesta digital participativa además, el organigrama, diagramas de flujos, mapas conceptuales, etcétera. Contribuyen a realizar guiones para el funcionamiento correcto de la interfaz.

Según Rodrigo León en su artículo *La diagramación en la arquitectura de la información* Los niveles de prototipos son:

- Prototipos de baja fidelidad o estáticos (wireframes, mockup).
- Prototipos de fidelidad intermedia (diseño gráfico).
- Prototipos de alta fidelidad o dinámicos (Web, HTML).

Lo importante es diseñar primero estos prototipos en un papel. conjuntamente con el equipo que está a cargo del diseño del mismo y en conjunto con el usuario final, para obtener un diseño *web* ideal.



Modelo de Proceso de Design Thinking

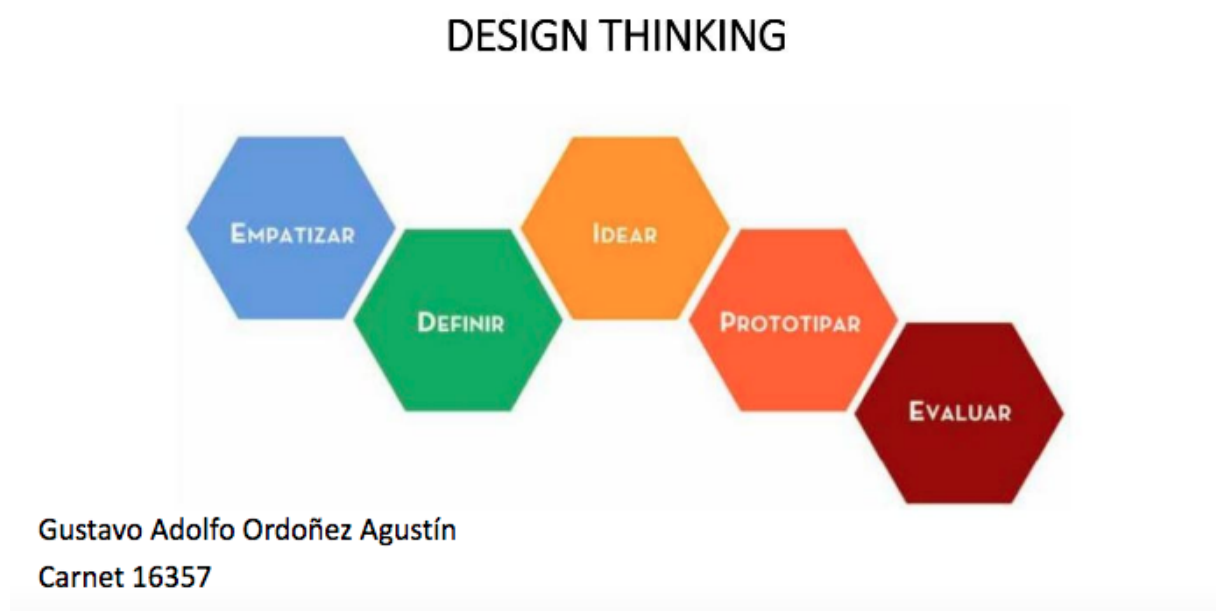


Figura 1. Modelo de design thinking de Tim Brown. Fuente: Gustavo Ordoñez.

Se debe conocer al usuario y el problema general que hay que estudiar; acercándonos y observando al usuario debemos generar empatía con él, a fin de establecer las características de un usuario típico para el cual se está prototipando. En esta fase es necesario saber qué opina sobre el diseño implementado del producto mediante una lluvia de ideas; luego inicia el proceso de ideación, posteriormente la construcción del prototipo basándose en todos los aportes más significativos; y, se realiza la medición por medio de las reacciones con algunos usuarios. Mediante este proceso interactivo, los equipos pueden adquirir una nueva percepción a partir de la observación continua y la elaboración de prototipos y, en ocasiones pueden llegar a replantearse el problema de una manera completamente nueva. Como estrategia metodológica se implementó el modelo de Design Thinking del autor Tim Brown (2008).



Como parte de este estudio que se desarrolló en el paradigma del método de investigación cualitativa, se emplearon herramientas tales como las entrevistas a profundidad que fueron dirigidas a los grupos focales. Además, se aplicó la observación a los participantes; el resultado demostró la funcionalidad y comprensión del actual vínculo comunicativo de la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca.

Del mismo modo que los observadores, el entrevistador “avanza lentamente” al principio, trata de establecer *rapport* con los informantes, formula inicialmente preguntas no directivas y aprende lo que es importante para los informantes antes de enfocar los intereses de la investigación. La diferencia primordial entre la observación participante y las entrevistas en profundidad reside en los escenarios y situaciones en los cuales tiene lugar la investigación. Mientras que los observadores participantes llevan a cabo sus estudios en situaciones de campo “naturales”, los entrevistadores realizan los suyos en situaciones específicamente preparadas (Pérez, 2008).

Las preguntas abiertas no ofrecen ninguna categoría para elegir. Sólo contienen la pregunta y no ofrecen ningún tipo de respuesta, dejando ésta a la consideración del sujeto que completa el cuestionario. Ejemplo N.4 *¿Qué le parecen las Unidades Didácticas de Evaluación que tiene en sus manos?* 2. Para este estudio se han empleado también preguntas de hecho y opinión. Según la naturaleza del contenido de las preguntas éstas pueden ser: de hecho, de opinión, de identificación, de acción, de información, de intención, de aspiraciones, de expectativas ante el futuro, y de motivaciones y creencias y actitudes. Según la realidad que intentan descubrir, las preguntas pueden clasificarse en preguntas sobre hechos y preguntas sobre opiniones (García, 2003).

Tratamiento de la Información



Las entrevistas se realizaron por la plataforma de videoconferencias Zoom, las cuales fueron grabadas en audio y transcritas para su posterior análisis. Se recabó la información convocando un grupo focal que se conforma por docentes investigadores de las doce Facultades de la Universidad de Cuenca.

El desafío entonces, de la investigación cualitativa es acceder a esa “realidad inventada” teniendo presente, según Batenson (1976), el papel del observador sobre esa “realidad” observada.

Cada investigación cualitativa se deriva de las principales necesidades y se enfoca directamente en los objetivos de la marca. En este caso se ha realizando una investigación cualitativa se necesita la participación de varios actores que cada uno cumple un papel fundamental dentro de este estudio.

Como metodología se utiliza el modelo de Design Thinking. Cada capítulo está representado por uno de sus pasos: comprender, observar, sintetizar, prototipar e implementar. Además se utilizarán las herramientas de entrevistas en profundidad y semiestructuradas, grupo focal, para levantar las necesidades del consumidor; y se aplicaron las técnicas y métodos de diseño, mapas de empatía, desarrollo de prototipos rápidos y experiencia de prototipo, como parte del producto final.

El diseño se abordará desde su dimensión metodológica (cómo diseñar), y también desde el punto de vista de los contenidos (qué diseñar). La aplicación metodológica, busca formular un modelo adecuado para tratar la complejidad de los temas enunciados anteriormente, esto es, usar las herramientas del diseño para producir cambios conductuales que produzcan impacto social. Para esto se considerarán dos aproximaciones:

Adicionalmente al aspecto metodológico (cómo o con qué técnicas o herramientas se diseña la solución) también se considera el contenido a diseñar, el qué, o dentro de qué



Universidad de Cuenca

disciplinas del diseño se enmarca la solución; en este ámbito se consideran el diseño de experiencias, interacciones e información.

Considerando que mediante las tareas de investigación se procedió a realizar los análisis de datos tomados de la página web de la DIUC, Redes Sociales (Facebook y Twitter). Análisis de los productos de comunicación (tutorial Youtube) actual manual de procesos. Además se desarrolló un cuestionario para posterior realizar las entrevistas a profundidad con preguntas abiertas a los grupos focales, en esta instancia se conoció los principales inconvenientes que acarrea esta interfaz, considerando que la investigación cualitativa toma como campo de acción las experiencias y vivencias de la vida cotidiana, el entorno, el desenvolvimiento y el diálogo. Es por esta razón, que mantener interacción con los usuarios.



CAPITULO III

RESULTADOS

Levantamiento de Información

Iniciando con la investigación se empezó recopilando datos relevantes en donde se implementó el análisis de observación en la página *web* de la DIUC en la que se evidenció que la interfaz inicial tiene siete pestañas divisorias con la la siguiente información:

1. Inicio
2. Breve descripción de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca
 - La investigación en la U de Cuenca.
 - Áreas de Investigación.
 - Convocatorias y Fondos.
 - Sede Investigación.
 - Producción Científica.
 - Gestión de Investigación.
 - Comunicación de la Ciencia.

La página web <https://www.ucuenca.edu.ec/investigacion> tiene subdivisiones de:

- Nosotros (Campus, Comunidad Universitaria, Gestión Institucional, Relaciones Internacionales, Redes y Cooperación, Informe de Gestión 2019).
- Oferta Académica (Facultades, Grados, Posgrados, Educación Continua, Departamento de Idiomas, Comisión Técnica Curricular).
- Investigación (La Investigación de la U de Cuenca, Departamento de Investigación,



Universidad de Cuenca

Grupos de investigación, Áreas de Investigación, Convocatorias y Fondos, Sedes de Investigación Universitaria, Producción Científica, Gestión de la Investigación, Propiedad Intelectual, Comunicación de la Ciencia).

- Vinculación (Dirección de Vinculación con Sociedad, Proyectos Comunitarios).
- Servicios (Noticias, Mesa de Ayuda, Buscador Documental, Agenda Universitaria, UCuenca en Línea, Dirección de Cultura, Imprenta, Biblioteca).
- Transparencia.

La DIUC es una unidad académica que depende del Vicerrectorado, es la Unidad encargada de generar la política referente a investigación.

Dentro de la DIUC pertenece el Consejo Asesor de Investigación está conformado por

Continuando con el levantamiento de la información que se realizó mediante el método de observación y las entrevistas al grupo focal se puede decir que el Manual de Procesos de la DIUC está desagregado a nivel de cada uno de los procesos internos en su contenido se encuentra la reglamentación que permiten al docente presentar nuevas propuestas de investigación a la DIUC. Además, dependiendo del proyecto existen directrices que se encuentran publicadas en la página *web* de la Universidad (ver figura 2). Ahora bien, existe un reto de remodelación virtual que se ajusta a las sugerencias mencionadas por el usuario, donde se puede poner en práctica los conceptos de creatividad en este punto la innovación juega un rol fundamental al momento de atraer la atención de los docentes investigadores.

Primeramente en el análisis de la plataforma virtual de la DIUC se implementaron conceptos la dirección de arte en el objeto de estudio en el cual se pudo verificar de qué forma se puede rediseñar un servicio comunicativo *web* de una manera ordenada y agradable visualmente, es decir, que se complemente el contenido informativo con el estético. Por medio de la definición del concepto se abordó algunas propuestas creativas que posteriormente se las anota para luego socializarlas con grupo focal que en este caso los docentes investigadores de



Universidad de Cuenca

esta casa de estudio es nuestro público meta.

UCUENCA EN LÍNEA PRENSA BIBLIOTECA CONTACTO

UNIVERSIDAD DE CUENCA INICIO NOSOTROS OFERTA ACADÉMICA INVESTIGACIÓN VINCULACIÓN SERVICIOS TRANSPARENCIA

INVESTIGACIÓN

Inicio / Investigación Buscar

INVESTIGACIÓN

La Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca tiene como fin fortalecer el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación. Para lograrlo se trabaja desde enfoques disciplinarios e interdisciplinarios, promoviendo la inclusión de conocimientos y saberes ancestrales a las actividades científicas de la Universidad.

La investigación en la U de Cuenca

La Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca tiene como fin fortalecer el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Ver más

Áreas de Investigación

Son 6 áreas de conocimiento de la Universidad de Cuenca, que cuentan con varios proyectos de investigación vigentes.

