



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto de Investigación previo a la Obtención del Título de Ingeniero
en Diseño Gráfico Publicitario.

**“La interfaz gráfica y su aplicación en el sistema SAEES para el
proceso de acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona
tres.”**

Autor: Carrillo Sandoval, Diego Armando

Tutor: Ing. MsC. Nájera Gáleas, Carlos Enrique

Ambato - Ecuador

Diciembre, 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“La interfaz gráfica y su aplicación en el sistema SAEES para el proceso de acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres” del alumno Carrillo Sandoval Diego Armando, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Diciembre 2017

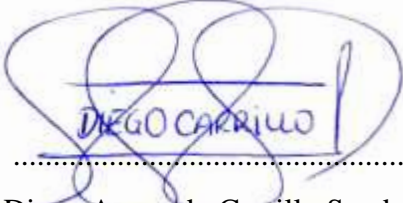


.....
Ing. MsC. Nájera Gáneas Carlos Enrique

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “La interfaz gráfica y su aplicación en el sistema SAEES para el proceso de acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres.”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, Diciembre del 2017




.....
Diego Armando Carrillo Sandoval
AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor

Ambato, Diciembre del 2017



.....
Diego Armando Carrillo Sandoval
C.I. 180461717-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “La interfaz gráfica y su aplicación en el sistema SAEES para el proceso de acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres” de Diego Armando Carrillo Sandoval, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Diciembre del 2017

Para constancia firman

.....
PRESIDENTE

.....
MIEMBRO CALIFICADOR

.....
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante en mi vida.

A mi madre, por ser el pilar fundamental y por demostrarme su cariño y apoyo incondicional, animándome siempre a luchar por mis sueños sin importar los obstáculos que haya que atravesar.

A mi padre, quien me dio la oportunidad de formarme como profesional, sin escatimar esfuerzos durante mi trayecto de vida e instrucción profesional.

Gracias a su apoyo incondicional he logrado llegar hasta estas instancias y es para mí un orgullo, el haber cumplido su más grande ilusión, el verme realizado como profesional. .

A mis padres y hermanos, pue gracias a ellos soy lo que soy.

“Nunca es demasiado tarde para ser la persona que podrías haber sido”

George Eliot

Diego A. Carrillo S.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por permitirme llegar hasta aquí y a mis padres, que se han esforzado para que pueda continuar exitosamente este camino de instrucción profesional.

A mi madre por demostrarme que en la vida no hay obstáculo que no se pueda superar, a pesar de su discapacidad me ha enseñado que no hay que dejarse vencer sino luchar y alcanzar nuestros objetivos.

A mi padre quien ha trabajado y luchado de manera incansable con la ilusión de verme convertido en un profesional como ha sido su sueño.

Gracias a mis hermanos quiénes a pesar de no compartir mucho tiempo con ellos siempre están presentes en mi corazón y oraciones.

Gracias a mis familiares, amigos de colegio, amigos de trabajo y personas que de una u otra forma me ayudaron a crecer como persona y profesional.

Un especial agradecimiento al Ing. Marcelo Pilamunga quien me ha colaborado, con su experiencia durante el desarrollo de mi investigación, a mi tutor, director de tesis quién con su conocimiento ha sabido orientar el progreso de mi proyecto de tesis desde el inicio hasta su fin.

Diego. A. Carrillo. S.

ÍNDICE DE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del tutor	ii
Autoría del trabajo.....	iii
Derechos de autor.....	iv
Aprobación del tribunal de grado.....	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice de general	viii
Índice de gráficos	xii
Índice de figuras	xiv
Índice de cuadros.....	xv
Índice de tablas.....	xvi
Resumen ejecutivo	xviii
Abstract	xix
Introducción	1

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Tema.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Contextualización.....	5
1.2.1. Macro	5
1.2.2. Meso.....	8
1.2.3. Micro.....	11
1.3. Árbol de problemas.....	14
1.3.1. Análisis crítico	15
1.3.2. Prognosis.....	16
1.4. Delimitación del objeto de investigación.....	18
1.4.1. Campo	18
1.4.2. Área.....	18

1.4.3. Aspecto.....	18
1.4.4. Tiempo	18
1.4.5. Espacio	18
1.4.6. Unidades de observación.....	19
1.5. Justificación.....	19
1.6. Objetivos	20
1.6.1. Objetivo general	20
1.6.2. Objetivos específicos	20

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.2. Bases teóricas	23
2.3. Definiciones conceptuales.....	27
2.3.1. Variable dependiente.....	27
2.3.2. Variable independiente.....	28
2.3.3. Programas de identidad.....	29
2.3.4. Información y planificación	29
2.3.5. Diseño gráfico	30
2.3.6. Implantación.....	30
2.3.7. Marca.....	30
2.3.8. Logotipo	31
2.3.9. Identidad corporativa	31
2.3.10. Imagen corporativa.....	31
2.3.11. Comunicación	32
2.3.12. Branding	33
2.3.13. Comunicación visual.....	33
2.3.14. Medios de comunicación.....	34
2.3.15. Diseño gráfico	34
2.3.16. Sistema reticular.....	35
2.3.17. Arquitectura de la información	36
2.3.18. Elementos del sistema de navegación	42
2.3.19. Interfaz gráfica o interfaz gráfica de usuario	48

2.3.20. Usabilidad	48
2.3.21. Adaptabilidad	48
2.3.22. Interactividad.....	49
2.3.23. Sistema web	49
2.3.24. TIC (Tecnologías de información y comunicación)	49
2.3.25. Internet	50
2.3.26. Sistema de gestión.....	50
2.3.27. Automatización	51
2.3.28. Funcionalidad.....	51
2.3.29. Intranet	51
2.3.30. Gestión de la información	52
2.3.31. Diseño web.....	53
2.3.32. Diseño centrado en el usuario	53
2.3.33. Diseño de página.....	53
2.3.34. Color.....	54
2.3.35. Tipografía.....	54
2.3.36. Iconos	55
2.3.37. Fotografías.....	55
2.3.38. Prototipo.....	55
2.4. Fundamentación	56
2.4.1. Legal.....	56
2.4.2. Axiológica.....	60
2.4.3. Ontológica.....	60
2.5. Formulación de hipótesis	61

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño metodológico	62
3.2. Enfoque de la investigación	62
3.3. Población y muestra	65
3.4 . Operacionalización de variables	67
3.5. Técnicas de recolección de datos	70
3.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	71

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO

4.1. Memoria descriptiva y justificativa.....	120
4.1.1. Proyecto.....	120
4.1.2. Referencias.....	120
4.1.3. Descripción del proyecto.....	122
4.2. Memoria técnica.....	125
4.2.1. Memoria de materiales.....	125
4.2.2. Características técnicas.....	128
4.3. Diseño del producto prototipo.....	135

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	160
5.2 Recomendaciones.....	160
Bibliografía.....	161
Anexos.....	167

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Árbol de problemas	14
Gráfico No. 2 Categorización de la Variable Dependiente e Independiente	23
Gráfico No. 3 Variable Dependiente	27
Gráfico No. 4 Variable Independiente	28
Gráfico No. 5 Diseño de Programas de Identidad (Costa, J. 1987.)	29
Gráfico No. 6 Esquema Paradigmático de Shannon	32
Gráfico No. 7 Árbol Funcional	40
Gráfico No. 8 Estructura de páginas (Wireframe)	44
Gráfico No. 9 Diagrama de Flujo.....	45
Gráfico No. 10 Pregunta N° 1 Docentes.....	72
Gráfico No. 11 Pregunta N° 2 Docentes.....	73
Gráfico No. 12 Pregunta N° 3 Docentes.....	74
Gráfico No. 13 Pregunta N° 4 Docentes.....	75
Gráfico No. 14 Pregunta N° 5 Docentes.....	76
Gráfico No. 15 Pregunta N° 6 Docentes.....	77
Gráfico No. 16 Pregunta N° 7 Docentes.....	78
Gráfico No. 17 Pregunta N° 8 Docentes.....	79
Gráfico No. 18 Pregunta N° 9 Docentes.....	80
Gráfico No. 19 Pregunta N° 10 Docentes.....	81
Gráfico No. 20 Pregunta N° 11 Docentes.....	82
Gráfico No. 21 Pregunta N° 12 Docentes.....	83
Gráfico No. 22 Pregunta N° 13 Docentes.....	84
Gráfico No. 23 Pregunta N° 1 Estudiante.....	85
Gráfico No. 24 Pregunta N° 2 Estudiante.....	86
Gráfico No. 25 Pregunta N° 3 Estudiante.....	87
Gráfico No. 26 Pregunta N° 4 Estudiante.....	88
Gráfico No. 27 Pregunta N° 5 Estudiante.....	89
Gráfico No. 28 Pregunta N° 6 Estudiante.....	90
Gráfico No. 29 Pregunta N° 7 Estudiante.....	91
Gráfico No. 30 Pregunta N° 8 Estudiante.....	92
Gráfico No. 31 Pregunta N° 9 Estudiante.....	93
Gráfico No. 32 Pregunta N° 10 Estudiante)	94

Gráfico No. 33 Pregunta N° 11 Estudiante.....	95
Gráfico No. 34 Pregunta N° 12 Estudiante.....	96
Gráfico No. 35 Pregunta N° 13 Estudiante.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Inicio - Web	7
Figura No. 2 Sede Electrónica	7
Figura No. 3 Ingreso - Usuario	7
Figura No. 4 Pantalla de Inicio del Sistema.....	9
Figura No. 5 Pantalla de Inicio del Sistema.....	9
Figura No. 6 Pantalla del rol docente.....	10
Figura No. 7 Evaluaciones de los aprendizajes.....	10
Figura No. 8 Sección Inicio	12
Figura No. 9 Plataforma GIIES.....	12
Figura No. 10 Sistema de Exámenes	12
Figura No. 11 Árbol Organizacional.....	40
Figura No. 12 Boceto de diseño.....	46
Figura No. 13 Borrador Segundo Nivel	47

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Intranet	52
Cuadro No. 2 Variable Independiente – DiseñoWeb	67
Cuadro No. 3 Variable Independiente – Interfaz Gráfica.....	67
Cuadro No. 4 Plan de Recolección de Información.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Población para la aplicación de Entrevistas y Encuestas.....	65
Tabla No. 2 Pregunta N° 1 Docentes.....	72
Tabla No. 3 Pregunta N° 2 Docentes.....	73
Tabla No. 4 Pregunta N° 3 Docentes.....	74
Tabla No. 5 Pregunta N° 4 Docentes.....	75
Tabla No. 6 Pregunta N° 5 Docentes.....	76
Tabla No. 7 Pregunta N° 6 Docentes.....	77
Tabla No. 8 Pregunta N° 7 Docentes.....	78
Tabla No. 9 Pregunta N° 8 Docentes.....	79
Tabla No. 10 Pregunta N° 9 Docentes.....	80
Tabla No. 11 Pregunta N° 10 Docentes.....	81
Tabla No. 12 Pregunta N° 11 Docentes.....	82
Tabla No. 13 Pregunta N° 12 Docentes.....	83
Tabla No. 14 Pregunta N° 13 Docentes.....	84
Tabla No. 15 Pregunta N° 1 Estudiante.....	85
Tabla No. 16 Pregunta N° 2 Estudiante.....	86
Tabla No. 17 Pregunta N° 3 Estudiante.....	87
Tabla No. 18 Pregunta N° 4 Estudiante.....	88
Tabla No. 19 Pregunta N° 5 Estudiante.....	89
Tabla No. 20 Pregunta N° 6 Estudiante.....	90
Tabla No. 21 Pregunta N° 7 Estudiante.....	91
Tabla No. 22 Pregunta N° 8 Estudiante.....	92
Tabla No. 23 Pregunta N° 9 Estudiante.....	93
Tabla No. 24 Pregunta N° 10 Estudiante.....	94
Tabla No. 25 Pregunta N° 11 Estudiante.....	95
Tabla No. 26 Pregunta N° 12 Estudiante.....	96
Tabla No. 27 Pregunta N° 13 Estudiante.....	97
Tabla No. 28 Materiales de insumo	125
Tabla No. 29 Recursos para el diseño del identificador.....	126
Tabla No. 30 Recursos para el diseño y desarrollo de las interfaces del sistema ...	126
Tabla No. 31 Presupuesto.....	127
Tabla No. 32 Características técnicas del Logotipo.....	128

Tabla No. 33 Características técnicas del Manual de Marca	129
Tabla No. 34 Características técnicas del Manual de Marca	130
Tabla No. 35 Características técnicas Roll Up.....	131
Tabla No. 36 Características técnicas Tríptico.....	132
Tabla No. 37 Características técnicas Afiche.....	132
Tabla No. 38 Características técnicas Sitio Web “SAEES”	133

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación centra sus esfuerzos en realizar un amplio análisis de la interfaz gráfica y la aplicación en el sistema SAEES con el fin de fundamentar a través de principios y teorías de diseño, que la interfaz gráfica permite la comunicación entre el usuario y el sistema.

SAEES, propone la sistematización un modelo de evaluación y acreditación para la Educación Superior, cuyo emprendimiento nace en la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato, automatizando un modelo de evaluación similar al del organismo regulador actual, CEAACES.

El objetivo de este proyecto es aplicar el modelo sistematizado en las carreras de Marketing de la zona tres como apoyo a los proceso de evaluación y acreditación, de forma categórica y ordenada, sin esquivar ningún requerimiento que este proceso exige.