Ver más

Convocatorias y fondos

La Dirección de Investigación, semestralmente convoca a docentes / investigadores de la Universidad de Cuenca a la postulación de convocatorias para la obtención de fondos para proyectos de investigación en las categorías semilla y consolidado.

Ver más

Sede Investigación

En la Sede de Investigación Universitaria de la Universidad de Cuenca, se desarrollan actividades relacionadas con Investigación de diferentes áreas ...

Ver más

Producción Científica

Conozca las publicaciones, revistas y producciones científicas de la Universidad de Cuenca.

Ver más

Gestión de la Investigación

Acceda a los Sistemas para la Gestión de la Investigación. Obtenga fácilmente los formularios y herramientas para el investigador.

Ver más



COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA

La Dirección de Investigación, pone a disposición y servicio de la Comunidad Universitaria, la Unidad de Comunicación y Difusión de la Ciencia; encargada de apoyar en la visibilización de los Proyectos de Investigación.

JDAC

Mediante las Jornadas de Divulgación de la Actividad Científica «JDAC», la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca - DIUC- ofrece una herramienta



[Ver más](#)

Café Científico

El Café Científico promueve el acceso de toda la sociedad a los conocimientos científicos con exposiciones de investigadores expertos sobre temas



[Ver más](#)

CrearConCiencia

Un espacio de producción audiovisual y comunicacional que permite difundir la producción científica e investigación de la Universidad de Cuenca



[Ver más](#)

Blog UConCiencia

A través de pequeñas cápsulas, docentes-investigadores, conceptualizan temas ligados a su investigación o cátedra



[Ver más](#)

NOTICIAS DIUC

Conoce las últimas novedades de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca.

Noticias Investigación LLAMAMIENTO MASKANA | VOLUMEN 12



Llamamiento a contribuciones para la revista MASKANA, volumen 12, número 1, de junio 2021 La revista científica MASKANA se estableció con el objetivo de ofrecer al personal académico...

[Leer Más](#)

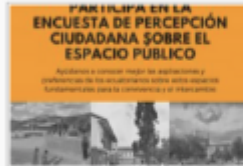
Noticias Investigación REVISTA ESTOA | NUEVA EDICIÓN



Nueva edición de la revista Estoa Anunciamos que se publicó la edición 19 de Estoa. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca. Este 2021, Estoa abre con...

[Leer Más](#)

Noticias Investigación "EXPERIMENTO VIRTUAL DE PERCEPCIÓN CIUDADANA DEL ESPACIO PÚBLICO"



El grupo de investigación Llaeta LAB del Departamento de Espacio y Población, perteneciente a la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca invita a participar del experimento virtual de P...

[Leer Más](#)

Noticias Investigación ENCUESTA SOBRE CONSUMO ELÉCTRICO EN CUENCA



La Dirección de Investigación, el Dr. Andrés Montero, investigador de la Universidad de Cuenca, y la Red de Investigación en Energía Solar, coordinada por el MSc. Iván Acosta, en el marco del pr...

[Leer Más](#)



COMUNIDAD
Sigue nuestras redes sociales

Dirección de Investigación
Like Page 3.9K likes



Bloq de Ciencia de **Comunidades bacterianas**

Tweets por @Investiga_UDC

Dirección de Investigación
@Investiga_UDC
#BlogUConCiencia de la @udecuenca
"Uno de los mayores problemas de salud pública es el desarrollo de afecciones generadas por el consumo de alimentos contaminados"
¿Cuáles son estas enfermedades?
¿Por qué se producen?
Leer aquí: ucuenca.edu.ec/component/cont...



CONTACTO

- Secretaría DIUC 07 405 1000 ext 1184 - administracion.diuc@ucuenca.edu.ec
- Difusión de la Ciencia 07 405 1000 ext 1453 - difusion.ciencia@ucuenca.edu.ec



DIRECCIÓN
Oficina de la Dirección de Investigación
Av. 12 de Abril s/n y Agustín Cueva.
Edificio de la Administración Central, Segundo Piso Alto

TELÉFONO
(+593 7) 4051000 ext. 1185 - 1184
(+593 7) 4051053 (Secretaría DIUC)

CORREO
Administración: administracion.diuc@ucuenca.edu.ec
Gestión Financiera: gfinanciera.diuc@ucuenca.edu.ec
Equipo Técnico: investigacion@ucuenca.edu.ec

 **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

VINCULACIÓN
INVESTIGACIÓN
TRANSPARENCIA

UCUENCA EN LÍNEA
SÉ PARTE DE LA U




Figura 2. Plataforma Web de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. Fuente: Universidad de Cuenca.



Pasos para Ingresar a la Dirección de Investigación (DIUC)

Posterior a realizar el levantamiento de información se verificó cómo los docentes investigadores ingresan a la plataforma para poder realizar los pasos para completar su proyecto investigativo (ver referencia en la figura 3). Como se mencionó anteriormente en el pensamiento de diseño se aplica la empatía con el usuario en el que se trata de entender de una manera objetiva de cómo reacciona el individuo con el producto o servicio que se está estudiando. En cuanto a la funcionalidad del servicio se consideró que entre más botones de clic tenga que presionar el receptor en una plataforma virtual mayor confusión creará al usuario, es por esta razón que en la propuesta se simplificó el número de clics haciéndolo más accesible para el usuario.



PASOS PARA INGRESAR A LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA DIUC (MANUAL DE PROCESOS)



1. Docentes investigadores de la Universidad de Cuenca ingresan a la plataforma digital **www.ucuenca.edu.ec**

2. En la parte superior se encuentra una barra principal y la cuarta pestaña es la que corresponde a INVESTIGACIÓN.

3. Al hacer clic en INVESTIGACIÓN inmediatamente se despliega una lista en la que el usuario debe elegir la opción que dice GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

PASOS PARA INGRESAR A LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA DIUC (MANUAL DE PROCESOS)



4. Posterior se debe acceder a la opción REGLAMENTOS.

5. Al ingresar en esta pestaña se encontrará archivos en formato PDF para su descarga. En esta sección llamada MANUALES se ubica el MANUAL DE PROCESOS DIUC.

Manuales	Adjunto
Manual de buenas prácticas	Descargar
Manual de procesos DIUC	Descargar



Figura 3. Pasos a seguir para ingresar a la plataforma virtual de la DIUC (sección Manual de Procesos de Investigación). Fuente: elaborado por la autora.

Análisis del Manual de Procesos

El Manual de Procesos de Investigación de la DIUC consta de 102 páginas está diseñado específicamente en para una plataforma virtual; se encuentra en línea en la página web www.ucuenca.edu.ec en la sección fuentes de información, en la pestaña de investigación, donde se despliega el siguiente listado:


- Reglamento de la Dirección de Investigación -DIUC.
- Reglamento de Departamentos de Investigación.
- Reglamento de Publicaciones.
- Código de Ética de la Universidad Cuenca.
- Reglamento del Comité de Bioética.
- Caracterización de Líneas de Investigación.
- Manual de Buenas Prácticas.
- Manual de Procesos de la DIUC.
- Reglamento de Régimen Disciplinario que Regula la Tipificación de las Faltas, Sanciones y el Procedimiento de Investigación de Actos Denunciados en Contra del Personal Académico y Estudiantes de la Universidad de Cuenca.

A través de la investigación de campo se concluyó que la accesibilidad y usabilidad del actual manual de procesos de la DIUC es confuso y extenso en su información; la investigación



Universidad de Cuenca

se basó en la segmentación de usuarios mediante las entrevistas y el método de design thinking que explica sus necesidades, motivaciones, limitaciones, aspiraciones, deseos. El público objetivo manifestó que se debe realizar un cambio sustancial tanto en el contenido como en el diseño de los manuales que pertenecen a la DIUC. Además, se plantea incorporar una cromática adecuada, que sea sobria, y que exista apoyo hacia el investigador y una retroalimentación adecuada mediante chatbot. Por lo tanto, sería necesario incluir en una plataforma virtual o página web elementos como alertas, barra de progreso, hipervínculos.

 UNIVERSIDAD DE CUENCA	DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN	Página: 5 de 168
		Versión: 2
	MANUAL DE PROCESOS	Vigencia desde: 06-02-2019

1. Macroproceso: Gestión de la Dirección de Investigación

1.1. Proceso: Apoyo a la Investigación

1.1.1. Subproceso: Planificación y lanzamiento del Plan de Capacitación

Tipo de Proceso:	Agregadores de Valor
Macroproceso:	Gestión de la Dirección de Investigación
Proceso:	Apoyo a la Investigación
Subproceso:	Planificación y lanzamiento del Plan de Capacitación
Código del Subproceso:	PS_UD_1_V1
Dueño/Responsable del Proceso:	Asesora
Objetivo del Proceso:	Elaborar y publicar el plan de capacitación para los diferentes docente e investigadores de la universidad de cuenca
Descripción:	REQUIRIENTE/S: <ul style="list-style-type: none"> • Docentes Investigadores UC • Asesor • Profesores • Director/a de Investigación UC • Analista de Difusión • Asistente Ejecutiva (AE1) REQUISITOS/ENTRADAS:



ACTIVIDADES DEL SUBPROCESO				
Nº	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y/O REGISTROS ASOCIADOS	DURACIÓN APROX
1	Coordinar reunión con los profesores para planificar sílabos	Asesor		
2	Revisar sílabos de los cursos y planificar	Profesores	Sílabos y planificación	
3	Gestionar la aprobación de los cursos	Asesor		
4	Aprobar sílabos y planificación.	Director/a de Investigación UC		
5	Solicitar la difusión y la inscripción a los cursos para docentes y estudiantes de posgrado			

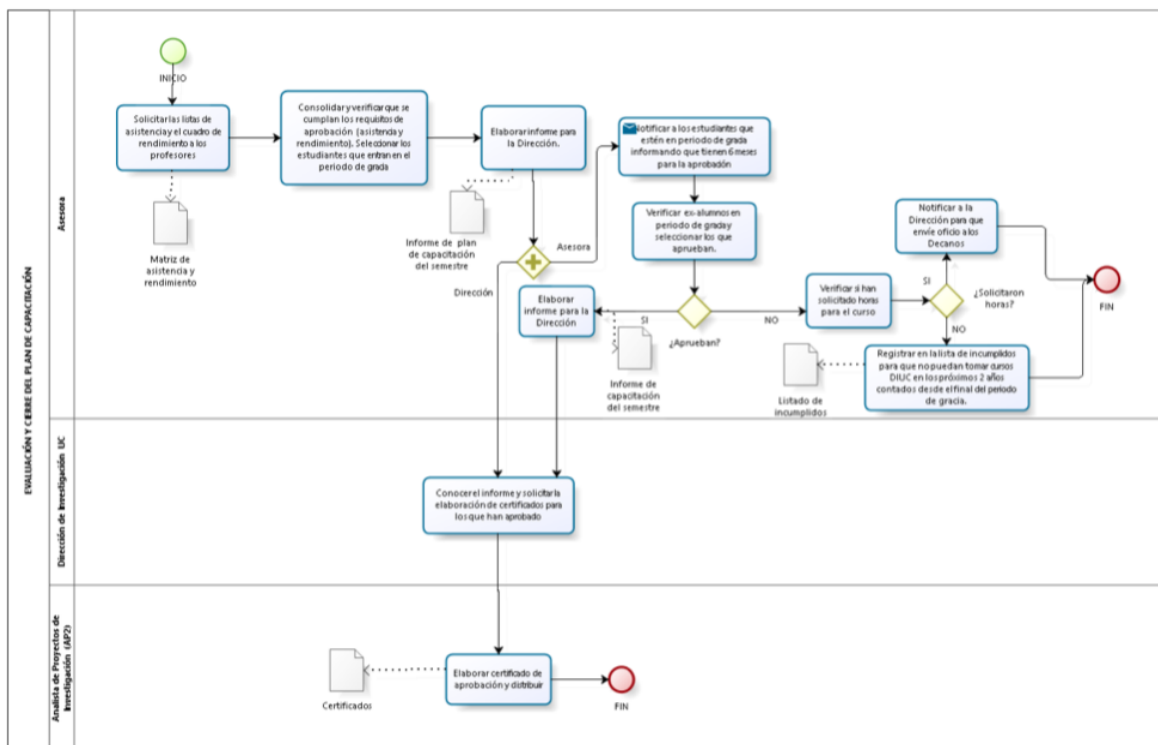




Figura 4. Manual de Procesos de Investigación de la DIUC. Fuente: Universidad de Cuenca (2020).