Los resultados obtenidos de la investigación permitirán definir que el diseño, la navegabilidad, usabilidad e interactividad son factores determinantes que intervienen en el intercambio de información entre el usuario de sitios web.

Para dar una solución eficaz al problema de investigación se propone el diseño de marca, manual de identidad corporativa, manual de estilos (interfaz gráfica) entre otros , con el fin de dar a conocer el servicio que SAEES oferta como organización y su aporte en los procesos de acreditación de la Educación Superior.

PALABRAS CLAVE: SISTEMA DE GESTIÓN DE INFORMACIÓN / INTERFAZ GRÁFICA / USUARIO WEB / DISEÑO WEB / COMUNICACIÓN VISUAL.

ABSTRACT

The present research focuses its efforts on an extensive analysis of the graphic interface and the application in the SAEES system in order to base, through principles and theories of design, that the graphic interface allows the communication between the user and the system.

SAEES proposes the systematization of an evaluation and accreditation model for Higher Education, which was born in the Faculty of Administrative Sciences, Marketing and Business Management of the Technical University of Ambato, automating an evaluation model similar to that of the current regulatory organization CEAACES.

The objective of this project is to apply the model systematized in the marketing careers of zone three in support of the evaluation and accreditation process, categorically and orderly, without evading any requirements that this process requires.

The results obtained from the research will allow us to define that design, navigability, usability and interactivity are determining factors that intervene in the exchange of information between the user and web sites.

In order to give an effective solution to the research problem, we propose brand design, manual corporate identity, style manual (graphic interface) among others, in order to publicize the service offered by SAEES as an organization and its contribution in the Accreditation processes of higher education

KEY WORDS: INFORMATION MANAGEMENT SYSTEM, GRAPHIC INTERFACE / WEB USER / WEB DESIGN / VISUAL COMMUNICATION.

INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico es el arte de crear, proyectar y diseñar mensajes gráficos a través de la comunicación visual, plasmadas en distintos medios de comunicación y difusión destinados a transmitir un mensaje de forma eficiente a grupos de interés.

El diseño y aplicación de la interfaz gráfica requiere de procesos de investigación, planificación, diseño e implementación; así mismo exige un estudio y búsqueda de teorías y conceptos de diseño, a través de los cuales se pueda sustentar y brindar una solución efectiva a un problema de comunicación.

Esta es una actividad que permite al diseñador comunicar ideas de forma gráfica y estética mediante el uso de las TIC's (Tecnologías de información y comunicación) y que vinculan al Diseño Web mediante la conjunción de elementos gráficos y codificación, que apoyan el desarrollo sistemas web basados en principios de navegabilidad, adaptabilidad e interactividad.

Debido al extenso ámbito del diseño gráfico y la ausencia de investigación y aplicación de conocimientos en el desarrollo de sistemas web de gestión aplicados en la educación superior, se propone el análisis y aplicación de la interfaz gráfica en un SGI (Sistema de Gestión de Información) con la finalidad de brindar un medio de información y comunicación con contenidos referentes a los proceso de evaluación y acreditación y difusión de resultados a las carreras de mercadotecnia de la zona tres del Ecuador.

El presente trabajo enfoca su investigación en la aplicación de la interfaz gráfica para el sistema SAEES (Sistema de Evaluación y Acreditación para la Educación Superior) basado en un programa de identidad corporativa, destacando los valores y atributos que determinaran su personalidad y razón de ser, a través de los medios de comunicación con las que la empresa cuenta para la difusión de su identidad e imagen.

El capítulo I, asignado al “PROBLEMA” como su nombre lo indica se plantea

el problema a solucionar conforme a una justificación análisis y planteamiento de objetivos coherente.

En capítulo II, adjudicado el “MARCO TEÓRICO” es una de las partes esenciales de la investigación ya que consiste en el desarrollo de toda la teoría con la que se va argumentar el proyecto de investigación en base al planteamiento del problema, para lo cual se debe destallar los antecedentes investigativos, fundamentación legal, hipótesis y señalamiento de variables.

En el capítulo III, denominado “METODOLOGÍA” en la cual establece la metodología de investigación a implementar, el enfoque, modalidad básica de la investigación, tipo de investigación, población y muestra, análisis e interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones de la información recopilada, los cuales facilitan el descubrimiento de nuevos conocimientos fehacientes y confiables que aporten a la solución del problema planteado.

En el Capítulo IV, denominada “DISEÑO” se presenta la propuesta del diseño de un programa de identidad corporativa y la aplicación de la identidad en la interfaz gráfica en el sistema SAAES.

En el Capítulo V, asignada “CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES” se muestran las concusiones y recomendaciones finales proyecto, en función de los resultados obtenidos de la investigación.

Finalmente en los “ANEXOS” se adjuntan las evidencias de la aplicación de encuestas a estudiantes y docentes y entrevistas a los directivos de las carreras de mercadotecnia en zona tres, así mismo el cuestionario de la entrevista y encuesta, utilizados como herramientas de recolección de información para el análisis del problema.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Tema

“La interfaz gráfica y su aplicación en el sistema SAEES para el proceso de acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres.”

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente los procesos de evaluación y acreditación para la educación superior son más exigentes, conforme a las reformas y normativas que imponen los organismos reguladores, con el fin de que las instituciones oferten una educación de calidad.

Los procesos de evaluación y acreditación que ejecuta el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior) son complejos, debido a la cantidad de indicadores que su modelo exige, por lo que la evaluación es ejecutada por medio de un comité de evaluadores externos, quienes son los encargados de verificar el cumplimiento de cada uno de ellos de forma personal y física.

Posteriormente la información obtenida durante el proceso de evaluación es digitada e ingresada en la plataforma GIIES (Sistema Informático para la Gestión de la Información de las Instituciones de Educación Superior), con el fin de sistematizarla y poder obtener los resultados de la evaluación, sin embargo se debe considerar que durante la digitación de la información en esta interfaz, puede darse un cruce de información, lo que arrojaría resultados erróneos y confusos a la hora de emitir los reportes.

Los resultados que presenta el CEAACES una vez finalizado el proceso de evaluación, son presentados en gráficos estadísticos de cada una de las áreas

evaluadas, mostrando el porcentaje impuesto versus el porcentaje obtenido en la evaluación, no obstante los resultados que no alcancen los valores mínimos requeridos por el organismo regulador, deberán aplicar de manera obligatoria un “Plan de Mejoras” elaborado y aplicado por sí mismo en beneficio de la carrera o universidad.

El análisis de un modelo sistematizado para la evaluación y acreditación de las IES (Instituciones de Educación Superior) para las carreras de mercadotecnia de la zona tres, ha dado pie para proponer la sistematización de un plan estratégico que comprometa y vincule a la comunidad académica, en mejorar la calidad en la educación y la gestión permitiendo conocer la situación actual de la institución, bajo este premisa se ha determinado la problemática, la cual es el diseño de la interfaz gráfica de un modelo de evaluación automatizado de un sistema web que permita al usuario informarse, navegar e interactuar de forma eficiente.

La importancia que han ido teniendo los sitios y sistemas web en los últimos años radica en su mayoría en la manera en la que sus interfaces son diseñadas en base a los requerimientos del usuario final quien será el que haga uso del sistema.

Es ahí en donde empieza el trabajo del diseñador gráfico como comunicador ya que debe investigar a la audiencia para conocer las necesidades y particularidades de los usuarios del sistema con el propósito de lograr el diseño de una “interfaz gráfica de usuario” estética y funcional que permita realizar actividades de forma clara y efectiva a los beneficiarios.

El diseño de una interfaz gráfica se basa en una estrecha relación entre el diseñador y el usuario durante sus etapas de desarrollo, esto con el fin de obtener la información relevante y necesaria que permita al diseñador gráfico crear una interfaz efectiva y sujeta a sus capacidades físicas y cognitivas, así como también a sus gustos y expectativas.

La metodología del diseño de interfaces graficas que toma en cuenta al usuario de forma permanente, se denomina Diseño Centrado en el Usuario (DCU) lo cual

permite al diseñador crear una solución visual y funcional con todos los requisitos comunicativos y gráficos que permitan al usuario comunicarse con el sitio o sistema web desde su ingreso.

La conjunción de los aspectos a tomar en cuenta para el diseño de la interfaz gráfica de un sitio o sistema web mencionados anteriormente, tiene como fin generar una “experiencia de usuario” que se verá reflejada en la aceptación del producto digital, posicionamiento de marca y difusión de información del sistema permitiendo al usuario traducir, comprender e interpretar la información y resultados presentados por el sistema de una forma fácil y clara.

Es importante señalar que para el diseño y desarrollo de sitios web es importante contar con un equipo multidisciplinario en donde se involucren especialmente ingenieros en sistemas y diseñadores gráficos con el objetivo de lograr un producto digital de gran impacto.

Los antecedentes mencionados anteriormente hacen que sea fundamental el diseño de la interfaz gráfica de un sistema web dirigido a directivos, docentes y estudiantes de las carreras de mercadotecnia en la zona tres, de esta manera se busca contribuir de forma positiva a la mejora en la calidad de la educación superior.

1.2. Contextualización

1.2.1. Macro

La acelerada evolución del internet ha dado paso al desarrollo de nuevos modelos para presentar y compartir información a través de sitios y sistemas web, vinculando al área de diseño gráfico y web como recurso en la generación de contenidos gráficos y dinámicos, que despiertan el interés participativo del usuario, considerándolo actor principal de este medio de información y comunicación.

Vásquez A, Durán C, & Concepción L, (2011) “Cuando se diseñan sistemas informáticos generalmente los especialistas priorizan el diseño de hardware así como

en el diseño de páginas web, y no consideran un aspecto tan importante como es el diseño de interface de usuario.”

La eficiencia de un sistema de gestión de información se refleja en el conocimiento de la disciplina del diseño gráfico, la cual se encarga de la presentación, visualización de la información de una forma estructurada, organizada y estética, situando al usuario como centro de intención para el desarrollo de un producto digital basado en sus requerimientos y necesidades, esto con el fin de crear una experiencia, en las tareas que deberá realizar, en el entorno y la tecnología con la que cuente.

El autor del artículo titulado “El proceso creativo de la interfaz del sistema de gestión de la información” expone que “La concepción de la interfaz del Sistema de Gestión de Información (SGI) debe tener en cuenta al usuario, la tarea (modelo mental) y la realización de la tarea (actividad), con el soporte de la ergonomía cognitiva, el diseño emocional, la usabilidad y la evaluación del proyecto de la interfaz desde el inicio.” (Kafure I., 2010)

La evaluación y acreditación de las instituciones de educación superior es un tema en relevante en el contexto educativo, por lo que ciertas entidades universitarias hoy en día hacen uso de la tecnología para crear sistemas de gestión de información de seguimiento offline, mediante un sistema web general en el que se presenta información acerca de la institución, filosofía, actividades e información acerca de los procesos y resultados de una evaluación universitaria interna.

Todo ello estructurado en una interfaz con diseño amigable, estético y funcional, sin embargo existen ciertos aspectos que no se toman en cuenta para su diseño, como lo es caso de la Universidad de Salamanca (España) cuyo sitio web no mantiene una estructura definida para cada sección, pues su diseño inicial cambia casi en su totalidad, tanto en la estructura de la información, fondos y barra de menú, no obstante trata de no diferir ya que maneja su cromática en formas distintas.



Figura No. 1 Inicio - web
Fuente: <http://www.usal.es>



Figura No. 2 Sede electrónica
Fuente: <http://www.usal.es>



Figura No. 3 Ingreso - Usuario
Fuente: <http://www.usal.es>

A través de su análisis se determinó que la interfaz gráfica dentro de los sistemas de gestión desempeña un papel importante en los aspectos psicológicos que intervienen en la interacción entre el usuario y el sistema, es por ello que su diseño debe esmerarse y centrarse en las habilidades, experiencia y expectativa del usuario, por lo tanto debe ser considerada como un constituyente principal en el diseño de un sitio o sistema web

Bastos P. & Silveira F., (2009) manifiestan que “en una economía global cada vez más fundada en la información y el conocimiento, el software es una herramienta decisiva para aumentar la productividad porque incorpora tecnologías y soluciones para los tipos de problemas más variados.”

Con la evolución y desarrollo de la tecnología y medios de comunicación masivos, han generado un fuerte ímpetu en la construcción de sistemas web con interfaces gráficas capaces de informar y comunicar de forma eficiente mediante una visualización general información respecto a un tema en específico, puntualizando cada componente que la conforma, a través de métodos y estrategias de diseño gráfico y web para su implementación.

1.2.2. Meso

En América Latina el uso y aplicación de sitios y sistemas web en el área académica ha generado expectativas nuevas en países desarrollados y en vías de desarrollo que se han beneficiado parcialmente hasta la actualidad, esto con el fin de alcanzar la calidad y excelencia en la formación académica y desempeño institucional a fin de cumplir las exigencias de los procesos de acreditación incitando el uso e implementación de la tecnologías de información y comunicación.

En el 2014 la Facultad de Ingeniería Sistemas Computacionales de la Universidad Tecnológica de Panamá, propone un sistema para la gestión de enseñanza y aprendizaje destacando la importancia de un sistema de evaluación y seguimiento como vía al alcance de la excelencia académica.