Reunión con el Grupo Focal

Las reuniones con el grupo focal se la realizó con la finalidad de comprender cuales son los principales canales de comunicación que utilizan para para adquirir la información correspondiente a la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. La retroalimentación que se generó nos permitió identificar los *insights* que tiene el usuario, mediante este diálogo se extrajeron los datos cualitativos para luego realizar la metodología de pensamiento de diseño y la propuesta final.

The screenshot shows a Zoom meeting interface. On the left, a PDF document titled 'Manual de Procesos de Investigación de la DIUC' is displayed. The document is divided into two main sections: 'DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN' and 'DIRECCIÓN DE EJECUCIÓN'. The 'DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN' section includes a table with 16 rows detailing various stages of the research process, such as 'Formular la propuesta de proyecto de investigación', 'Analizar la propuesta en el comité de selección', and 'Evaluación de cumplimiento de requisitos'. The 'DIRECCIÓN DE EJECUCIÓN' section features a flowchart titled 'Diagrama de Flujo' and a table with 3 rows detailing the execution process, including 'Ejecución de la propuesta de investigación', 'Monitoreo y control de la ejecución', and 'Evaluación de resultados'. On the right side of the Zoom window, a video call is active with four participants visible in a grid. The Zoom toolbar at the bottom shows various controls like mute, video, chat, and screen sharing.



Figura 5. Reuniones del grupo focal con docentes investigadores de la DIUC.

Design Thinking

En la primera fase del proyecto comunicativo se aplicó la metodología de Design Thinking en el que se empatiza con el usuario para comprender sus necesidades. En este punto se pudo hacer énfasis en las debilidades y fortalezas que tiene el servicio que estamos analizando en este caso el manual de procesos de investigación que se encuentra en la plataforma virtual de la Universidad de Cuenca.

Se conocieron las dificultades que tiene el usuario con el servicio y se evaluó la información recopilada se hizo una selección de las ideas más importantes y se la clasificó a manera de lluvia de ideas de mayor a menor orden de importancia.

Ahora bien, agrupando toda la información brindada por el público objetivo se realizó el proceso de ideación para proponer alternativas de soluciones y escoger la que se adecue a las



necesidades del usuario en esta fase todos docentes que pertenecen al grupo focal participaron exponiendo sus pensamientos con la finalidad de que todos los miembros del equipo sientan seguridad y confianza de dar sus criterios y aportar con opiniones donde ninguna sea excluida y se le reste importancia.

El proceso de empatización con los docentes colabora a que se proponga y se diseñe una propuesta integral que incluya las sugerencias del usuario la propuesta digital se fue mejorando conforme el progreso del mismo con la interacción y acercamiento del receptor. En la etapa final se realizó el rediseño de la propuesta de la plataforma mediante diseño de información y experiencia de usuario presentando las mejoras en la *web*.



Figura 6. Proceso de Design Thinking a docentes investigadores de la Universidad de Cuenca. Fuente: elaborado por la autora.

Las opiniones vertidas por los docentes investigadores de la Universidad de Cuenca, sirvieron de indicadores donde se conoció cuáles son las principales problemáticas a la hora de



Universidad de Cuenca

ingresar al sitio *web* de investigaciones de la Universidad y como es el acceso a conocer el proceso para subir la información y completar con éxito su trabajo de investigación. El mayor inconveniente fue el de usabilidad y el grado de satisfacción del receptor.

Mediante la lluvia de ideas se procedió a realizar el mapa de empatía, donde específicamente se centró en el perfil del usuario, en este caso personas proactivas, críticas, innovadoras y reflexivas, que sentían frustración, confusión, desconsolación al momento de ingresar a al sitio *web*. Manifestando que se necesita un cambio sustancial en esta interfaz que se presentan complicaciones a la hora de subir archivos, actualizar el contenido, que la página sea visualmente amigable, que se evite la burocracia y la sobrecarga de información. Las propuestas expresadas por los docentes fue que se diseñe una plataforma únicamente para el área de investigación, con información de interés, sobria, que contenga hipervínculos que agilicen la búsqueda. Al igual que expresaron que los requisitos de procesos para completar una investigación deben ser dinamizados, especificados y disminuidos.

Mapa de Empatía del Usuario

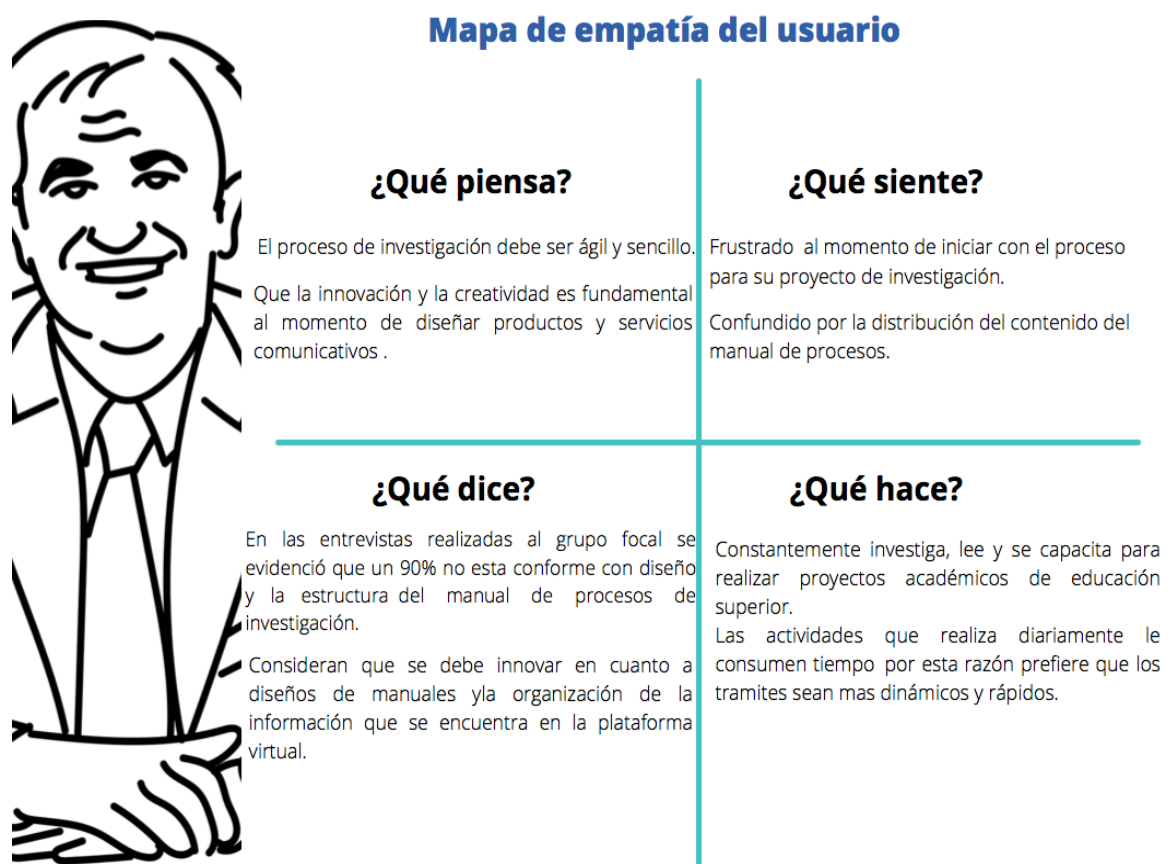
Los docentes investigadores de la Universidad de Cuenca se mantienen en constante capacitación creen que la innovación y los conceptos creativos son esenciales a la hora de diseñar una pieza comunicativa integral; en ciertos momentos se sienten confundidos, en el instante que ingresa a la plataforma virtual, pues opina que la interfaz no es del todo intuitiva. Por otro lado, en el estudio se consideró un rango de edad abierto que comprende de los 30 a 65 años de edad.

De forma semejante el proceso se lo efectuó conociendo al usuario por medio de la empatía, posterior se creó un ambiente agradable para dialogar con cada uno, luego de la retroalimentación se organizaron las ideas vertidas por el docente investigador (en este caso nuestro público meta). Post its y marcadores fueron los materiales que se utilizaron para



efectuar la planificación para después plasmarlas en el mapa de empatía digital (ver figura 7).

Cabe destacar que al realizar este análisis del usuario se puede decir que la persona o el equipo que lleva a cabo esta labor debe comprender en que piensa el usuario, sus deseos, sus anhelos sus miedos, frustraciones etcétera. Para entender al público objetivo se debe ser uno de ellos. El mapa de empatía que se utilizó en esta investigación contribuyó positivamente para lograr diseñar el perfil del receptor.





Universidad de Cuenca

Figura 7. Mapa de empatía del usuario. Fuente: elaborado por la autora.

Dirección de Arte

Mahon, en su libro *Dirección de arte. Publicidad.* (2010, p.11) define la Dirección de Arte en los siguientes términos:

“El término Dirección de Arte se emplea generalmente para designar el proceso de organización y, casi literalmente, dirección de los elementos visuales de cualquier medio de comunicación, ya sea una película, un programa de televisión, una instalación digital o un anuncio televisivo o impreso. En este sentido la Dirección de Arte es una actividad que cuenta con una aplicación mucho más amplia dentro de una gran diversidad de disciplinas relacionadas con la comunicación visual.”

Ahora bien, abordando este proyecto desde el área comunicativa y de dirección de arte se centró en el desarrollo de la producción del contenido visual que emplea un proceso creativo. Como primer paso se integraron los elementos textuales y visuales que conforman el manual de procesos de la DIUC, observando los elementos del tamaño de las letras, el color, el estilo, la tipografía, imágenes, diagramas de flujo.

Se partió del proceso creativo de *brainstorming*, que equivale a la lluvia de ideas, tarea que se la desarrolló con el grupo focal para conocer el hilo conductor como punto de partida, el mismo que después nos llevaría al resultado final. Posteriormente se organizó la composición de las piezas, también llamado *layout*. Se elaboraron borradores, storyboards, bocetos, etc. En este caso el rediseño favorece el modelo conceptual del usuario lo cual demuestra una interacción mayormente intuitiva al acceder a la plataforma virtual.

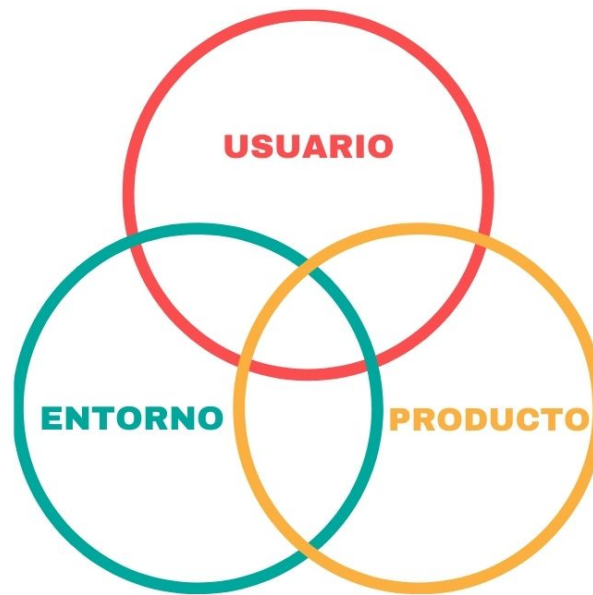


Figura 8. Pasos para el diagnóstico del usuario. Fuente: elaborado por la autora.