Es aquí en donde se evidencia el desinterés que se le da al área gráfica en el diseño de interfaz pues Samaniego N & Perez L. (2014) mencionan que “El sistema ha sido diseñado tomando en cuenta el proceso de evaluación utilizado por la Universidad Tecnológica de Panamá, con una interfaz sencilla para cualquier tipo de usuario.”, ignorando que una interfaz debe estar diseñada bajo conceptos y teorías de diseño de interfaz gráfica de usuario.

Es importante centrar la atención en el usuario y sus exigencias ya que a través de esto se podrá plantear un prototipo respetando los principios de diseño de una interfaz gráfica basada en metodologías de diseño web, con la intención de generar una experiencia al usuario, mediante una identidad e imagen gráfica a todo el sistema.



Figura No. 4 Pantalla de inicio del sistema.
Fuente: <http://www.utp.ac.pa>



Figura No. 5 Pantalla de inicio del sistema.
Fuente: http://www.utp.ac.pa/documentos/2015/pdf/04-SISTEMA_EVALUACION_16-19_0.pdf



Figura No. 6 Pantalla del rol docente

Fuente: http://www.utp.ac.pa/documentos/2015/pdf/04-SISTEMA_EVALUACION_16-19_0.pdf

The screenshot shows the 'Evaluaciones' (Evaluations) section of the system. It displays the course 'Curso: Desarrollo Soft II' and the semester 'Semestre 2020 Grupo: LIC. DESARROLLO SOFT II'. Below this, there is a table of 'Resultados Porcentuales del rendimiento académico' (Percentage Results of Academic Performance) with columns for 'Grado', 'Tarea', 'Investigación', 'Proyecto', 'Laboratorio', 'Asistencia', 'Semestre', 'Puntos', and 'Nota'. To the left, there is a 'Sistema de Evaluación Utilizado' (Evaluation System Used) table showing the percentage of students who passed each evaluation component.

Grado	Tarea	Investigación	Proyecto	Laboratorio	Asistencia	Semestre	Puntos	Nota
4.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	D
5.25	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	A
6.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	B
6.75	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	D
6.88	1.25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	D
6.75	1.25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	D
7.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	A

Figura No. 7 Evaluaciones de los aprendizajes

Fuente: http://www.utp.ac.pa/documentos/2015/pdf/04-SISTEMA_EVALUACION_16-19_0.pdf

Cada uno de los requerimientos gráficos del usuario deben ser considerados durante el proceso de diseño y desarrollo de la interfaz gráfica ya que de esto dependerá en nivel de aceptación de la audiencia, pues su experiencia se basará en todo lo que perciba, intuya, sienta y experimente cuando interactúe con el sistema.

El diseño y ejecución de sistemas y aplicaciones web han revolucionado la manera de utilizar los medios y recursos a través del internet, considerándolo como una herramienta que favorece a la comunicación, navegación e interacción del sistema con el usuario.

Las tendencias de la educación superior en América Latina para el siglo XXI, en Latinoamérica se han creado diversas organizaciones públicas o privadas que coadyuvan a garantizar que la oferta educativa de las instituciones tanto públicas como privadas sea de calidad. La educación superior en Latinoamérica actualmente tiene desventajas tanto a nivel interno y externo de cada país (Lozano M., 2015).

Una de las ventajas de crear sistemas web de información y comunicación a beneficio del sector educativo, es que contribuye a que la comunidad académica maximice su tiempo en aprendizaje y preparación, para poder responder de forma positiva a un proceso de evaluación y acreditación.

Es por esta razón que los organismos internacionales que rigen la educación superior han implementado políticas de educación que universalizan y estandarizan modelos de evaluación y acreditación con intención de mejorar la calidad y dar solución a los distintos problemas que impidan su desempeño.

1.2.3. Micro

La educación superior en el Ecuador requiere una amplia modificación en la metodología de evaluación y acreditación, de modo que las carreras de mercadotecnia en las universidades de la zona tres, se apoyen en la informática y el diseño gráfico para crear herramientas de alto impacto y reflexión en el contexto educativo.

El organismo que regula la educación superior en el Ecuador, CEAACES cuenta con un sitio web de información, comunicación y presentación de resultados a través de dos interfaces con estructuras distintas, la primera en la que se expone la información de la metodología de evaluación y la segunda la plataforma en la cual se ingresa toda la información según el desarrollo de la evaluación.



Figura No. 8 Sección inicio
Fuente: Ceaaces.gob.ec, 2017



Figura No. 9 Plataforma GIIES
Fuente: Ceaaces.gob.ec, 2017



Figura No. 10 Sistema de exámenes
Fuente: Ceaaces.gob.ec, 2017

Como se observa en las figura 8, 9 y 10 se manejan diseños de interfaces diferentes para sus actividades, siendo estas parte de un mismo organismo, esto comprueba que la imagen gráfica en el diseño de una interfaz gráfica es fundamental ya que es la expresión visual de una empresa producto o servicio, a través de formas y colores tiene como finalidad representar de forma coherente su identidad corporativa.

La falta de identidad corporativa en el diseño de una interfaz ocasionará que el usuario se desoriente y pierda el interés por continuar en el sitio, ya que podría intuir que se encuentra en un sitio diferente y su última opción será la de optar por abandonar el sitio.

Una interfaz es amigable cuando mantiene una estructura de composición definida en función de sus contenidos a fin de no causar confusión en el usuario cuando este recurra al tipo de información que requiera, cuando sus elementos gráficos respondan a una representación visual de los que es y lo que hace, y finalmente cuando mantiene un orden lógico en los enlaces que los llevarán de un lugar a otro, siempre que cumpla con estas condiciones básicas se puede afirmar que una interfaz es amigable.

Es por esta razón que la presente investigación pretende afirmar que la interfaz gráfica de usuario es un elemento esencial para la creación de sistemas web, demostrando que el diseño no solo es un valor añadido a un producto digital, sino que es el medio a través del cual se da el intercambio de información entre persona-máquina.

1.3. Árbol de problemas

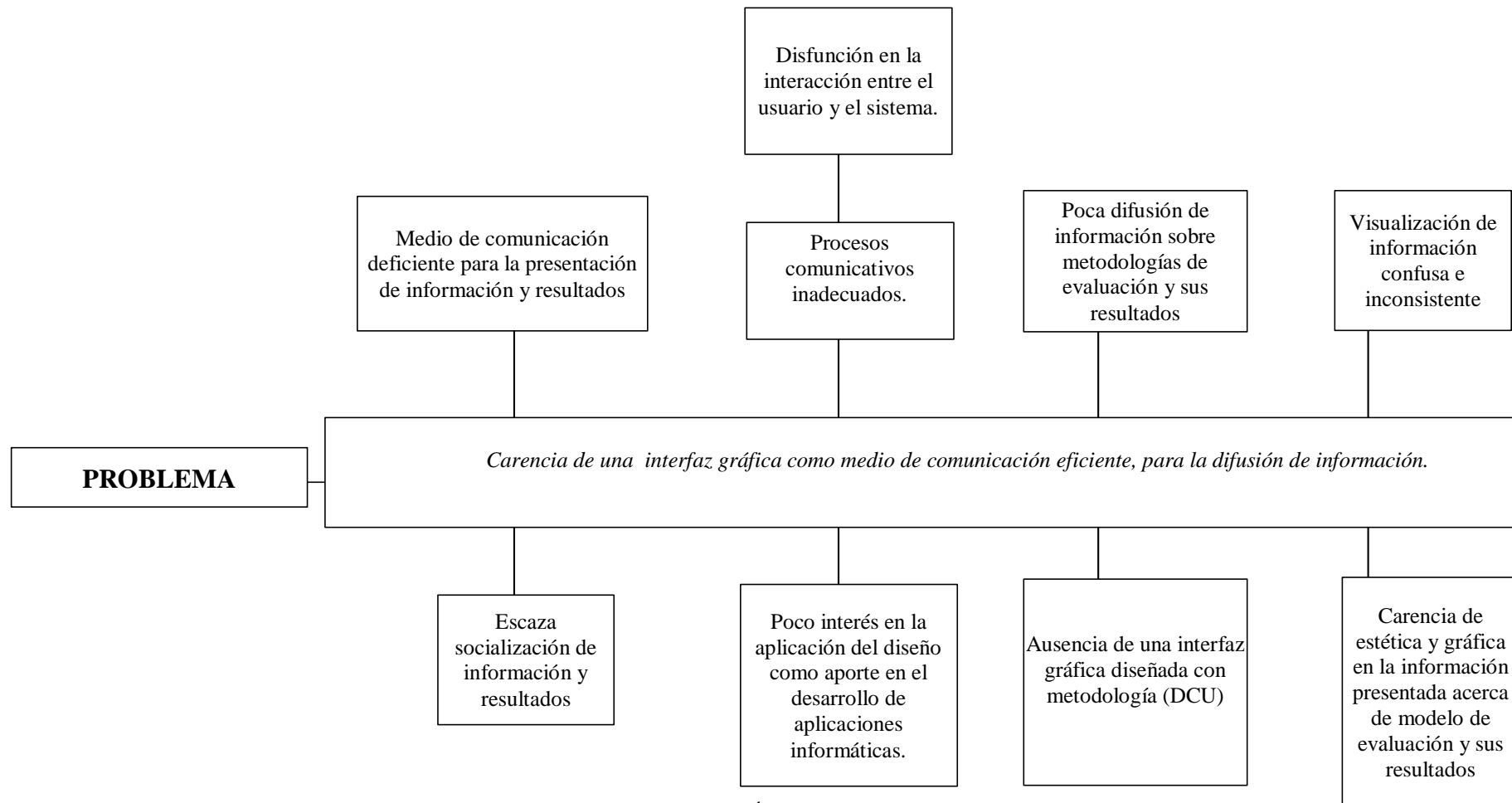


Gráfico No. 1 Árbol de problemas

1.3.1. Análisis crítico

El problema motivo de la presente investigación se refiere a:

“Carencia de una interfaz gráfica como medio de comunicación eficiente, para la difusión de información”

Una vez realizado el análisis, se ha determinado las causas que dan pie al problema de investigación son:

La escasa socialización de información y presentación de resultados acerca de los proceso de evaluación y acreditación a través de un medio de comunicación digital de gran alcance, se ha originado, no solo por el hecho de ser un proceso de carácter confidencial, sino por temor a emitir información confusa, que genere dudas e incertidumbre en la comunidad académica; por lo que es necesario investigar e implementar medios de comunicación y recursos gráficos eficientes que permitan alcanzar su objetivo comunicacional

El diseñador gráfico concibe, planifica y diseña códigos visuales de forma general con el objetivo de transmitir mensajes específicos a un grupo determinado, sin embargo, el poco interés que se le ha dado al área del diseño gráfico como aporte en la construcción y desarrollo de interfaces gráficas para sitios y sistemas web, es preocupante, puesto que hay que tener en cuenta que no solamente es lo gráfico lo que importa, sino también lo que comunica o representa a través de cada elemento en su estructura dando inicio a la interacción entre el usuario y el sistema.

La poca importancia a la aplicación de las disciplinas del diseño gráfico y web en el desarrollo de interfaces se ha evidenciado en sitios y sistemas web carentes de estética y gráfica, desconociendo que la gráfica y las TIC's aplicados a los SGI, son medidas necesarias que aseguran el éxito de un sistema, transformándola en una herramienta de gran impacto que favorecen a la gestión y difusión de contenidos referente a la evaluación y acreditación en un medio de comunicación gran alcance como hoy en día, lo es la web.

Es importante recalcar que el diseño de una interfaz gráfica, deben estar diseñado bajo un sistema jerárquico, interactivo, navegable y usable con el fin de incrementar la eficiencia y éxito de un producto digital, caso contrario de no ser diseñado bajo conceptos y teorías de diseño, se crearían ambigüedades en la información originando la disfunción en la interacción entre el usuario y el sistema.

La identidad corporativa es otra disciplina que se encuentra dentro del ámbito del diseño gráfico y que tradicionalmente se lo ha implementado en papelería básica, rotulación, transporte entre otras formas de comunicación, no obstante la identidad también se expande al campo del diseño web aplicada en el desarrollo de interfaces gráficas de usuario para sistemas web, lo cual hace que forme parte de un todo, al dotarla de elementos gráficos y de composición.

1.3.2. Prognosis

La propuesta del diseño de la interfaz gráfica para un sistema de gestión de información que automatiza un modelo de evaluación y acreditación para la educación superior destinada a las carreras de mercadotecnia de la zona tres, demanda el cumplimiento de teorías, conceptos y estándares de diseño para la correcta difusión de información y comunicación como punto de partida para el diseño de interfaces de dispositivos.

Su importancia radica en el diseño de la interfaz de un sitio web centrada en el usuario, que proporcione información acerca de un modelo de planeación estratégica para la evaluación y acreditación de las universidades, con la intención de brindar un servicio eficaz a cada uno de los usuarios, mediante recursos gráficos que permitan generar una experiencia de usuario y el fácil acceso a al sistema.

El estudio pretende diseñar y desarrollar una interfaz gráfica efectiva, de modo que pueda ser visualizada por todas las persona, incluyendo a aquellos que no tenga una instrucción o conocimiento avanzado en el manejo y uso de un sistema web, entendiendo y estudiando cada uno de los perfiles de los usuarios, con el objetivo de que el sitio ofrezca un servicio justificado en sus preferencias y limitaciones

mediante un estudio a los grupos de interés con los que se pueda determinar y diseñar una interfaz de usuario lógica y adaptable.