Al realizar el estudio en el uso del Manual de Procesos Se analizó las características del documento y se descubrió aspectos importantes del usuario, el entorno en el que se desenvuelve y el producto o servicio que utiliza y cómo interactúa con él. Los integrantes que participaron en esta investigación pertenecen a una comunidad educativa, son profesionales de diversas áreas de conocimiento.

En la propuesta de rediseño se considera la diferencia de tamaño que lleva la la plataforma, calidad de la resolución y los diferentes dispositivos de acceso que se utilizan, lo cual se adapta a la variedad de navegadores existentes; aquí, utilizar una barra de progreso permitirá al usuario interrumpir el proceso para continuarlo en otro momento. Sin embargo, los pasos que deben seguir los docentes investigadores al momento de subir su proyecto, se presentan como una lista de desplegables del paso a paso que deben seguir para subir su plan de investigación; cada punto se lo visualiza en la parte central de la pantalla. El cruce de los resultados de aprendizaje con las competencias, los indicadores de logro con los resultados de



Universidad de Cuenca

aprendizaje y temas con indicadores de logro se realiza mediante *checkboxes*.

Para el proceso de dirección de arte se siguieron los lineamientos del Manual de Imagen de la Universidad de Cuenca (2019). Realizando una comparación entre el manual actual de procesos y la propuesta *web* se suprimió los diagramas de flujos por una secuencia ordenada de las fases.

Cromática

En el desarrollo del proyecto se decidió utilizar la cromática que se emplea actualmente en el Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca. Hay dos colores corporativos oficiales, Pantone *Blue Reflex* y Pantone *Red 032C* y una asignación especial del color Pantone e871 para material relacionado con instituciones honoríficas (Universidad de Cuenca, 2021, p. 28).

Por lo antes mencionado estas tonalidades ya son conocidas por los docentes investigadores ya que se encuentran familiarizados con los colores principales que caracterizan a la institución. Al aplicar una cromática adecuada en la plataforma virtual, se decidió que por afinidad a los colores azul y rojo no se hicieron mayores variaciones en los tonos.



Figura 9. Colores corporativos de la Universidad de Cuenca. Fuente: Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca (2019).

Existe una paleta complementaria de colores corporativos, Blanco, Pantone 656C, Pantone 7574C, Pantone 7499C, Pantone 368C, Pantone 2715C, Pantone 7603C, Pantone 117C, Pantone 349C.

En el proyecto se introdujo colores complementarios como el Pantone 2715C el Pantone 656C y el Pantone 349C, que corresponden al morado, plomo y verde. Estos tonos se utilizaron con la finalidad de que generen una combinación armoniosa. Además, las tonalidades se las fueron definiendo con el usuario final.



Figura 10. Paleta de colores secundarios. Fuente: Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca (2019).

Tipografía

El diseñador de tipografía alemán Erik Spierkermann creó sans FontFont entre 1991 y 2010. La familia tiene 28 estilos, que van desde extrafina hasta *black* en modo condensado y normal (incluyendo cursivas) y es ideal para publicidad y empaquetado, libros de texto, editoriales, logotipos, marcas e industrias creativas, texto pequeño, así como web y pantalla de diseño. FF Meta proporciona soporte tipográfico avanzado con características como ligaduras, mayúsculas pequeñas caracteres alternativos, formularios con mayúsculas y minúsculas, fracciones y caracteres súper y subíndices. Viene con una gama completa de opciones conjunto de figuras: figuras antiguas y de forro, cada una en anchuras tabulares y proporcionales. Además de los idiomas basados en latín, la familia tipográfica también admite los sistemas de escritura cirílico, griego y hebreo (Universidad de Cuenca, 2021, p. 30).



Universidad de Cuenca

En la propuesta se adaptó un cambio en la tipografía utilizando la Segoe UI y Segoe UI Bold que optimiza la legibilidad en su tamaño de letra 12 y contiene soportes de escritura. Que se ajusta al diseño de la página *web*.

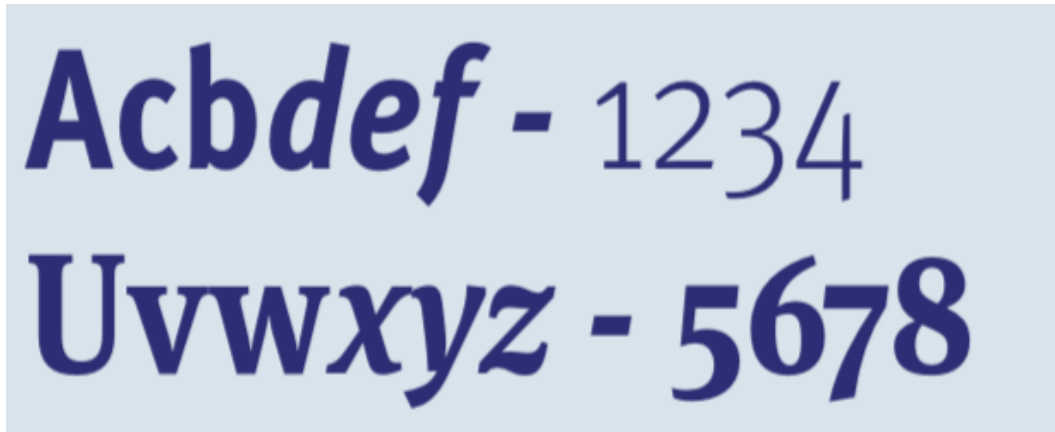


Figura 11. Tipografía FF Meta Fuente: Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca (2019).

Logotipo

Hay tres formatos de logotipo corporativo de la Universidad de Cuenca. Para la mayoría de los usos digitales, recomendamos usar el logotipo condensado.

Logotipo condensado. El logotipo condensado de la universidad es el logotipo preferido para utilizarse en los sitios web de la institución y los servicios digitales.

Logotipo horizontal. Siempre que el contexto lo permita se puede usar el logotipo horizontal en sitios web universitarios y servicios digitales.

Logotipo central. No use el logotipo centrado como el elemento de marca principal en un sitio web. (Universidad de Cuenca, 2021, p. 69).



Universidad de Cuenca

El logotipo utilizado en la propuesta *web* se lo colocó en la parte superior izquierda optimizando el reconocimiento de la marca, en este caso el escudo está ajustado al tamaño ideal en formato horizontal.





Figura 12. Versión general del logotipo. Fuente: Manual de Imagen Institucional de la Universidad de Cuenca (2019).

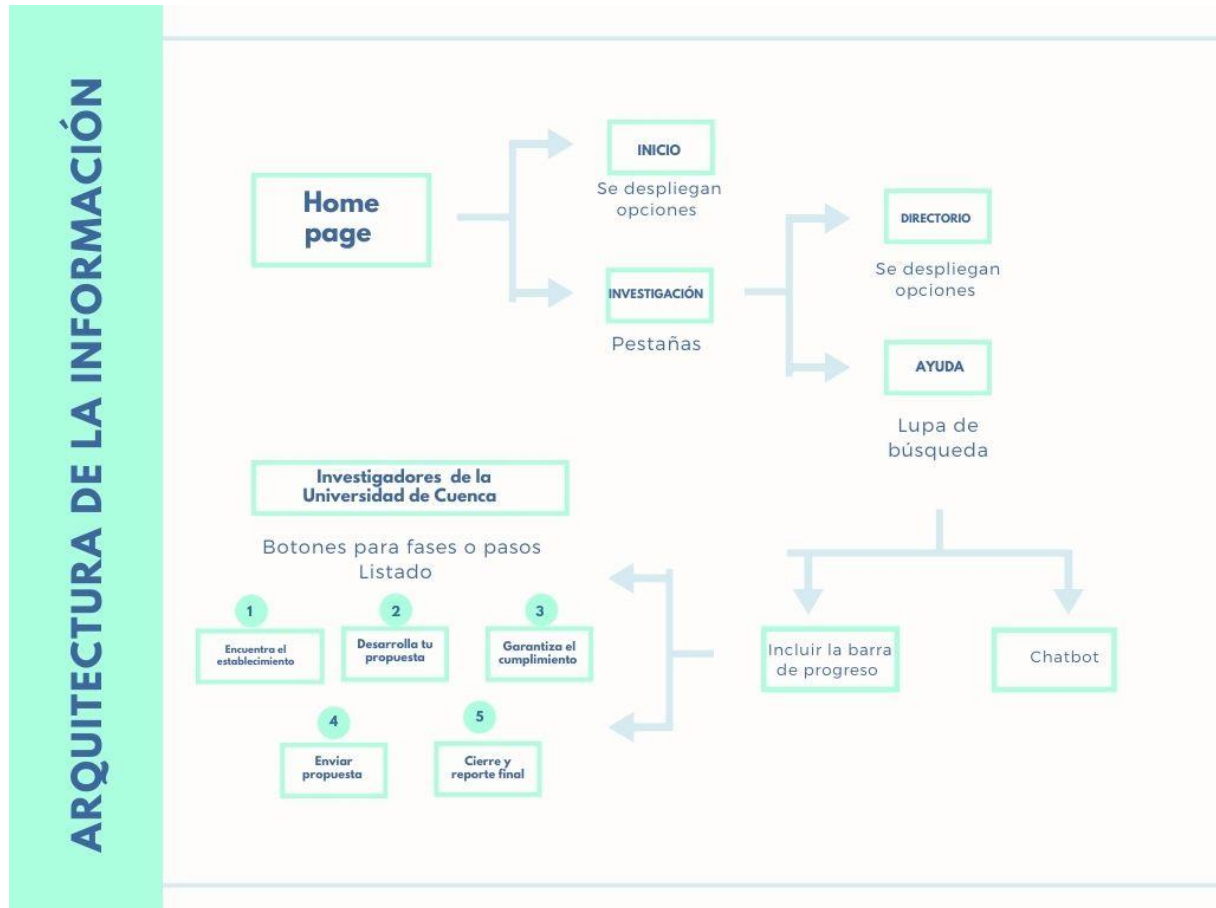


Figura 13. Detalle de Arquitectura de la Información aplicada en la página web. Fuente: elaborado por la autora.

Narrativa y Diseño de Experiencia

El diseño de experiencia o basado en el usuario se centra en la calidad de los productos con base a la previa interacción con el público objetivo, con el objetivo de organizar el contenido textual y gráfico para crear procesos eficaces en conjunto, para optimizar nuevos productos comunicacionales.



En primer lugar, cuando se habla de la narrativa audiovisual, o de cualquiera otra narrativa, probablemente se está haciendo referencia a la morfología: Por un lado se refiere a las estructuras de la narración en sus diferentes niveles y por otro al discurso narrativo; es decir a cómo discurren o fluyen los elementos que aparecen en un producto audiovisual que son significantes (aportan significados) y configuran la historia (Rivera y Correa, 2006). La narrativa cumple una función muy importante en cuanto a material audiovisual se refiere la secuencialidad, la lógica, la estructura y funcionalidad, que aportan a que se produzca un producto integral.

A diferencia de la Web 1.0 donde el contenido era subido por un productor de información y el usuario se limitaba a leer, la web 2.0 se refiere a una tendencia donde el contenido de la red es elaborado por una comunidad de usuarios que comparten, transforman contenidos y lo socializan, por eso se dice que ésta es una web social. Es así cómo se genera un involucramiento más abierto de los participantes y usuarios en los procesos comunicativos de las organizaciones y las empresas, generando una experiencia diferenciadora para usuarios, participantes y clientes.

El DCU es también un enfoque para pensar la idea del producto, para resolver el problema estratégico de su Utilidad; es decir, se debe diseñar centrándose en el usuario, lo que no solo implica entender cómo será usado el producto y evaluar las soluciones de diseño a partir de los usuarios, sino también analizar el valor del producto que se pretende crear; su capacidad para resolver necesidades reales. Esto engloba un conjunto de metodologías y técnicas que comparten un objetivo común: comprender las necesidades, limitaciones, comportamiento y características del usuario, involucra en muchos casos a usuarios potenciales o reales en el proceso (Montero, 2009).



La comunicación y la tecnología crece a pasos agigantados esto a dado cabida que la sociedad vaya mucho más acelerada y adaptada a los cambios virtuales y a moldearse a los diferentes usuarios que existen y a su diversidad de pensamiento esto quiere decir que, las plataformas deben ser más interactivas , dinámicas y simples que se adapten a la necesidad del público meta y cumplan con el objetivo de cumplir con sus expectativas y exigencias actuales.

El término arquitectura de la información fue acuñado por Wurman (1975) en el segundo lustro de los 70 y definido como “el estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información”, citado por Resmini y Rosati (2012, p. 2).

Cuando nos referimos a arquitectura de la información no solo se centra en el contenido sino también en los resultados el desarrollo y la estructura de los datos, no obstante el comportamiento emocional del usuario juega un papel fundamental al momento de organizar la información. Tras el aporte de Wurman (1975), otros tomaron sus definiciones y comenzaron a ampliar el horizonte de la AI, haciendo más certera la definición sobre su ámbito de acción. Morville (2004) asume las ideas de este autor en sus definiciones y plantea que la AI se define a través de tres frases:

- La combinación de esquemas de organización, etiquetado y navegación, dentro de un sistema de información.
- El diseño estructural de un espacio de información para facilitar la terminación de tareas y el acceso intuitivo al contenido.
- El arte y la ciencia de estructurar y clasificar sitios web e intranets, para ayudar a las personas a encontrar y administrar información.

A partir de esta definición, Wurman (1975) y Morville (2004) establecen las tareas concretas que realiza un arquitecto de información:



Universidad de Cuenca

- Aclarar la misión y la visión del sitio, haciendo un balance entre las necesidades de la organización que lo impulsa y las necesidades de sus audiencias.
 - Determinar qué contenidos y funcionalidades deberá contener el sitio
 - Especificar cómo buscarán información en el sitio los usuarios, mediante la definición de sus sistemas de organización, navegación, etiquetado y búsqueda.
 - Proyectar cómo se acomodará el sitio al cambio y el crecimiento a lo largo del tiempo.
- (Rodríguez, González y Pérez, 2017).

Propuesta de la Página Web

La propuesta final se encuentra mediante el siguiente enlace <https://prototipo.cybermall.ec/> la plataforma virtual se creó con editor de código *Visual Studio Code*, utilizando lenguajes de programación, HTML, PHP y JavaScript, Framework de CSS, Bootstrap v.46 con librería de iconos Font Awesome 5, y el carrusel de imágenes principal se lo desarrolló con Swiper Swiper 6.7.0, la librería de Stepper (el paso a paso) se lo hizo con jQuery Smart Wizard y el chatbot con SnatchBot. En la implementación de la propuesta se determinó la problemática central en que se organizó la información de una manera más ordenada y comprensible midiendo la funcionalidad de la *web*. Adaptando la línea gráfica de la Universidad de Cuenca, tomando en cuenta la dirección de arte y el diseño de información. En la fase de testeó con el grupo focal se sugirió que el contenido sea mayormente interactivo y visual antes que escrito, además reformular el enunciado de los pasos, en la sección de garantizar el cumplimiento y presentar propuesta se recomienda organizar los puntos donde se despliega el manual de procesos para una mayor comprensión.

A través de reuniones con el grupo focal se desarrolló la estructura que se la analizó a través del punto de vista del usuario, los cuadros gráficos representan cada punto sugerido, la segmentación del público meta la distribución de contenido y la planificación de navegación



Universidad de Cuenca

con las barras de búsqueda. Previamente se realizó un boceto que determinó los puntos sugeridos y deseados por el usuario donde se logró determinar el esquema del producto final.

Por lo tanto, entender las situaciones para rediseñar un producto efectivo entendiendo las situaciones y tomando decisiones grupales. Las soluciones se encontraron en colaboración con el usuario mediante el diálogo metodológico se aclararon las metas y conjuntamente se desarrolló un producto final deseado.

Para comunicar mensajes o contenidos es necesario transmitir información valiosa, relevante y significativa. Las emociones del destinatario también son datos importantes que se deben considerar a la hora de prototipar. Optimizar contenido, diseñar contenido de interés común, y generar información valiosa para el receptor. Implementar estrategias metodológicas objetivas son cualidades del diseñador de información además de traducir de un lenguaje visual las ideas. El prototipo final siguió una secuencia de la información que se centra únicamente en contenido específico de la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca. Contiene datos generales de la DIUC, contactos, y barra de búsqueda.



INFORMACIÓN GENERAL



Si está buscando una subvención o un contrato con una mejor oportunidad de financiamiento lo puede realizar para llevar a cabo su investigación.

Explore el sitio web www.ucuenca.edu.ec para encontrar oportunidades de financiamiento interno o externo. Revise el anuncio de financiamiento para asegurarse con los lineamientos de la investigación y que los plazos coincidan con el cronograma.

Consulte el siguiente enlace para mayor información:

Convocatorias internas

Convocatorias externas



OFERTA EDUCATIVA

Conoce nuestra oferta educativa y sé parte de la U de Cuenca.



CAMPUS

Nuestros campus albergan historias, cada uno espera que crees la tuya.



UCUENCA EP

Conoce más sobre nuestra empresa pública.



UCUENCA-EP es una empresa pública de la Universidad de Cuenca que complementa su gestión, transfiere y agrega valor al conocimiento generado, vinculándose a la sociedad mediante la prestación de servicios especializados de consultoría y asistencia técnica con eficiencia, innovación y profesionalismo.



Figura 14. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. Fuente: elaborado por la autora.



Universidad de Cuenca

En la propuesta rediseñada el usuario podrá acceder a las fases que debe cumplir para presentar su proyecto de investigación al ingresar a la página <https://prototipo.cybermall.ec> se encontrará con la pantalla de inicio en esta sección se visualiza cinco pestañas que pertenecen a los pasos que se deben seguir y para el rediseño de la plataforma se emplearon conceptos de dirección de arte en cuanto a la organización y la distribución del contenido del Manual de Procesos, toda la información que se encontraba en un PDF se lo reemplazó a un sistema de paso a paso, en el que cada uno contiene un icono identificativo y en el interior de cada botón se encuentra la información de una manera más clara y concisa para facilidad del usuario se incluyó enlaces de descarga de documentos además, en cada sección se incorporó un botón con el enunciado de anterior y siguiente para que el receptor acceda ágilmente a la pestaña que quiera dirigirse (ver referencia en figuras 15, 16, 17, 18, 19 y 20) A continuación se observan las fases que se las dividió de la siguiente manera:

Paso 1. Oportunidades de fondos de investigación. Se encuentra información de oportunidades de financiamiento además, de encontrarse botones linkeados que al momento de seleccionar nos lleva a la información deseada.

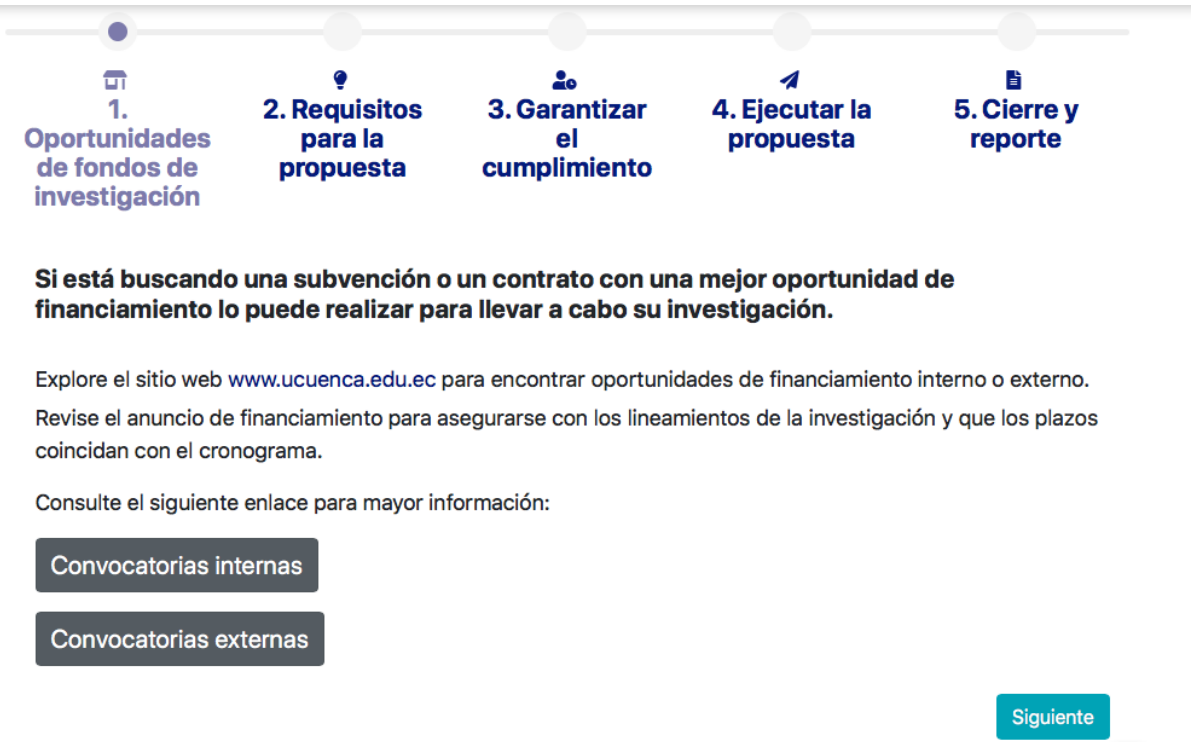


Figura 15. Web de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. Fuente: elaborado por la autora.

Paso 2. Desarrolla tu propuesta. En esta sección se encuentran cuadros y links de formularios, aprobación de protocolos, marcos legales, reglamentos todos contienen la opción descargar. También se visualiza la información referente a fondos para los proyectos de investigación internos como externos los mismos que comprenden de un botón que se encuentra enlazado al contenido de fondos. Adicionalmente se incluye la biblioteca de de bioética y vínculos de interés.



Ahora es el momento de conocer los procesos y formatos para que lo adecue a su propuesta.

Formularios

Proceso a seguir para la revisión de protocolos

Proceso a seguir para la revisión de protocolos

Para Aprobación de Ensayos Clínicos

Formato de solicitud para aprobación de protocolo. Anexo 1B

Formato Protocolo. Anexo 2

Formato Declaración de confidencialidad. Anexo 3

Formato de Consentimiento Informado

Para Aprobación de Estudios Observacionales que utilicen muestras biológicas humanas

Formato de solicitud para aprobación de protocolo. Anexo 1C



Para Aprobación de Estudios Observacionales y Cuasi-experimentales

Formato de solicitud para aprobación de protocolo. Anexo 1A

Formato Protocolo. Anexo 2

Formato Declaración de confidencialidad. Anexo 3

Formato de Consentimiento Informado

Para Aprobación de Protocolos de Revisiones Sistemáticas

Formato de solicitud para aprobación de protocolo

Formato Protocolo

Marco Legal Nacional

Acuerdo de creación - 14 de junio 2013

Aprobación del CEISH

Acuerdo de Reforma - 26 de septiembre 2014 Acuerdo de Reforma - 26 de septiembre 2014

Registro Oficial Comités de Ética - abril 2019

REGLAMENTO PARA EL DESARROLLO DE INVESTIGACIONES EN SALUD QUE SE REALICEN DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA COVID-19

Anexo 1

Anexo 2

Anexo 3

Anexo 4

Anexo 5





Figura 16. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. Fuente: elaborado por la autora.