La interfaz gráfica debe ser diseñada y adaptada para el usuario final, con el propósito de que este pueda desarrollar tareas de forma fácil. Sin embargo sus preferencias pueden no ser fijas y pueden variar según sus necesidades, servicio o situación del sistema, es por ello que la información presentada al usuario a través de la interfaz gráfica es fundamental para el éxito de un sistema web.

Si no se investiga y propone el medio eficaz para la difusión de información de un sistema de gestión mediante el cual se pueda vincular e informar a la comunidad universitaria acerca de la metodología que los organismos reguladores de la educación superior en el Ecuador aplican en las instituciones de tercer nivel, sus integrantes no lograrán obtener un conocimiento general.

Con el fin de dar respuesta al problema de diseño y comunicación en el contexto de las metodología y los proceso de evaluación y acreditación para las IES en las carreras de mercadotecnia en la zona tres, se propone el diseño de una interfaz gráfica navegable, interactiva y adaptable para el sistema SAEES con la intención de aportar con una solución positiva al problema de investigación.

A través de esto SAEES pretende formalizarse como un sistema web navegable e interactivo que garantice una comunicación eficiente con el usuario a través de la presentación de información referente a los proceso de evaluación y acreditación de las IES en su interfaz.

Los efectos trascendentales que se generarían al no desarrollarse el proyecto ante esta problemática, se verían reflejados en una comunidad universitaria con un conocimiento limitado, una percepción confusa de la información y carente participación en los procesos dentro y fuera de su institución, ocasionando baja capacidad de investigación, falta de compromiso con su institución y consigo mismos, irresponsabilidad y falta de hábitos de autoevaluación, dando como consecuencia instituciones con categorización baja.

El desarrollo de este proyecto, no solo persigue proveer un conocimiento general, pretende generar conciencia sobre el trabajo en equipo mediante el uso de los recursos tecnológicos, que estimulen y dinamicen los procesos de evaluación y acreditación en la educación superior del Ecuador, caso contrario si las instituciones de tercer nivel no aplican la innovación y tecnología como vía hacia la excelencia, permanecerán en una educación tradicionalista, estancando su crecimiento como institución y dificultando el desarrollo de la capacidad intelectual y talento humano de la comunidad académica.

1.4. Delimitación del objeto de investigación

1.4.1. Campo

Comunicación Visual

1.4.2. Área

Diseño Gráfico

1.4.3. Aspecto

La interfaz gráfica y su aplicación en el sistema SAEES para el proceso de acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres.

1.4.4. Tiempo

El tiempo que durará la investigación será 2 semestres.

1.4.5. Espacio

Las universidades de la zona tres del Ecuador que ofertan las carreras de Marketing y Gestión de negocios.

1.4.6. Unidades de observación.

Directivos, Docentes y Estudiantes de las universidades de la zona tres del Ecuador que oferten la carrera de Marketing y Gestión de negocios.

1.5. Justificación

Con el propósito de que las Carreras de Marketing y Gestión de negocios en la zona tres, estén en la capacidad de responder y brindar soluciones efectivas a las problemáticas presentes en sus ámbitos de estudio, surge la necesidad crear una sistema web que automatice un proceso de evaluación y acreditación como medio de comunicación y difusión de información.

Toffler, A. (1985) citado por (Salinas J., 2004) sostiene que “las organizaciones complejas, como las universidades, cambian manera significativa cuando existen tres situaciones: presión externa importante, personas integrantes insatisfechas con el orden existente y una alternativa coherente presentada en un plan, modelo o visión”.

Las carreras de mercadotecnia de la zona tres, funcionarían mejor si contaran con el apoyo de un medio de comunicación digital que aporte al alcance de la excelencia académica, en donde el diseñador como comunicador logre a través del diseño de la interfaz gráfica para SAEES, comunicar de forma eficiente a los usuarios acerca de los proceso y metodologías de evaluación y acreditación para las IES.

La dificultad en medir el desempeño en las instituciones públicas ha desencadenado en la consecución de nuevos enfoques como la Nueva Gestión Pública (NGP), cuyo principal precepto es implementar estrategias, técnicas y herramientas del Management privado para medir el desempeño en la gestión y administración pública. (Calle, A., Álvarez, E., López, S., Marañón, G., Mayorga, F., & Lavín, J. M., 2016, pág.2)

Es así que mediante esta investigación se pretende que las instituciones públicas

que ofertan las carreras de mercadotecnia en la zona tres del país, cuenten con sistema web estético amigable e interactivo como mecanismo de evaluación y autoevaluación para identificar, determinar y evaluar su desempeño como institución.

Santillán & Zágada, (2016) indica textualmente lo siguiente: “La importancia de las interfaces en una computadora son muy importantes pues entre mejor sea la interfaz entre el usuario y la computadora fortalece mejor la comunicación e interacción con ella”.

El área gráfica, centrará su estudio en la arquitectura de la información en el diseño de la interfaz gráfica, diseño identidad corporativa y maquetación de elementos gráficos que se visualizarán en el sistema web, teniendo en cuenta que las interfaces pueden variar en función de las necesidades, el contexto y las tendencias, considerando a éstas, como características primordiales de un sistema de información y comunicación.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Desarrollar la identidad corporativa para el sistema SAEES y su promoción a través de programa de identidad visual corporativa.

1.6.2. Objetivos específicos

- Definir los procesos e indicadores del modelo de SAEES.
- Analizar los sistemas reticulares para el diseño de interfaces.
- Diagnosticar los elementos que aportarán al desarrollo de la identidad gráfica.
- Desarrollar el programa de identidad corporativa para la interacción del usuario con el sistema.
- Realizar fotografías conceptuales y acordes a las secciones de la interfaz del sistema.
- Implementar la identidad gráfica en la interfaz del sistema SAEES.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación, previamente se ha realizado una revisión bibliográfica de proyectos y artículos, llegando a determinar que existen trabajos relacionados con nuestro tema mismo que están citados a continuación.

“Modelo de Planeación Estratégica en el Sector Educativo: Caso de aplicación Carreras de Marketing y Gestión de Negocios en la zona tres”. Planteado por (Guevara G. & Toapanta E., 2017) en el cual indican que, en base a la necesidad de implementar herramientas de gestión para un desarrollo organizacional óptimo y favorable para las IES en especial para las carreras de mercadotecnia, proponen el diseño y sistematización de un modelo de planeación estratégica basado en 8 de los mejores modelos aplicados en Europa y América como técnica de autoevaluación y evaluación analizando sus principales los componentes que debe mantener un modelo de evaluación y acreditación para determinar la excelencia académica de una institución de tercer nivel.

Es así que los autores proponen como solución un modelo de planeación estratégica con 6 funciones de gestión como los son: Gestión Universitaria, Docencia, Progreso Estudiantil, Servicio de Apoyo, Investigación y Trascendencia Social Universitaria, información que estará distribuida en 12 ámbitos, 28 características, 111 estándares de calidad, 188 indicadores y 937 evidencias, validadas mediante opiniones e información documentaria emitidas por 28 informantes calificados.

“Plataforma de interacción, debate y gestión de información para la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Chile.” Elaborado por (San Martín A., 2010) justificado en la no existencia de un espacio público de comunicación, interacción y

reflexión para que los profesores y alumnos puedan expresar sus pensamientos, criterios y sugerencias sobre temas en específico, afianzando y fortaleciendo su comunicación interna, demuestra que el diseño es el medio de comunicación e interacción más importante de una plataforma web para gestionar la experiencia y conocimiento sobre temas de diseño, siempre y cuando estén ligados a la investigación como pilar fundamental, lo que permitirá crear espacios de difusión de información efectivos.

Su aporte para dar solución al problema de comunicación propone el diseño de una sistema de interacción para la comunidad académica de la Escuela de Diseño FAU desde el ámbito del diseño gráfico y su importancia, integrando las nuevas tecnologías de información para gestionar, analizar e interpretar la información obtenida de docentes y estudiantes mediante una interfaz gráfica, con la intención de generar nuevos conocimientos a través de su colaboración y participación.

2.2. Bases teóricas

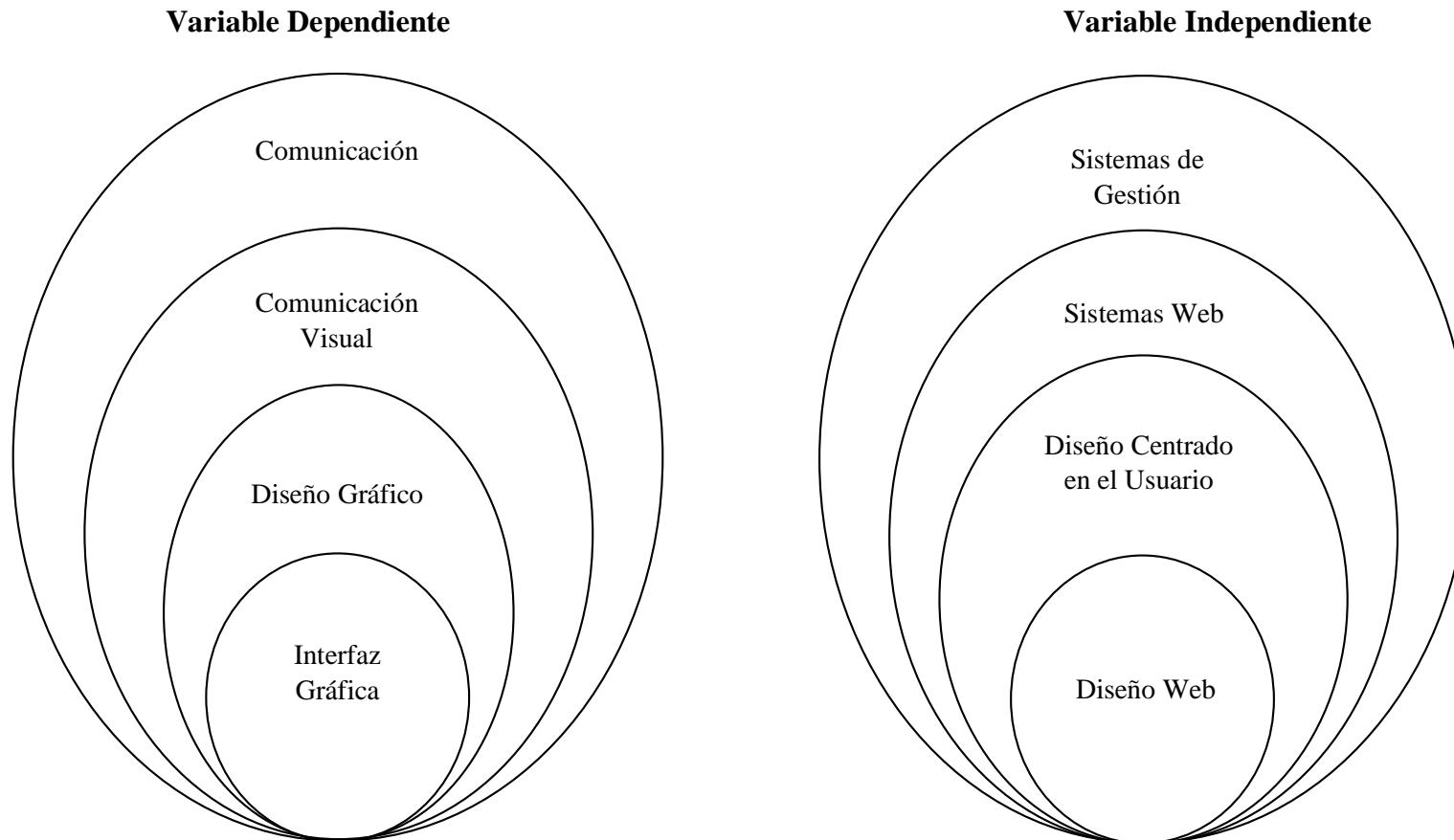


Gráfico No. 2 Categorización de la Variable Dependiente e Independiente

SEGIC: Herramienta de gestión para el proceso de acreditación de Carreras Universitarias Planteado por (Calle A. et al., 2016). En su artículo indican que la dificultad para medir el desempeño de las instituciones públicas de educación superior ha originado la búsqueda de un modelo de gestión como lo es la NGP (Nueva Gestión Pública) cuyo fin es el de llevar a cabo técnicas, herramienta y recursos de management privado para evaluar y medir el desempeño en la gestión pública.

Para lograr la acreditación las carrera de la Instituciones de tercer nivel, deben ser evaluada das por el miembro regulador CEAACES, la misma que exige el cumplimiento de ciertos criterios de calidad, para lo cual la Universidad Técnica de Ambato (UTA) ha visto la necesidad de implementar tácticas y técnicas de gestión de procesos de negocios en un ámbito privado ligadas y apoyadas en las TIC's ya que en la actualidad se las ha considerado indispensables al momento de gestionar y administrar una institución.

Con el fin de dar solución al problema de investigación, y de brindar información sobre la situación actual de los procesos de acreditación y de evaluación interna que realiza la UTA, se propone el desarrollo de un sistema informático basado en Gestión de Procesos de Negocio (BPM en inglés: Business Process Management) que ayude en la mejora de los procesos de recolección y validación de evidencias, con un solo fin, el cual es lograr la acreditación de las carreras.