Paso 3. Garantiza el cumplimiento. En esta fase se visualizan los pasos a seguir para cumplir con los procesos de investigación que consta de 6 fases divididas en:

1. Apoyo a la investigación.
2. Análisis y generación de información.
3. Convocatoria concurso universitario de proyectos de investigación.
4. Seguimiento y monitoreo de proyectos de investigación.
5. Cierre de proyectos internos.
6. Gestión de trámites de proyectos de investigación.



Estos son los pasos que debe cumplir en cuanto al proceso para subir su información, la actividad académica involucra el compromiso con los programas de cumplimiento de la Universidad de Cuenca. Aquí descubrirá paso a paso los lineamientos a seguir.

Fase 1. Apoyo a la investigación

Fase 2. Análisis y generación de información

Fase 3. Convocatoria concurso universitario proyectos de investigación

Fase 4. Seguimiento y monitoreo de proyectos de investigación

Fase 5. Cierre de proyectos internos

Fase 6. Gestión de trámites de proyectos de investigación





Figura 17. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. Fuente: elaborado por la autora.

Paso 4. Presentar propuesta. A continuación se presentan los puntos subsiguientes para completar los requisitos para completar la investigación dividida en 5 fases:

7. Compra de bienes.
8. Contrataciones.
9. Elaboración de contratos y pago de evaluadores.
10. Asignación de fondos internos y externos.
11. Gestión de la Unidad de comunicación y difusión de la investigación.



Para facilitar el proceso de su propuesta investigativa conozca los requisitos de debe cumplir para presentar su proyecto.

Fase 7. Compras de bienes

Fase 8. Contrataciones

Fase 9. Elaboración de contratos y pagos a evaluadores

Fase 10. Asignación de fondos internos y externos

Fase 11. Gestión de la unidad de comunicación y difusión de la investigación

Anterior

Siguiente



Universidad de Cuenca

Figura 18. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca.

Fuente: elaborado por la autora.

Paso 5. Cierre y reporte. Este punto contiene información sobre el cierre de procesos y los documentos habilitantes para finalizar el trámite.



Revise los documentos que necesita para finalizar su proyecto y asegure su cumplimiento.

SEGUIMIENTO ACADÉMICO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

El seguimiento académico se realiza a través del "Sistema para la Gestión de Trámites de Proyectos de Investigación". Para información del sistema de procesos ingresar al siguiente enlace:

[Sistema de procesos](#)

Documentos habilitantes

Dependiendo del tipo de trámite se deberán ingresar obligatoriamente los documentos habilitantes (requisitos).

- a. Gestión del equipo del proyecto
- b. Solicitud de prórroga
- c. Presentación de informes de avance
- d. Presentación de informes finales (cierre de proyectos)
- e. Reformulación del presupuesto



Figura 19. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. Fuente:

Universidad de Cuenca.

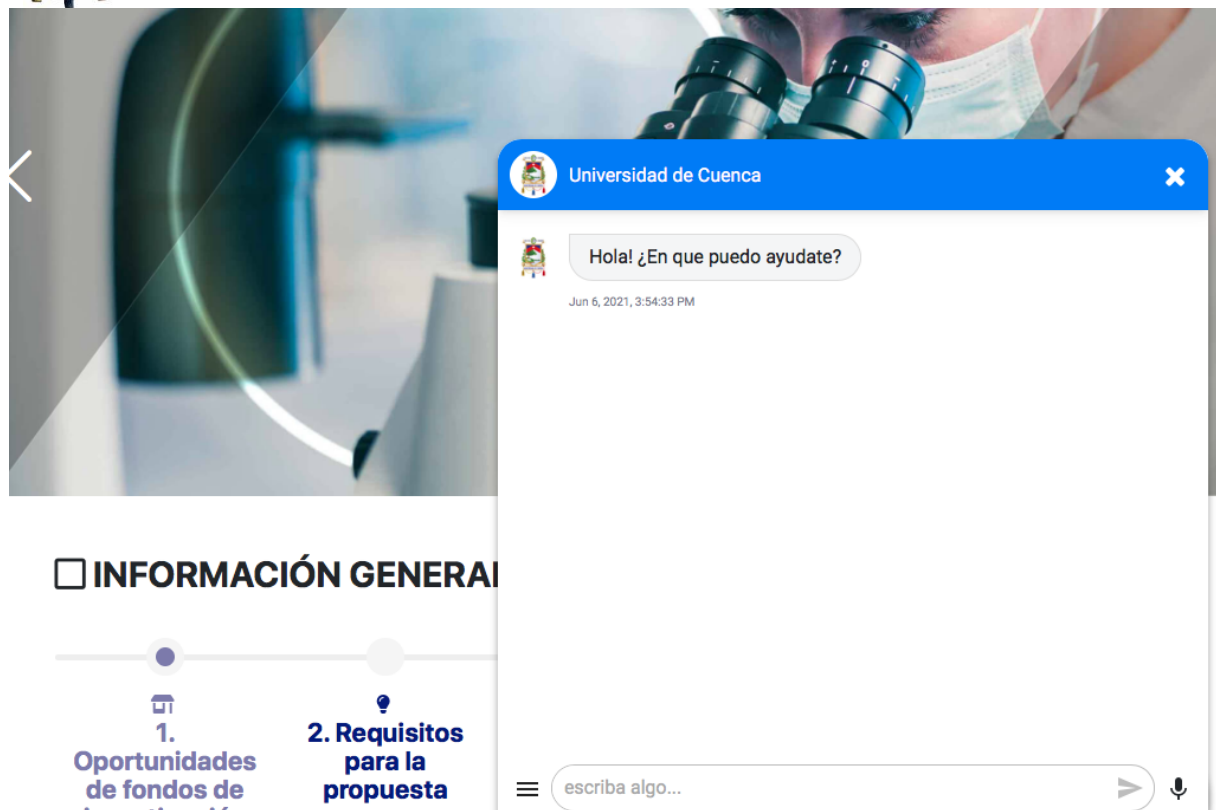


Figura 20. Propuesta *Web* de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. Fuente: elaborado por la autora.

En la etapa de testeo con el grupo focal se recomendó realizar cambios en la estructura de la información e imagen de la propuesta de la página *web*, los docentes señalaron que algunos títulos de las secciones eran confusas, de la misma manera propusieron que el contenido se reduzca y que sea aún más visual. Lo que con esto se adaptaron los cambios al modelo original.

¿Cómo generar un producto comunicacional efectivo implementando la metodología de pensamiento de diseño, para que mejore la experiencia del usuario al momento de conocer los requisitos que se deben cumplir para realizar un proyecto investigativo en la Universidad de Cuenca?



Este punto se resolvió al momento de aplicar la metodología de Design Thinking, a la hora de realizar las entrevistas a profundidad en el grupo focal con los docentes investigadores que pertenecen a la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca.

Mediante una retroalimentación con nuestra audiencia se pudo conocer los pro y contra de la actual interfaz en donde el receptor interactúa continuamente para realizar trámites obligatorios para cumplir con el proceso para llevar a cabo su proyecto investigativo.

Se descubrió que la distribución del contenido no está clara por lo que crea confusión al público meta, además que la plataforma virtual de Investigaciones no cuenta con un sistema de atención al usuario para resolver consultas propias del usuario de forma inmediata, así como también que la información que se encuentra dentro de algunas pestañas como: estatutos, convocatorias, formularios, etc. Adicional añadieron que se la página *web* no sea saturada con texto que sea lo más sobrio posible y mejorar los procesos y que se disminuya la burocracia.

En la fase de testeo se realizó las reuniones con el grupo focal dividido en dos encuentros en donde las opiniones variaron y los expertos pertenecientes a la (DIUC) opinaron que: la distribución de la información debe estar mejor segmentada, que sea visual antes que escrita, más interactiva y que ayude a solucionar problemas, que se obtenga un producto final para dar por finiquitado el proceso de los requisitos. El contenido se lo realizó con la cromática sobria siguiendo el manual de imagen de la Universidad de Cuenca, en el banner se utilizaron imágenes concisas que van acorde al concepto que se maneja en la casa de estudios, igualmente se creó un canal de ayuda como un chatbot para generar respuestas, se organizó el contenido de una forma más concisa y precisa, se aplicó hipervínculos y botones, el manual de procesos de dividió en secciones y todo sigue una secuencia lógica para que el investigador pueda realizar sus diligencias con mayor rapidez, confianza y eficacia.



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Durante el año 2019 al 2021 la página y el Manual de Procesos de la Universidad de Cuenca (DIUC) fueron evaluados utilizando diversas herramientas de investigación donde se recolectaron datos relevantes que aportaron al desarrollo de este proyecto, se implican avances para lograr un producto final adecuado y que cumpla con todos los requisitos expuestos por el usuario. El estudio de esta investigación se centró en el contexto actual y cómo influye la tecnología en la actualidad, y cómo el usuario percibe el servicio, cuáles son sus preocupaciones y cómo detecta la funcionalidad y nivel de comprensión de la pieza diseñada. En la reciente alfabetización mediática se requiere acertar en la aplicación de los medios digitales y la adecuada recepción de mensajes emitidos por los canales comunicativos. Hoy en día tenemos al alcance de nuestras manos una gran cantidad de información la cual permite al usuario que escoja y deseche los datos que le interesen. Las organizaciones obtienen mayor éxito cuando tienen un acercamiento real con sus públicos. Relacionarse constantemente con la audiencia permite alcanzar una cultura digital más exitosa. Además, implementar las herramientas y plataformas comunicativas innovadoras amplía las posibilidades de atraer al receptor.

El diseño de estrategias y acciones comunicativas que en este momento se centra en el usuario y tiene una capacidad de escucha institucional tanto interna como externa se aseguran la rentabilidad y credibilidad de sus públicos. Las interacciones sociales ocurren también en la virtualidad y “operan como moduladores, termostatos interpersonales que renuevan de continuo aspectos esenciales del funcionamiento cerebral que orchestra nuestras emociones” (Goleman, 200, p. 15).



El individuo mantiene una conexión con la virtualidad y el entorno, es decir, la coordinación digital y codificación de la información hacia el cerebro. En la modalidad tecnológica es indispensable generar una capacidad crítica. La necesidad de contar cosas interesantes, implicar emocionalmente y fomentar la participación prima sobre el interés por catalogar y diferenciar géneros. Sin embargo, saber si se trata de información o de publicidad es una cuestión importante para el público y que tiene importantes repercusiones éticas a la hora de gestionar la comunicación estratégica. (Marfil, Hergueta, Villalonga, 2015).

Comunicación Digital

Dentro de una sociedad globalizada el internet es parte de nuestro cotidiano vivir los aparatos tecnológicos se han convertido en nuestros aliados, tenemos la información al alcance de nuestra mano. Vivimos en una era digital que crece día a día y que exige mantenernos actualizados acorde a los avances virtuales. La aparición del internet ha desembocado en la eclosión de la sociedad de la información. En muy poco tiempo las nuevas tecnologías de la información han transformado nuestra manera de trabajar, relacionarnos y comunicarnos. Este hecho plantea nuevos retos para la investigación en comunicación y, al mismo tiempo, pone a disposición del investigador nuevas herramientas y fuentes de información que representan una gran oportunidad para desarrollar su labor bajo nuevos prismas. Las transformaciones constantes de la era digital pone en constantes retos a los profesionales las nuevas tecnologías se ha convertido en un tema de estudio fundamental hoy en día. Las relaciones interpersonales han ido cambiando y convirtiéndose en escasas por la aparición de medios tecnológicos, podemos observar la transformación del comportamiento social, las interacciones digitales entre las personas se incrementan tanto que están creando una percepción distinta del espacio y del tiempo. Esta afirmación debe matizarse. Nos estamos refiriendo, sin duda, a una



Universidad de Cuenca

parcela de la experiencia y a una parte de la población, la que utiliza los recursos de la red. (Laborda Javier, 2005)

El advenimiento de la comunicación digital, no obstante, declaró paulatinamente un rompimiento de fronteras físicas y relanzó el fenómeno comunicativo en un contexto marcadamente globalizador. El satélite, la fibra óptica e Internet expandieron las propias fronteras de la industria infocomunicacional y declararon proscritas a las ciudades como centros de delimitación espacio-temporal para el mercado de los mensajes (Baran y Davis, 2010). La relevancia de la comunicación digital se centra en expandir las brechas comunicativas y tener un mayor alcance, los mensajes emitidos y percibidos por el receptor cambiaron de forma al momento que se cambiaron los medios convencionales por los tecnológicos, la manera de comunicarnos ya no es limitada como épocas pasadas y esto ha influido en la manera de cómo interactuamos con la sociedad y el mundo que nos rodea.

Al hablar de producto o marca el marketing juega un papel importante, conocer el entorno permite elaborar un mejor modelo de negocio para implementar las adecuadas formas de ventas y emisión de contenidos publicitarios y atractivos.

La *Web 2.0* se basa en las estructuras de la organización, conformada con equipos de colaboración para la innovación, la toma de decisiones constantes para el desarrollo de la innovación. La ética y responsabilidad social no deben ser apartados. En un enfoque global es relevante centrarse en la calidad, la rápida respuesta al cambio, superar crisis estratégicamente, conocer al cliente y sus expectativas para generar mejoras constantes y adaptación a la transformación. Las herramientas comunicacionales son necesarias para entender cómo se relaciona el usuario y la empresa el éxito de la organización dependerá de cómo sean aplicadas las técnicas comunicativas y el diseño dentro de la virtualidad, la entidad debe tener la visión de un futuro cambiante.



Es frecuente que negocios implementen sus medios digitales, ya que en la contemporaneidad el uso de la virtualidad permite informar, promocionar, dar a conocer, visibilizar la empresa y tener un mayor contacto con los clientes, levantar pedidos, comprar partes a los proveedores, coordinarse con los socios, mantener alianzas estratégicas e innovar. Con la actual pandemia mundial existe la necesidad de que en los mensajes que se emiten sean precisos e informales para que la audiencia cree expectativas. Los medios tradicionales tienen representación social y apertura a la opinión pública. La comunicación es un servicio social que se debe manejar de manera responsable que sin duda debe ser un aporte a la sociedad. En esta época de emergencia sanitaria los medios de comunicación digitales han tomado mayor fuerza, debido a varios factores, si bien es cierto en la etapa anterior a la pandemia, los medios digitales se habían convertido en herramientas fundamentales para dinamizar la comunicación, mejorar y acercar al mundo a través de las plataformas digitales, en la época de la pandemia estos medios pasan a convertirse en instrumentos que de alguna manera facilitaron la comunicación en tiempos de crisis y además permitieron desarrollar actividades esenciales como la adquisición de productos de primera necesidad, monitoreo y registro de casos Covid, curvas de contagio, cercos epidemiológicos entre otras cosas. Las distintas fases del manejo de la pandemia significaron la implementación de medidas de restricción a la movilidad humana, y confinamiento, siendo en muchos casos los medios digitales la única ventana al mundo para permanecer comunicados.

Tal es la trascendencia de los medios digitales en la actualidad, que hoy en día las instituciones del Estado, gobiernos nacionales y gobiernos seccionales, han emprendido procesos que buscan eliminar los trámites de manera presencial, con el afán de minimizar las posibilidades de contagio, esto significa contratación de personas que cumplan con perfiles profesionales que permitan diseñar estrategias comunicacionales, diseño de páginas web amigables con los usuarios, que faciliten el acceso a los servicios públicos de manera ágil y que



Universidad de Cuenca

generen condiciones óptimas para el acceso a los servicios públicos, reduciendo considerablemente las probabilidades de contagio.



CAPÍTULO V

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Comunicación Basada en Pensamiento de Diseño

En el presente proyecto se analizaron varias metodologías que nos aportaron al desarrollo de la mismo, es por esta razón, que la resolución de problemas creativos e innovadores se basan en crear soluciones reales fundadas por las experiencias y comentarios de la persona. La comunicación y la colaboración en equipo aportan al desarrollo de un producto o servicio óptimo y participativo. La relación entre las ciencias sociales y humanas en este caso la comunicación y el diseño gráfico que pertenece a las artes, se complementan para crear contenidos y piezas gráficas orientadas a la comunicación visual.

Los pensadores de diseño tienen en su sentido más amplio la búsqueda de soluciones vistas desde el modo de las oportunidades con visión al futuro y el análisis de la conducta humana. Hoy no solo se aplica al modelo de negocio sino a toda resolución de proyectos sociales. El pensamiento de diseño consta de tres tipos de inteligencia, estos son: la inteligencia integral, inteligencia emocional e inteligencia experimental.

Fue Herbert Simón (1996, p. 116) el primero en plantear que el modo de razonamiento en proyectos de diseño, era particular de otras formas de conocimiento, al asegurar que todo problema consistía en la optimización entre las variables del entorno interno del problema, a las que denominó determinantes, y deben estar enfocadas a resolver la función operativa del proyecto, y las variables del entorno externo, a las que denominó parámetros, y deben estar enfocadas a satisfacer los requerimientos del ambiente. Del éxito de este equilibrio entre entornos dependía, en gran medida, el éxito de un proyecto de diseño. A pesar de que el autor asume que la resolución de problemas en diseño, es diferente al modo de



Universidad de Cuenca

resolución de problemas de las ciencias básicas, su propuesta se centra en intentar convertir el diseño en una ciencia con el rigor determinista que exige el positivismo científico (Buchanan, 1992).

En el diseño de implementación es donde se proponen una serie de soluciones para mejorar la relación de interfaz con el usuario, para organizar de mejor manera la información, se debe empatizar con el público meta para realizar un producto final eficaz. En la propuesta de la página *web* se estudió su funcionalidad con base a la distribución de su contenido, su comprensión, la sistematización, cromática, etc. Solucionar problemas de diseño es una situación profunda que va más allá que la imagen.

Según Wiliams (2011), el pensamiento disruptivo tiene cinco fases:

1. Bocetar una hipótesis que haga que el pensamiento fluya en una dirección intencionalmente no convencional. la pregunta a realizarse es: ¿Cuáles son los actuales clichés de lo que se quiere transformar?;
2. Definir una oportunidad de mercado disruptiva;
3. Generar varias ideas que otros no estén pensando;
4. Configurar dichas ideas en una sola, recordando que una idea inesperada suele tener escasos competidores;
5. Hacer una presentación que sea persuasiva pensando en quienes deben ser atraídos hacia el cambio.

A través de este proceso creativo evaluado principalmente con grupos pequeños e interdisciplinarios se buscó herramientas comunicativas y de diseño basadas en experiencias participativas eficaces generando soluciones relevantes e innovadoras para un cambio significativo.



La visión del diseño añade una propuesta de valor que contribuye al desarrollo de nuevos paradigmas conceptuales para transformar la realidad.

El término diseño de información (information design) comenzó a ser utilizado a fines de la década de 1940 y principios de los 50 en Estados Unidos, consolidándose en el Reino Unido a fines de los 70 (Stiff et al., 2010). El diseñador checo Ladislav Sutnar, quien emigró hacia EE.UU. durante la Segunda Guerra Mundial, es considerado el progenitor de la disciplina del diseño de información. Sutnar fue el primero en utilizar los paréntesis para separar los códigos de áreas y de países en los números de teléfono. Con esta sencilla pero altamente funcional acción de diseño, Sutnar demostró la importancia de la funcionalidad sobre la estética en proyectos de diseño, y la necesidad de entender, analizar y organizar la información para poder alcanzar una solución efectiva (Visocky O'Grady, 2008).

El Diseño de Información es una manera de trabajar en el diseño para la solución de problemas de información, hacia el entendimiento. Debido al poco conocimiento de la disciplina, no sólo entre el público general, sino también entre la comunidad de profesionales del Diseño, así como para el tratamiento del papel de la Fotografía en el Diseño de Información, se busca partir de una concepción uniforme de la disciplina. Es por eso que se presenta un conjunto de definiciones con las que se pretende presentar los aspectos más importantes del Diseño de Información. Para ello, se define antes que nada el concepto de información, distinguiéndolo del proceso de comunicación con el que está estrechamente relacionado.

El diseño de información contribuye a que el usuario sea más abierto, participativo, dinámico y receptivo el individuo siempre esta en búsqueda de múltiples experiencias informativas a través de varios canales. Entre estas vías se encuentran las tecnologías sociales. Se consideran tecnologías sociales al conjunto de herramientas informáticas que facilitan la



Universidad de Cuenca

comunicación bidireccional entre los usuarios y el poder seguir esas conversaciones a través de la Web. Las funcionalidades básicas de este tipo de herramientas permiten a los usuarios: mantener conversaciones bidireccionales o grupales a través de diferentes medios de comunicación vía Web, valorar, organizar y compartir todo tipo de información o contenidos y la creación de perfiles individuales para establecer relaciones sociales entre ellos. (Margaix, 2007). Es decir, las interfaces no son los únicos medios digitales de comunicación que necesitan ser creados por metodologías interactivas, aplicaciones móviles, blogs, etc. Deben tener un diseño visual y de información coherentes que se adecue al público meta y cumpla todas las expectativas que exige esta era digital y el usuario final. Y constantemente ir adaptándose a los nuevos avances digitales e ir renovando los productos o servicios comunicaciones para mantener a la audiencia satisfecha. Las tecnologías de la información ayudan a la transferencia de contenidos resultando evidente, que el manejo de este potencial permitirá una mayor eficacia en el servicio o producto que se ofrezca al individuo y a la sociedad.



CONCLUSIONES

En este trabajo de titulación se planteó rediseñar un producto comunicativo que contenga participación de usuario y que él sea quien aporte con ideas a la creación del producto. La propuesta *web* se diseñó desde una visión más amplia y es satisfactorio mencionar que ha sido concluida con éxito, ya que la respuesta de los docentes investigadores fue positiva y consideran que su funcionamiento es óptimo.

Además, se pudo conocer como los servicios digitales se utilizan como canales comunicativos de una empresa, organización u institución y cómo estos canales de comunicación interactúan con el usuario interno y externo. En esta investigación se puede concluir diciendo que los docentes investigadores de la Universidad de Cuenca prefieren conectarse a través medios de comunicación virtuales minimalistas y prácticos.

En el primer capítulo el estudio teórico aportó con información relevante que cita a algunos autores para entender al usuario de una plataforma o página *web* y cómo se rediseña una la propuesta final; también acerca de cómo realizar el testeo para finalmente, en su aplicación, probar su efectividad. En esta etapa es importante prestar mucha atención al proceso creativo y el estudio del usuario para generar mejoras en la propuesta que se está ofreciendo. Previo a elaborar la propuesta se utilizó herramientas de observación y entrevistas y por medio del diálogo, la lluvia de ideas, entre otras técnicas, que ayudaron a que este servicio intangible se pueda validar mediante el proceso de creación.

Por último, es importante que los productos o servicios comunicativos se implementen mediante la dirección de arte. En el desarrollo de los procesos creativos es necesario incluir a los usuarios que hacen uso de las plataformas digitales; un dato relevante es que, mientras se



Universidad de Cuenca

realizó la investigación, se vio que los docentes requieren nuevas propuestas innovadoras y que, sistemáticamente, debe estar en renovación.

Este estudio sirvió para conocer cuales son los puntos débiles y fuertes a la hora de proponer un diseño digital. Al indagar a mayor profundidad al finalizar se supo que la propuesta sugerida funciona, sin embargo se debe ajustar ciertos detalles.

Este estudio sirvió para conocer cuáles son los puntos débiles y fuertes a la hora de proponer un diseño digital. Al indagar a mayor profundidad, al finalizar el proyecto, se supo que la propuesta sugerida funciona, sin embargo se debe ajustar ciertos detalles.