Además, concluyen manifestando que es factible y viable la implementación del sistema de evaluación interna, ya que la aplicación y ejecución del sistema permitirá identificar los puntos fuertes y débiles de las carreras, para mejorarlos y estar preparados para la evaluación final del CEAACES.

Desarrollo de software de evaluación de criterios para el reporte de indicadores de acreditación de carreras. Elaborado por González A. y Zágada M. en su artículo mencionan que para llevar a cabo actividades impuestas en una institución de tercer nivel ya sean propuestas, ideas o innovaciones para el desarrollo y diseño de proyectos institucionales que forman parte de un formato de auto evaluación de

acreditación a su beneficio requieren de la colaboración participativa e integral de la comunidad académica, quienes deberán cumplir con actividades justificadas en políticas y lineamientos de la institución como eje principal para lograr la acreditación de la institución.

Es así, que el proyecto propone el desarrollo de un software de autoevaluación destacando la importancia de la interfaz gráfica como medio de comunicación entre el usuario y el sistema, ya que de esta depende la interacción y el intercambio de información que se logre, concluyendo que una interfaz efectiva debe estructurarse bajo dos aspectos esenciales que son la gráfica en su arquitectura y funcionalidad.

En la parte final del proyecto concluyen que las hipótesis planteadas en el inicio las cuales hacía referencia a las interfaces del sistema web y la generación de reportes en tiempo real y a distancia, dieron resultados positivos ya que se logró cubrir la necesidad de sistematizar la información y ser expuesta a través de una interfaz gráfica funcional que permita al usuario para la realizar las actividades requeridas esto con el fin de reducir los tiempos en la localización de la información, la visualización de resultados y facilitar la toma de decisiones.

El proceso creativo de la interfaz del sistema de gestión de información. Escrito por (Kafure I., 2010) señala que, la concepción de un sistema de información prioriza sus exigencias sobre las del usuario, dando a entender que los patrones técnicos adecuados a la tecnología son suficientes para lograr un diseño emocional y usable.

Es por ello que hace hincapié en la labor que cumple la interfaz gráfica como soporte para realizar tareas dentro del sistema de gestión, exponiendo que la interfaz gráfica debe estar diseñada previa a una recolección de información como primer paso, para la identificación de las necesidades del usuario, sus tareas y la imagen de la interfaz, para posteriormente a través de un proceso creativo de diseño concebir la interfaz gráfica de usuario.

El autor afirma que la interfaz es la puerta de entrada a una empresa u organización ya sea offline u online, ya que debe presentar sus características de

identidad a través de contenidos informativos de forma eficaz, eficiente y amigable, todo esto traducido en un diseño usable, estético y funcional, para lo cual es indispensable tener en cuenta las expectativas del usuario.

La comunicación entre el usuario y la interfaz depende mucho de su compatibilidad entre el modelo mental del usuario y la imagen del sistema, es así que mientras mayor sea la compatibilidad, incrementara la usabilidad del diseño de la interfaz.

El artículo concluye de manera general mencionando que la interfaz debe estar adaptada a las necesidades del usuario con el objetivo de garantizar su facilidad de uso, deduciendo que mientras más se conozca al usuario, se podrá concebir una interfaz gráfica eficiente y amigable.

2.3. Definiciones conceptuales

2.3.1. Variable dependiente

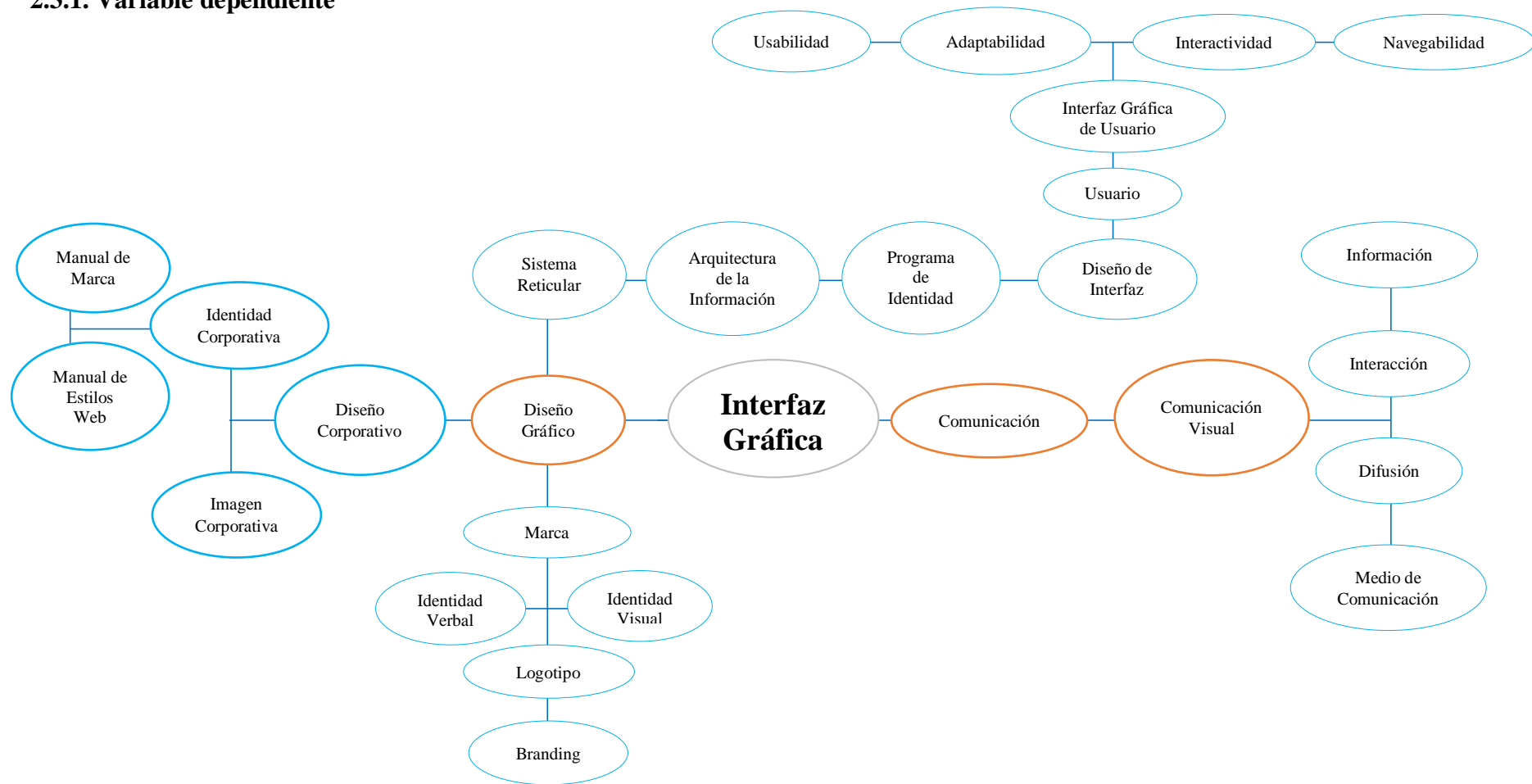


Gráfico No. 3 Variable Dependiente

2.3.2. Variable independiente

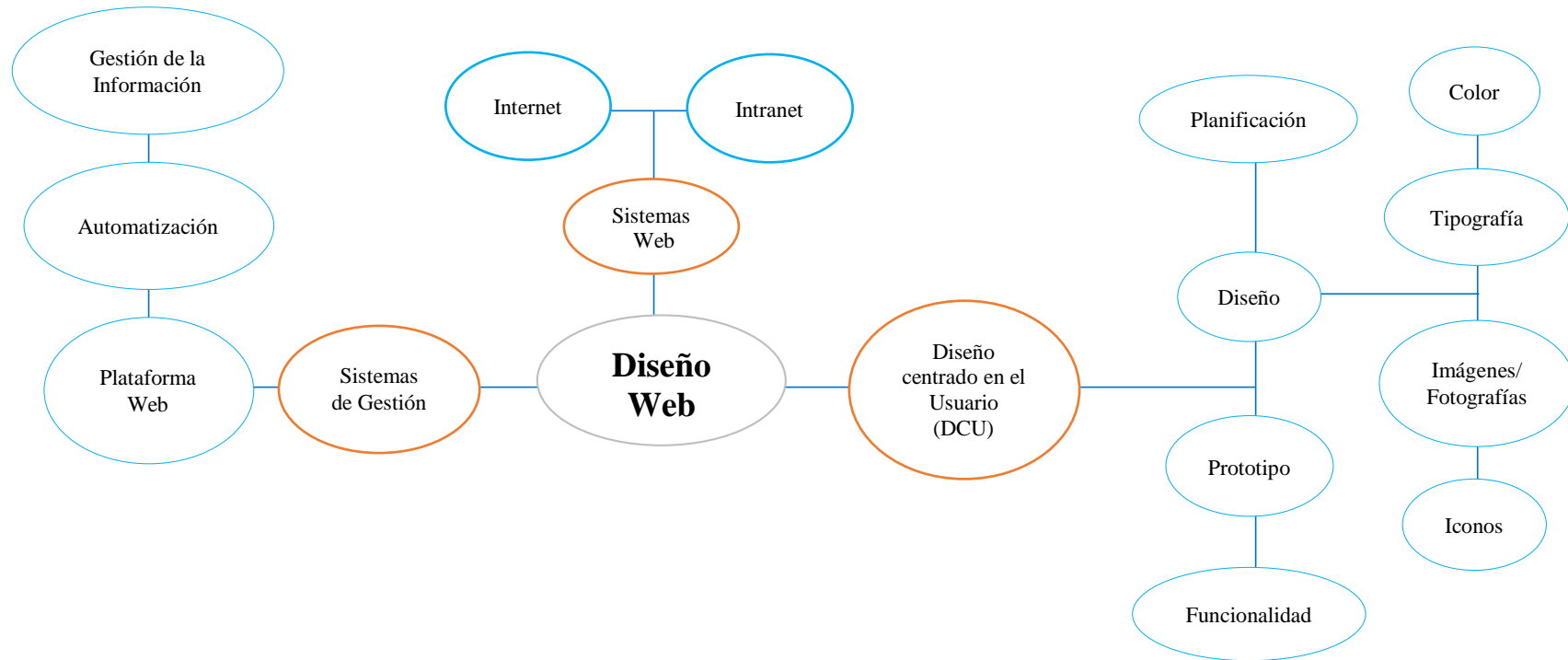


Gráfico No. 4 Variable Independiente

2.3.3. Programas de identidad

Un programa de identidad conlleva un proceso de comunicación en una empresa, su fin no solo busca marcar sus productos de forma física o signar mensajes, sino también el de desarrollar un concepto de personalidad corporativa a través de la aplicación de un programa de identidad estructural como lo propone el autor Joan Costa, el cual marca cada proceso a seguir para diseñar un programa de identidad efectivo.

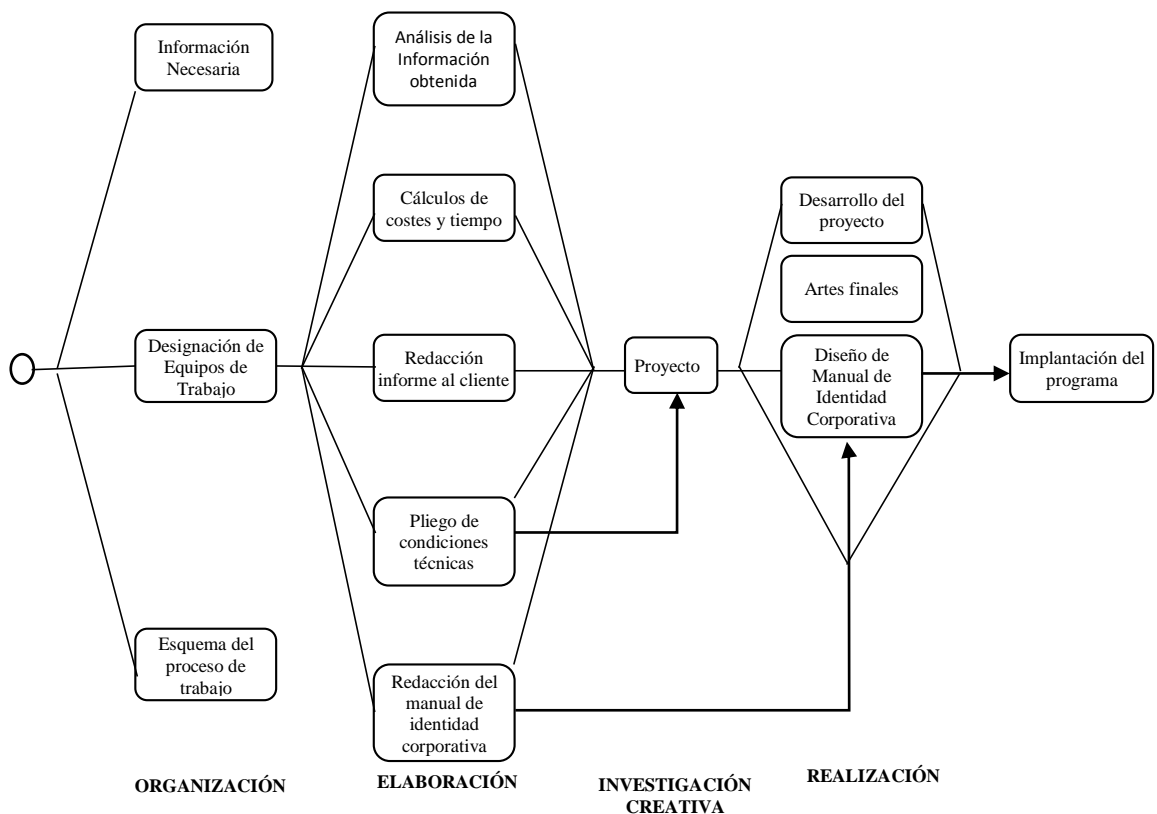


Gráfico No. 5 Diseño de programas de identidad (Costa, J. 1987.)

Fuente: Imagen global, Joan Costa (1987)

Todo programa de identidad consta de cuatro etapas:

2.3.4. Información y planificación

En la primera etapa se debe definir los criterios necesarios para la labor del diseño, para lo cual es indispensable mantener una relación constante con la empresa, relación que favorecerá la obtención de información necesaria para la ejecución del proyecto.

De igual manera se debe recolectar datos de la empresa en el contexto en el que esta se desenvuelva, para lo que es imprescindible realizar estudios de mercado ejecutados por especialistas en cada área y dedicados a la investigación social.

Toda la información determinará la magnitud del proyecto a ejecutar y el requerimiento tanto de medios materiales, como humanos, con los que el equipo de diseño deberá dotarse para ejecutar el programa.

2.3.5. Diseño gráfico

En la segunda etapa empieza el proceso de diseño, el cual finalizará con la publicación del manual de identidad bajo los criterios definidos en la etapa uno, luego se realizan investigaciones que permitan conocer y determinar alternativas de publicidad, para comunicar de forma persuasiva y eficiente.

2.3.6. Implantación

Lo que define el programa de identidad corporativa en el contexto gráfico, es el diseño y elaboración del manual de identidad corporativa, en el cual se especifica normas de uso de la marca en sus diferentes aplicaciones, convirtiéndose en el instrumento ejecutivo primordial y esencial de la empresa, sin importar si el creador del programa siga manejándolo y aplicándolo en los mensajes conforme el tiempo transcurra.

El manual pretende asegurar una aplicación leal de forma directa y conveniente a los problemas de identidad de una marca, esquivando reproducciones falsas y erradas que distorsionen la imagen gráfica de la empresa.

2.3.7. Marca

El experto comunicólogo, Joan Costa afirma que:

La identidad visual aplicada a una actividad productiva da origen a la marca de

producto o servicio haciéndolo único y original ante la competencia, ya que nace de la combinación de dos elementos importantes como lo son la forma verbal y visual, donde la forma verbal hace referencia al nombre de la marca que representa a la empresa, producto o servicio, mientras que la forma visual son todos los signos, símbolos y elementos a través de los cuales se consigue identificar visualmente a la empresa de forma universal y única (Costa J., 1987. pág.21).

2.3.8. Logotipo

Chaves afirma que el logotipo es:

(Chaves N., 2005. pág.45) “El logotipo hace referencia a la versión gráfica de una marca”, analizado desde el punto corporativo se puede manifestar que es la primera impresión que el público se lleva de una empresa, dándole un valor importante ya que le permite diferenciarse de la competencia

2.3.9. Identidad corporativa

(Costa J., 1987), sostiene que la identidad corporativa resalta los aspectos tangibles e intangibles de una entidad, desde el punto estético lo perceptible o tangible refiere al diseño de su marca e imagen gráfica que involucra a todos los elementos gráficos de comunicación interna y externa aplicados en sus procesos como tal, y los aspectos intangibles refieren a la filosofía institucional de la empresa.

2.3.10. Imagen corporativa

La imagen corporativa puede convertirse en un nuevo espacio para la publicidad, puesto que se extiende de forma conceptual y práctica con el fin de comunicar en cualquier modalidad, constituida por distintos canales de emisión utilizados como agentes de comunicación de la imagen corporativa (Chaves N.2005, pág. 16).

2.3.11. Comunicación

Diseño como Proceso Creativo De Comunicación

El metodólogo Joan Costa propone una analogía implicando un doble proceso, señalando un desarrollo creativo como proceso interno y un desarrollo comunicacional como proceso externo, en base al esquema paradigmático de Shannon, un ingeniero matemático estadounidense que propuso una teoría basada en una ecuación matemática que permite evaluar el valor informativo de los mensajes tomando en cuenta a la información como un valor cuantificable en todo proceso de comunicación (Joan Costa 1987).

Esquema paradigmático de Shannon

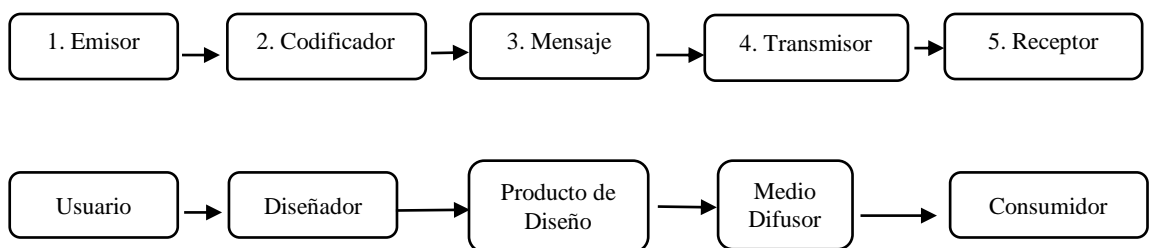


Gráfico No. 6 Esquema paradigmático de Shannon
Fuente: (Costa, J. 1987)

Proceso creativo de comunicación. Cada componente de este proceso tiene una relación entre sí, desarrolla un rol importante y ejerce una función interactiva a través de un proceso de feedback o retroactivo entre todos sus componentes, dicha interacción permite mantener la comunicación y la integridad del sistema.

La comunicación que el diseño pretende generar involucra a tres factores importantes dentro de un proceso de comunicación como lo son: la empresa, el diseñador y el público en donde el diseñador es el intermediario entre los dos, dando forma a una dinámica entre producción–comunicación–consumo, por lo que la labor del diseñador es servir de comunicante entre la empresa y consumidor.

2.3.12. Branding

(Costa J., 2013) define al Branding como:

“La creación de una marca que requiere la investigación referentes al nombre, símbolo, grafico, diseño visual, elemento verbal-descriptivos tipografía entre otros”

También menciona que la marca debe atravesar procesos específicos de investigación en cada uno de sus ciclos de vida, lo cual inicia desde su creación hasta su decaimiento y posible desaparición por lo que el autor enlista cuatro investigaciones necesarias para cada ciclo

- Investigación para la creación de la Marca
- Investigación para la gestión de desarrollo de la Marca
- Investigación para el rediseño de la marca
- Investigación para la gestión de potenciación y sostenibilidad de la marca

Cabe mencionar que estos aspectos de investigación se los debe realizar en momentos posteriores y no en el de la etapa de la creación.

2.3.13. Comunicación visual

Munari define a la comunicación visual como:

La relación que existe entre la imagen y el significado, ya que la imagen es el elemento directo de la reacción, simbolización y percepción de mensajes, en el cual interviene el emisor, el perceptor, el código, el medio o canal y el referente, es decir que la comunicación es la que domina en las imágenes para la creación de mensajes visuales de forma clara directa y universal (Munari, B., 2008 pág. 79).

2.3.14. Medios de comunicación

(Miralles M., Montecino L., Muller C., Valenzuela L., & Zuñiga M., 2012), sostienen que los medios de comunicación son:

“Canales artificiales a través de los cuales se establece una comunicación interpersonal entre el emisor y receptor”

Los medios de comunicación son canales de artificiales a través de los cuales se emiten mensajes direccionados a un receptor colectivo o social, puesto que través de los tipos de medios tanto impresos como digitales permiten a las personas tener accesos a contenidos sin importar su ubicación geográfica, pues la comunicación ha evolucionado de tal forma que es capaz de traspasar fronteras en tiempo y espacio.

2.3.15. Diseño gráfico

Frascara J. (2000) en su análisis de los términos “diseño” y “gráfico” define al diseño gráfico como:

“Desde la perspectiva de actividad, es la acción de idear, crear, programar y proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a un determinado grupo objetivo”.

El especialista en el área gráfica como comunicador debe estar en la capacidad de observar, analizar y determinar soluciones de información a través de un servicio que responda a una necesidad de comunicación, pues su conocimiento y constante investigación permitirán al diseñador dar valor e identificación a los productos y mensajes recurriendo a la percepción estética, al estilo y emotividad, constituyendo su propio código de comunicación.

2.3.16. Sistema reticular

Samara T. 2002 define a la retícula como:

Una guía utilizada para la organización y alineación de elementos en un formato, consta de partes básicas que se pueden combinar u omitirse en función de las necesidades o voluntad del diseñador para interpretar la información.

La retícula en el diseño de sitios web es una herramienta compositiva que tiene como fin de adecuar la posición de los elementos que componen la interfaz de un sitio, gracias a esto se logra el diseño con una estructura interna armónica y agradable visualmente para el usuario.

Existen 4 tipos de retículas que pueden ser utilizadas según el tipo de información y posición de elementos:

Manuscrita: Es la más sencilla de todas, consta de un solo bloque que está delimitado por un margen y con espacios respetivos para títulos y numeración por lo que se adapta fácilmente a bloques de texto grandes. En diseño web su uso no es muy recomendado, ya que la lectura del usuario se puede volver tediosa y aburrida.

Columnas: Es adaptable y se puede seccionar los tipos de información, generalmente esta retícula se la utiliza en revistas y en diseño web, ya que se puede utilizar varias columnas para textos o imágenes de mayor o menor tamaño.

Modular: Conveniente cuando se trata de información compleja, parece a la retícula de columnas, solo que esta se encuentra dividida en filas creando una matriz de celdas a los que se les llama “módulos”, en los cuales se puede colocar información en un solo módulo o varios, es flexible y precisa sin embargo el exceso puede causar confusión. En web esta retícula es utilizada.

Jerárquica: Esta retícula es muy útil ya que se ajusta a los requerimientos de la información que se va a presentar, pues están basadas en las en la disposición

intuitiva de alineaciones sujetas al tamaño de los elementos y no en intervalos regulares y repetidos como ocurre en las retículas anteriores. En web una de las retículas más utilizadas, puesto que se puede organizar la información en orden de importancia.

2.3.17. Arquitectura de la información

Gobierno de Chile, (2003) determina a la Arquitectura de la información como:

“La conjunción de métodos y técnicas que permiten al diseñador organizar los contenidos, de modo que puedan ser encontrados y utilizados por el usuario de forma sencilla y directa”.

La arquitectura de la información cumple sus objetivos, cuando el usuario, ingresa por primera vez al sitio o sistema web y reconoce brevemente que empresa u organización a la que pertenece y cuando el usuario a través de su intuición logre comprender de forma rápida y sin esfuerzo alguno la información expuesta en la interfaz.

La arquitectura de la información cuenta con una metodología que la constituye a través de la cual se logra determinar y cumplir los objetivos de visibilidad y organización de los contenidos:

Definición de objetivos del sitio

Esta primera etapa tiene como fin determinar los objetivos centrales que el sitio o sistema web debe tener, así mismo los medios y recursos que le permitan cumplirlos. Para lo cual se recomienda determinar un objetivo principal y posteriormente definir objetivos secundarios, mismos que deben ser aplicados y detallados al inicio del proyecto a fin de que el equipo inmerso en el desarrollo, tenga claro el alcance que se desea lograr con el proyecto. (Gobierno de Chile. 2003 pág.29)

Definición de la audiencia

Es necesario tener en cuenta el sitio o sistema web no puede atender a la misma audiencia a la que atiende la institución, puesto que el acceso a la Internet se da en segmentos que van de medios a altos, es por esta razón que se debe definir las audiencias que se desea atender. (Gobierno de Chile. 2003 pág.30).

Existen definiciones de audiencias que deben ser consideradas para el desarrollo de un sitio o sistema web sin importar sus características, pues estas permitirán emprender acciones para atender las necesidades de la audiencia de manera adecuada y pertinente.

Por capacidad física: Esta audiencia comprende a todas aquellas personas con discapacidades físicas.

Por capacidad técnica: Esta audiencia se divide de acuerdo a la experiencia técnica que tenga, por lo que se debe diseñar accesos simples a través de enlaces y otros complejos a través del uso de un buscador.

Por conocimiento de la institución: Esta audiencia se divide entre los usuarios que conocen o no conocen a la institución, de modo que los que la conocen podrán encontrar lo que necesiten a través de terminologías, nombres o siglas mientras que los que no, se les hará difícil encontrar la información.

Por necesidades de información: Esta audiencia se divide entre usuarios que buscan encontrar contenidos específicos y usuarios que ingresan al sitio o sistema en busca de información que les pueda ser útil.

Por ubicación geográfica: comprende una audiencia general, es decir usuario que pueden ingresar al sitio o sistema web desde cualquier lugar, por lo que los contenidos deben responder a la diversidad de usuarios.

La forma correcta de determinar las audiencias de manera concreta, es a través de

la investigación, la cual nos permitirá conocer las necesidades de la institución así como las de los usuarios que van hacer uso del sitio o sistema web.

Definición de contenido del sitio

Teniendo claro los objetivos tanto del sitio como de la audiencia, prosigue realizar definiciones concretas que permitan determinar los contenidos que se van a presentar en el sitio web acorde las necesidades de la institución como las de los usuarios (Gobierno de Chile. 2003 pág. 32).