RECOMENDACIONES

La comunicación, el diseño de información y la experiencia de usuario contribuyen a generar estrategias para que aporten a la efectividad de un producto o servicio, es por esto que las recomendaciones de este proyecto de tesis se centran en el desarrollo de la propuesta digital para el sitio de web de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca.

Con base en la retroalimentación que se mantuvo con los profesionales en investigación académica se ha obtenido la recomendación de que los comunicadores y diseñadores estudien al usuario final por medio de las metodologías de pensamiento de diseño y experiencia de usuario; así se podrá tener un servicio eficiente que favorezca el empleo por parte del mismo.

También se sugiere que el contenido que se aplique en cualquier plataforma virtual se mantenga actualizado para así brindar un mejor servicio, tanto a los usuarios internos como externos.

Se recomienda que se proponga una mayor diversidad de sitios virtuales para la Dirección Investigaciones de la Universidad de Cuenca, los mismos pueden contener material multimedia interactivo para que el público objetivo pueda informarse y obtener respuestas inmediatas a cualquier duda. En una página *web* la organización de los procesos, utilizar una barra de progresos, el uso de un chatbot, implementar la cromática y tipografía adecuada, es una buena idea para mantener al usuario conforme con el servicio que se brinda.

Para finalizar se sugiere mantener actualizada la información de la plataforma digital y que mediante estrategias innovadoras se rediseñen los sitios virtuales académicos, se comprobó que a través de la planificación y organización se pueden obtener resultados satisfactorios para el usuario.



BIBLIOGRAFÍA

Alfaro Elena, (2017) Uno/ Intro La experiencia del cliente, un marco para el marketing del futuro Madrid.

Bringgs, M. (2007). Periodismo 2.0 una guía de alfetización digital . Texas, Estados Unidos .

Unviversidad de Cuenca . (20 de noviembre de 2020). Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec>

Pérez, Rafael Alberto. (12 de Agosto de 2020). EL ESTADO DEL ARTE EN LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA. *Discussion Papers - Spatial and Organizational Dynamics* .

Nicolás, J. C. (2014). Qué es la experiencia del usuario en el diseño de producto.

Bringgs, M. (2007). Periodismo 2.0 una guía de alfetización digital . Texas, Estados Unidos .

Grau, J. (2007). Pensando en el usuario: la usabilidad. *Dialnet* .

Rey, N. A. (2018). “*Desarrollo de una aplicación móvil nativa multiplataforma como apoyo a la metodología basada en gamificación del programa de ingeniería de sistemas*”.

Bucaramanga, Colombia .

Montero, Y. H. (2015). Experiencia de Usuario Principios y Métodos. Granada , España.

Hassan, Y. (2015). Experiencia de Usuario Principios y Métodos. Granada, España.

García, T. (s.f.). EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN/EVALUACIÓN.

García, T. (2003). EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN/EVALUACIÓN.

García, T. (2003). EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN/EVALUACIÓN.

Lorés, G. y. (2004). *Esfuerzo de Usabilidad: un nuevo concepto para medir la usabilidad de un sistema interactivo basada en el Diseño Centrado en el Usuario*.



Universidad de Cuenca

Granollers, & Lorés. (2004). Esfuerzo de Usabilidad: un nuevo concepto para medir

la usabilidad de un sistema interactivo basada en el Diseño Centrado en el Usuario.

Cañabate, J. P. (2013). Transmedia y storytelling. España .

Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. España.

Castro, Comunicación organizacional técnicas y estrategias. Colombia, 2014.

Borea Fabián, (2005) Estrategias de la Comunicación. Barcelona. Ed Ariel

Figueroa, B., Salvatierra, R., y Wuth, P. (2017) Creando Valor A través del Diseño de Servicios, Santiago

Granollers, T., Lorés, J. y Cañas, J. (2005). Diseño de sistemas interactivos centrado en el usuario. Barcelona

González, C. (2003). Arquitectura de la Información: diseño e implementación. Lima

Lazo y Gabelas (2017) Comunicación Digital un Modelo Basado en el Factor Relacional. Barcelona: UOC

Nielsen, L. (2013) 'Personas - User Focus Design', Human Computer Interaction Series. Gran Bretaña: Springer, Londres, Heidelberg.

Orellana, D., Cruz, M (2006) Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. Salamanca

Riba, G., (2002). Diseño Concurrente, Cataluña

Rodriguez, L., González, D., Pérez, Y., (2017) De la arquitectura de la información a la experiencia de usuario: Su interrelación en el desarrollo de software de la Universidad de las Ciencias Informáticas. Recuperado el día 10 de enero de 2021 de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/eci/v7n1/1659-4142-eci-7-01-00155.pdf>

Viñarás Abad Mónica, (2013) Estrategias de Comunicación para Generar Confianza, Madrid



ANEXOS

Temario

Grupo focal de Docentes Investigadores

1. ¿Durante cuánto tiempo desde que usted es docente de la universidad es investigador en proyectos de la DIUC?
2. ¿Cuál es su área de experticia y temas de investigación?
3. ¿Cuántas investigaciones tiene a su cargo, por favor mencionarlas?
4. ¿Cuál ha sido su experiencia dentro de la DIUC en cuanto a los procesos que se deben cumplir?
5. En cuanto al acceso a plataformas de la DIUC en la vía de su sitio web ¿Considera que son accesibles y comprensibles?
6. ¿Cuál es el proceso que usted realiza al momento de presentar una nueva investigación?



Universidad de Cuenca

7. ¿Considera usted que el manual de procesos actual para investigadores es comprensible y útil?

8. ¿Ha identificado algún fallo de la interfaz de la web de la DIUC que le ha retrasado su trabajo?

9. ¿Mencione cuales considera que son las ventajas y desventajas del material proporcionado por la DIUC?

10. ¿Cuál sería para usted un formato ideal en cuanto a contenido y formato para detallar los procesos y pasos a seguir?

Temario Grupo Focal de Investigadores de la Universidad de Cuenca



Temario

Director de Investigaciones Universidad de Cuenca

1. Proporcione una breve descripción de lo que es la DIUC.
2. ¿En cuanto a manuales de inducción de procesos, cuántos posee la DIUC?
3. Según su opinión y conocimiento ¿Cuál es el grado de conocimiento y aceptación de este material para los investigadores de la Universidad de Cuenca?
4. ¿Qué cambios recientes han tenido lugar en el entorno de la organización, o entre el personal, sus procesos o tecnología?
5. ¿Cuánto tiempo ha transcurrido desde la última vez en que se actualizó este manual?
6. ¿Por medio de qué plataforma o formato se encuentran disponibles los manuales de procedimientos de la DIUC?



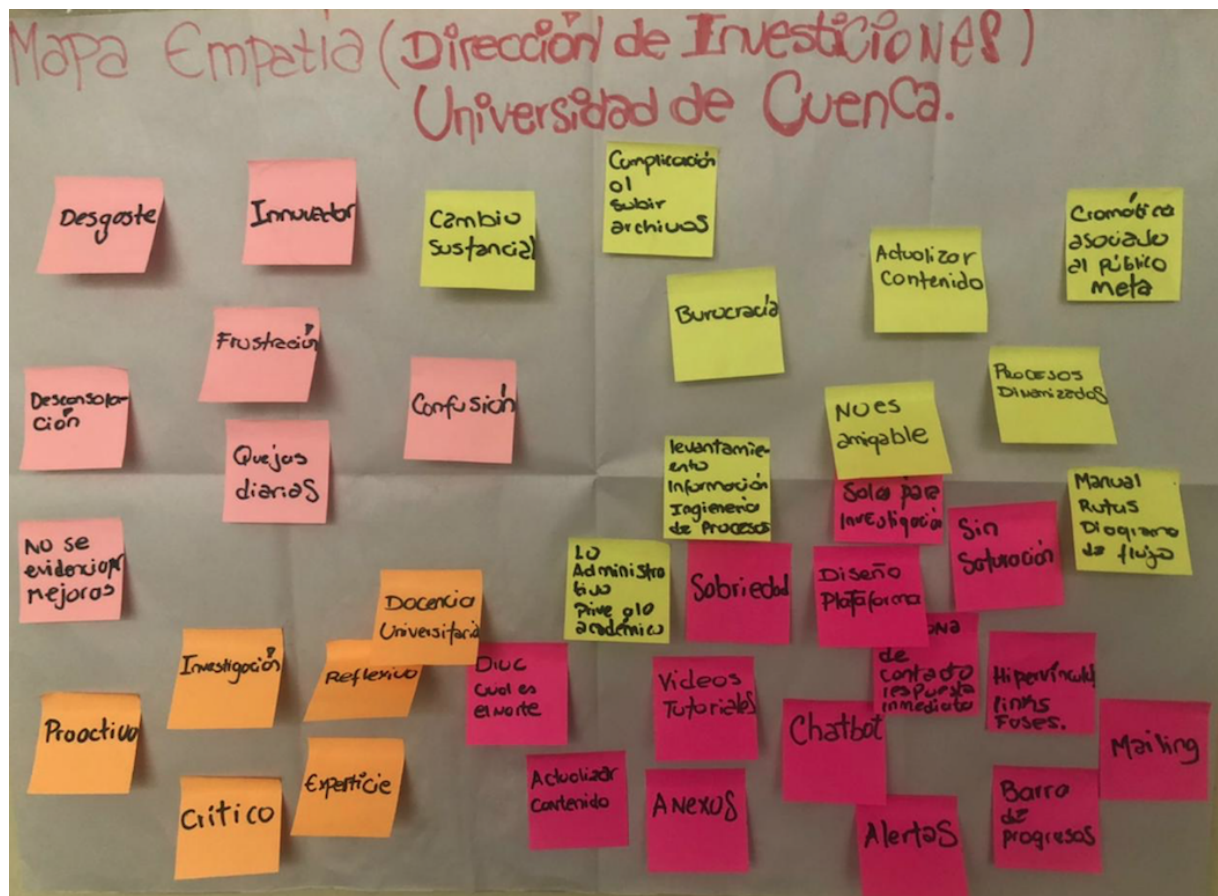
7. ¿Cuánto tiempo lleva implementado este manual y cuanta efectividad tiene?
8. ¿Han existido errores originados por fallos de interfaz?
9. ¿Existe un seguimiento sobre las ventajas y desventajas del material? ¿Cuáles son?
10. Si usted pudiese sugerir un formato y contenido a estos manuales de procesos ¿cuáles serían sus sugerencias?

Temario Director (a) Director de Investigaciones de la Universidad de Cuenca

Item	Descripción	Responsable
6	Formular la propuesta de proceso de investigación	Director de Proyectos de Investigación
7	Ajustar la propuesta en el campo operativo	Director de Proyectos de Investigación
8	Desarrollar la información del contrato de trabajo y Estado de marcha de ejecución de propuestas	Análisis de factibilidad, Análisis de riesgos, Análisis de distribución de propuestas, Análisis de presupuesto
9	REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS	Comisión de Investigación EC
10	EVALUACIÓN TÉCNICA CIENTÍFICA DE PROYECTOS	Comisión de Investigación EC
11	Enviar modificaciones de NO aprobados	Análisis de Proyectos de Investigación I
12	Realizar modificaciones y aprobación por el COMITÉ DE INVESTIGACIÓN	Comisión de Investigación EC
13	DECLARACIÓN DE DANAJEROS Y RESPONSABILIDADES	Comisión de Investigación EC
14	Difundir proyectos ganadores	Unidad de Comunicación y Difusión
15	ELABORACIÓN DE CONTRATO CONVOCATORIA	Análisis de Proyectos de Investigación I
16	REVISIÓN DE PROYECTOS LANZADOS EN EL MES	Análisis de Proyectos de Investigación I



Reunión del grupo focal con investigadores de la DIUC



Proceso de design thinking con docentes investigadores de la Universidad de Cuenca.