Acerca de la institución: Pretende brindar información completa referente a Autoridades, organigrama, normas legales, oficinas, horarios de atención, contactos entre otros.

Productos o servicio: Resalta las actividades primordiales, las cuales el usuario puede hacer en la institución, lo cual incluye gestiones que favorezcan a las acciones de las personas que acudan a la institución y que se consideren servicios interactivos que se los pueda realizar a través de la web.

Novedades de la institución: Actividades o Noticias, comunicados Oficiales entre otros.

Las definiciones presentadas anteriormente ayudarán a determinar las medias necesarias para la presentación de contenidos en un sitio o sistema web con información referente a la institución a la que pertenece, enfatizando que el interés de los contenidos variará dependiendo, si se trata de un usuario interno o externo.

Definición de la estructura del sitio

Una vez realizadas las actividades de identificación de los contenidos en las etapas anteriores, continúan las definiciones de la forma que tendrá el sitio web que se está desarrollando.

Gobierno de Chile. 2003, afirma que la definición de la estructura del sitio “Implica el trabajo en áreas concreta, mediante las cuales se definirá la estructura del sitio, árbol de contenidos, sistema de navegación que se presentará a los usuarios para que puedan hacer uso del sitio web”.

De esta sección se derivan tres etapas, las cuales se mencionaron anteriormente:

Estructura del sitio

Creación de la estructura

Hace referencia a la forma que mantendrá el sitio en términos generales con sus secciones, funcionalidades y sistemas de navegación.

Estructura

En esta etapa no se incluyen elementos gráficos tales como logotipos, cromática, viñetas entre otros.

Diseño

Hace referencia a las soluciones gráficas que se diseñara para el sitio, el cual aplica cromática, tipografías, logotipos, viñetas, imágenes y otros recursos gráficos que ayudan al sitio identificarse visualmente.

Mapa del sitio

Es el proceso de creación de un “árbol de contenidos” en el que se muestra de forma práctica las secciones del sitio en desarrollo y los niveles que tendrá cada sección. El objetivo principal es la de diseñar un diagrama similar a un árbol realizando un analogía el tronco principal, ramificaciones y hojas con las secciones principales, secundarias y contenidos finales que se irán agregando.

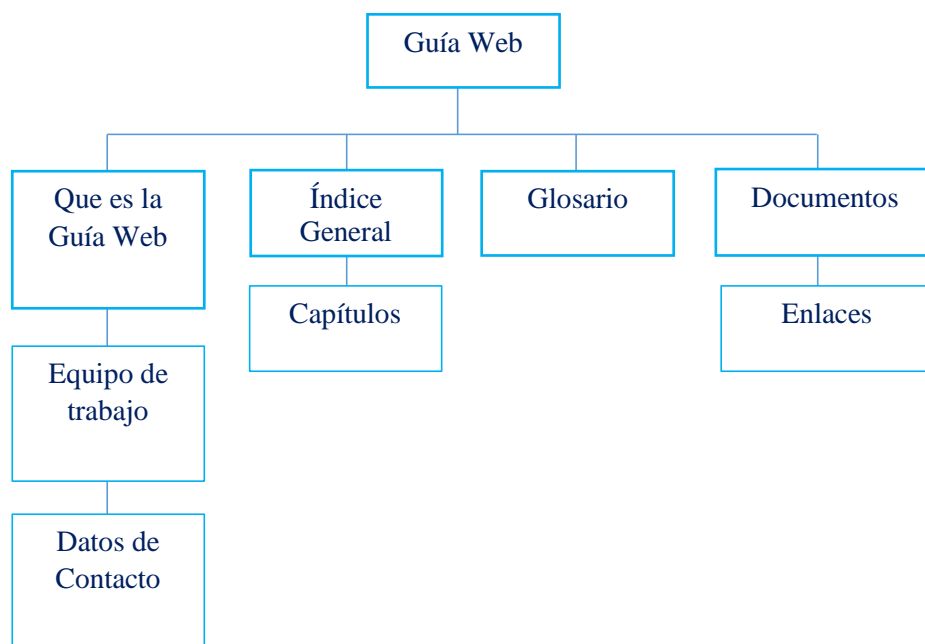


Figura No. 11 Árbol Organizacional.
Fuente: Guía para Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile (2004)

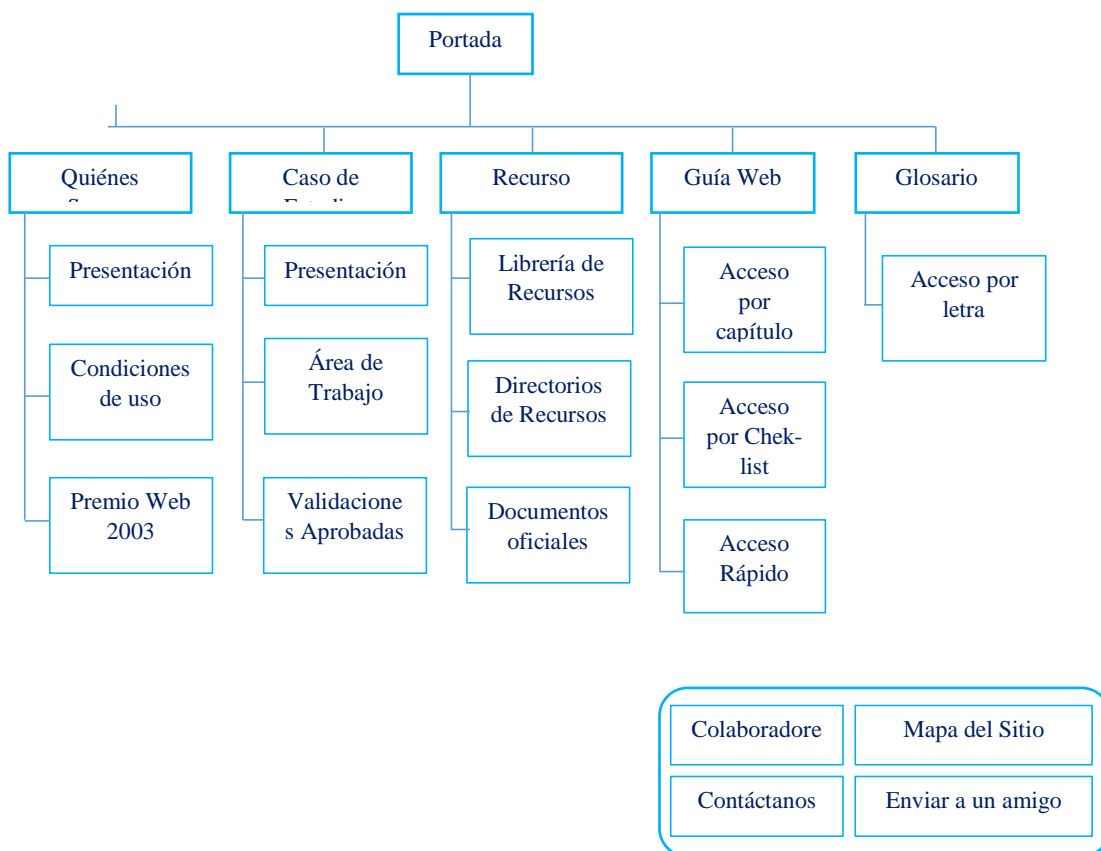


Gráfico No. 7 Árbol funcional
Fuente: Guía para Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile (2004)

Las recomendaciones para el diseño de un árbol son las siguientes:

Secciones: Deben ser menores en lo posible, a fin de concretar las acciones del usuario en menos áreas, considerando que cada área que compone el árbol requiere de un mantenimiento posterior en cuanto a contenidos de gráfica y funcionalidad, es por ello que es recomendable de 5 a 7 secciones.

Niveles: Trata de que el usuario pueda acceder al contenido en menos de tres clics, por lo que no se debe crear más de tres niveles de acceso que son portada, portadilla de sección y contenidos.

Contenidos relacionados: se debe tomar en consideración las funcionalidades presentes en el sitio, integrando recursos como buscador, preguntas frecuentes, formulario de contactos entre otros, es importante mencionar que este tipo de recursos deben quedar fuera del árbol y en el aire, a fin de indicar que desde cada una de las paginas existirá un enlaces hacia ellos.

Definición Sistemas de navegación

Gobierno de Chile. 2003, manifiesta que un sistema de navegación:

“Consiste en crear sistemas de acceso a los contenidos del sitio web, ya que a través de ellos los usuarios podrán avanzar por cada una de las áreas sin confundirse o perderse”.

El desarrollo de un sistema de navegación debe atender dos partes importantes que son:

Textual: Hace referencia a la navegación a través de elementos específicos como menús, guías o botones que se deben ser de fácil distinción dentro de la interfaz, por lo que cada uno debe representar un función específica y cumplir el fin con el que fue creado, además es indispensable que las palabra para señalar su acción debe ser clara y precisa.

Contextual: Refiere a la forma en la que se presenta la información, utilizando elementos como textos y gráficos para crear un entorno, con elementos destacados que muestren y permitan la navegación.

Características de los sistemas de navegación

Todo sistema de navegación debe mantener características esenciales como:

Consistente: El sistema debe ser igual en sitio, con respecto a la ubicación y disposición de las páginas, esto aplica para instituciones que tiene más de un sitio.

Uniforme: Debe usar términos similares con el objetivo de que lo que el usuario vea en las páginas, le brinde la confianza en sus opciones y lo lleven siempre a las mismas páginas del sitio.

Debe distinguirse de forma clara el sitio, a fin de que usuario lo vea como un apoyo o guía en cualquier área del sitio en la que se encuentre.

2.3.18. Elementos del sistema de navegación

Los elementos primordiales que debe tener un sistema de navegación son:

Menú principal: Permite el acceso a cada área del sitio

Pie de página: Se encuentra en la parte inferior de la interfaz con información de la institución, contactos, e-mail entre otros.

Barra corporativa: información referente al sitio, que se muestra en todas las páginas.

Ruta de acceso: O cabecera, ubicada en la parte superior de cada página, muestra la división de las páginas del sitio, cada una debe tener un enlace para acceder a las áreas que se desee.

Fecha de publicación: Sirve para informar la vigencia del sitio.

Botón home: Dirección a la portada

Botón mapa del sitio: Muestra el mapa del sitio **Botón de Contacto:** Sirve para ponerse en contacto con administrador del sitio

Buscador: Debe encontrarse en cada página, en caso de existir.

Botón de ayuda: Debe estar en cada página y su función es la de brindar ayuda en las tareas determinadas que el usuario debe realizar.

Botón imprimir: Sirve para imprimir el contenido de las páginas.

Definición del diseño visual

Una vez determinados los elementos a utilizarse en el diseño visual se debe trabajar en cuatro etapas sucesivas:

Diseño de las estructuras de páginas

Esta primera etapa es crucial para el diseño de las páginas de forma lineal, describiendo y señalando la ubicación de cada componente de la interfaz, de modo que el diseñador gráfico y desarrollador cuente con un documento de trabajo específico para su desarrollo, ya que su fin es mostrar que ningún elemento en la interfaz estará puesto al azar, sino que deberá cumplir una función o necesidad puntual.

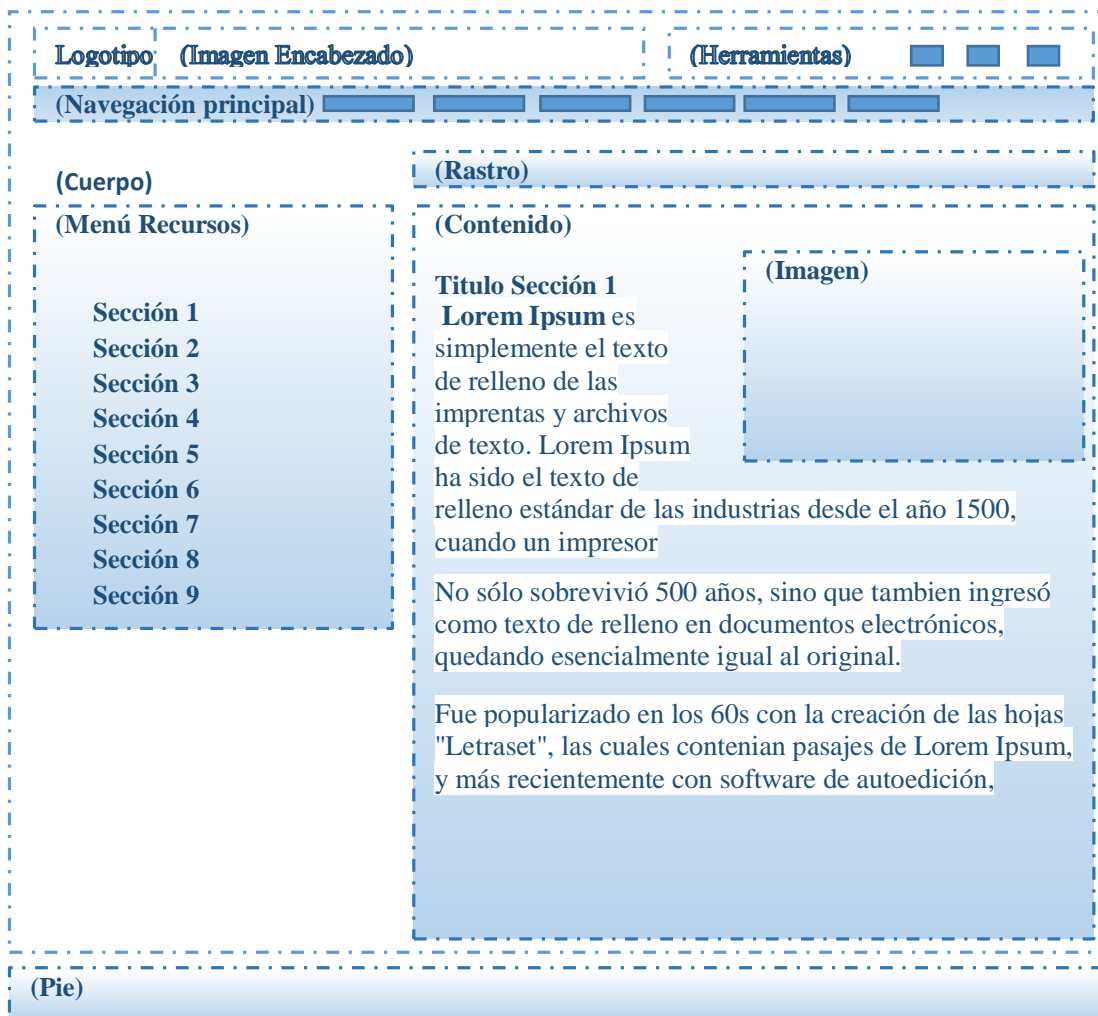


Gráfico No. 8 Estructura de páginas (Wireframe)
Fuente: Guía para Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile (2004)

Un elemento a considerarse junto a los gráficos de la estructura, es que en cada pantalla que presente transacciones, es esencial incluir un diagrama de flujo a través del cual se ejemplifique las transacciones y resultados.

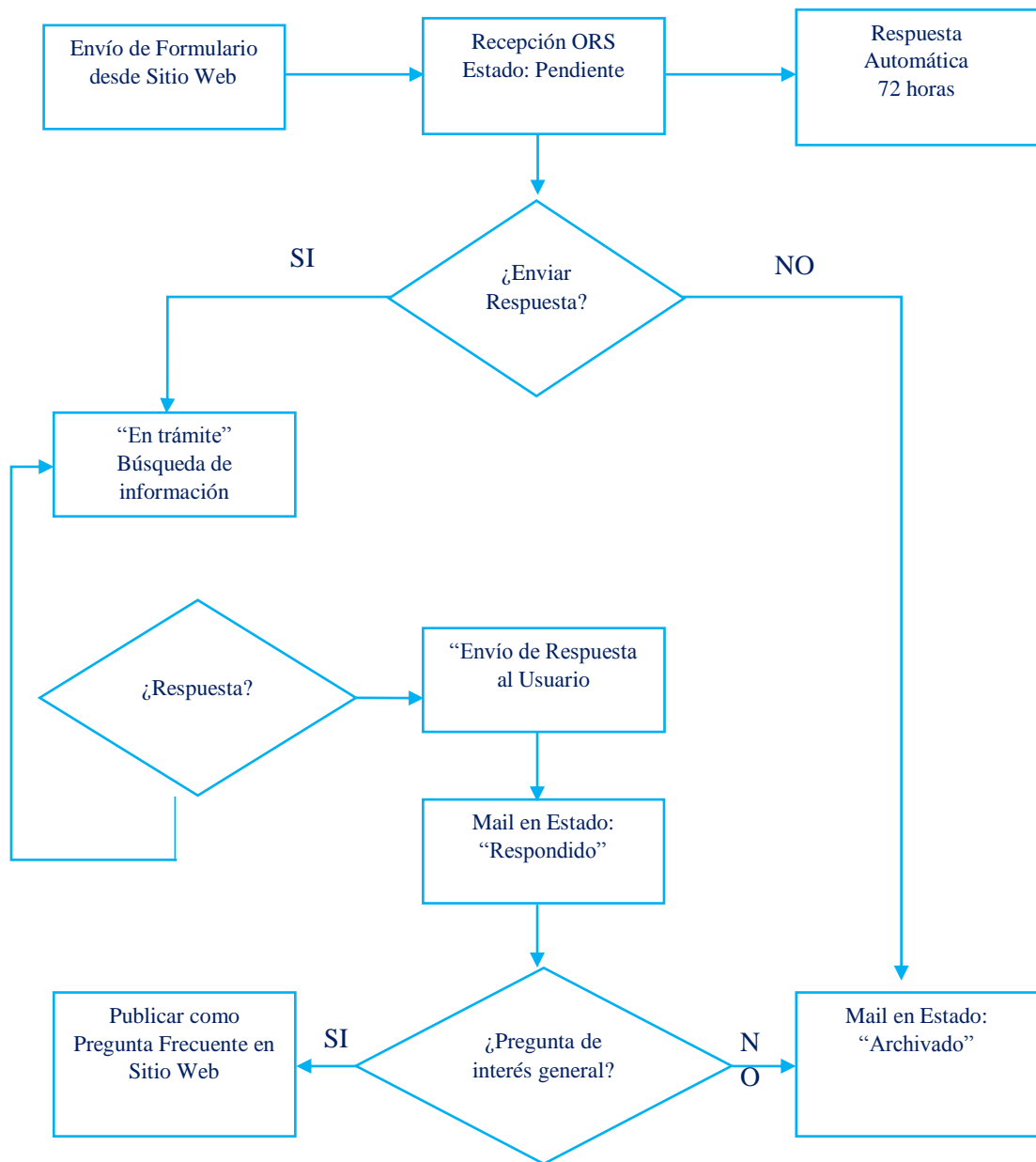


Gráfico No. 9 Diagrama de Flujo
Fuente: Guía para Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile (2004)

Bocetos de Diseño

Esta etapa consiste en el diseño de gráficos digitales de la forma final que tendrán las páginas del sitio.

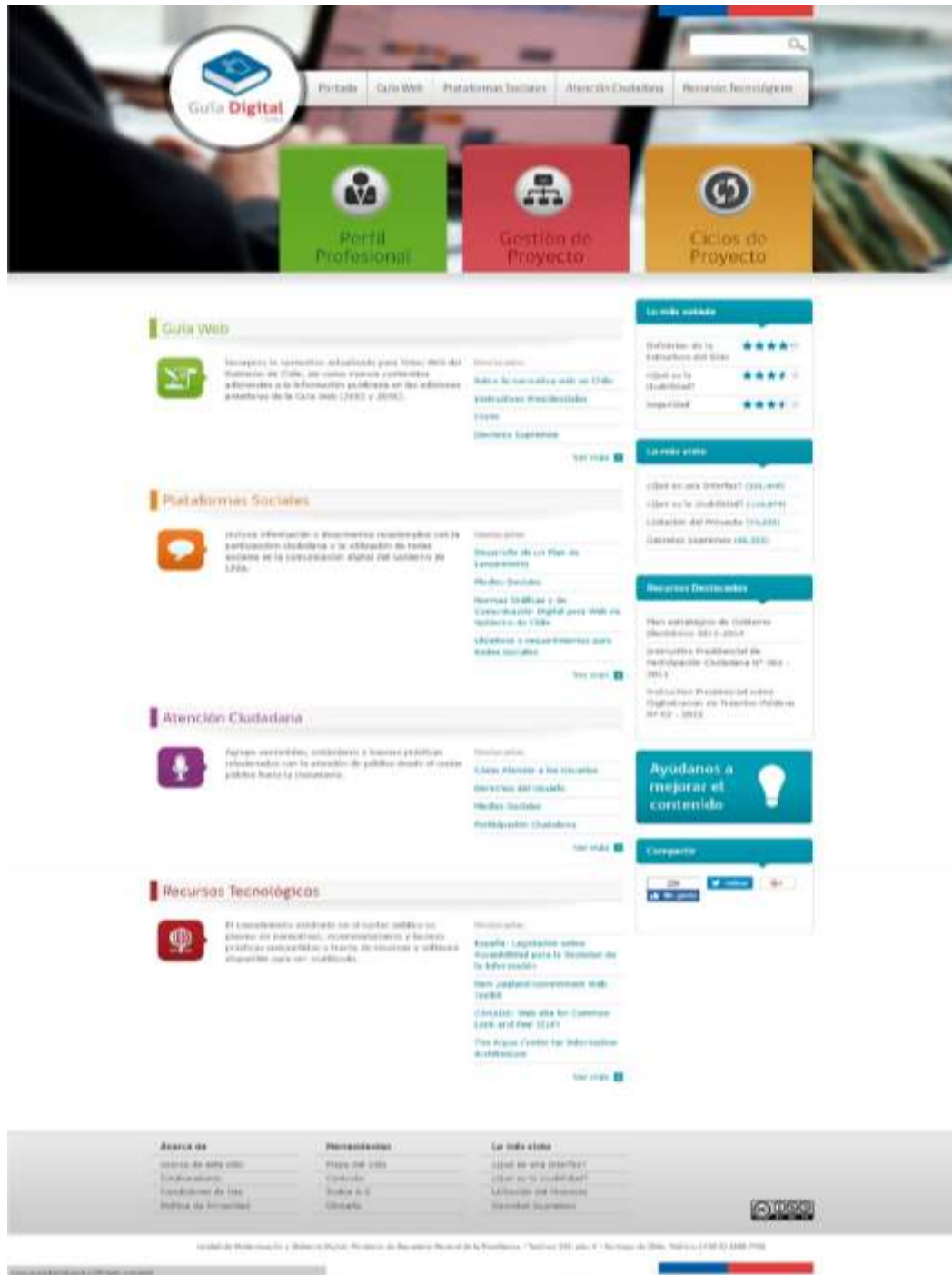


Figura No. 12 Boceto de diseño
Fuente: Guía para Desarrollo de Sitios Web – Gobierno de Chile (2004)

Para el desarrollo de elementos gráficos se utilizan como recursos los dibujos de la estructura del sitio, ya que la idea de esta etapa es que desarrolle un software gráfico que facilite la interacción del sistema con el usuario.

Los elementos que deben estar presentes en esta etapa son:

Imagen corporativa: Debe regirse seguir las normas con respecto al uso de cromática, tipografías, imágenes y otros elementos que determinan una identidad.

Criterio de usabilidad: Refiere a la forma y diseño del sitio web.

Criterio de accesibilidad: Es la capacidad de permitir el acceso y navegación a toda audiencia.

Maqueta web: Finalmente en esta etapa se genera todo el sitio a través de la tecnología HTML, utilizando capturas de los contenidos reales.

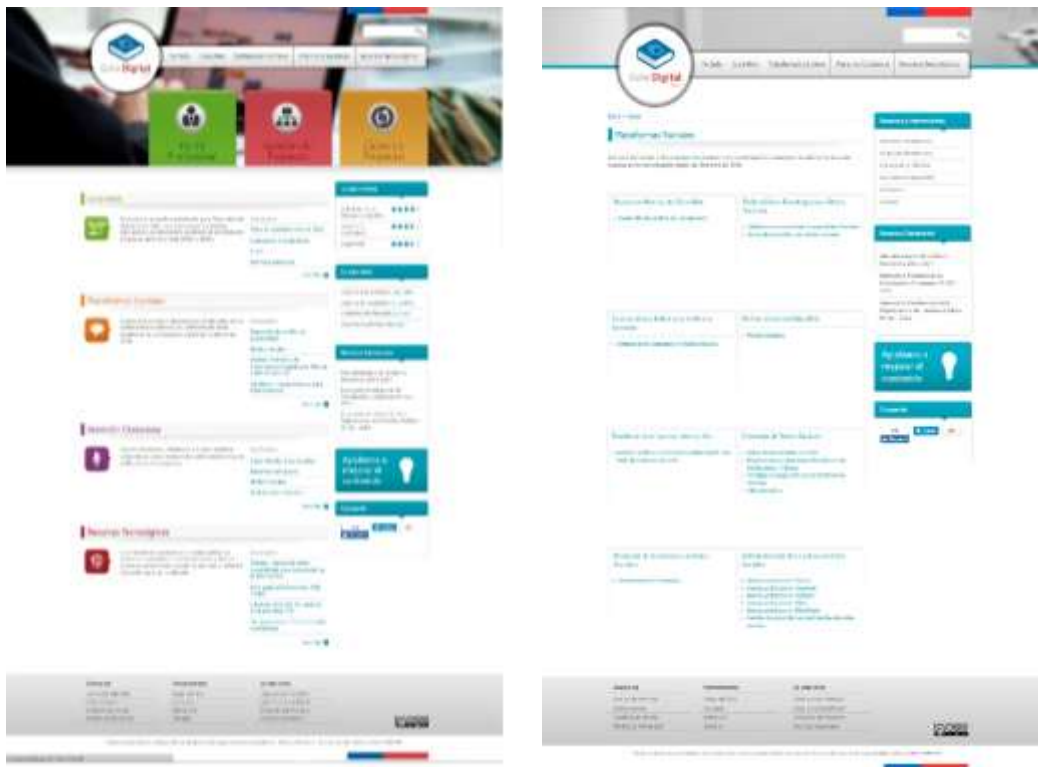


Figura No. 13 Borrador Segundo Nivel
Fuente: Guía para Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile (2004)

2.3.19. Interfaz gráfica o interfaz gráfica de usuario

La interfaz gráfica de usuario, es el conjunto de elementos gráficos que permiten al usuario comunicarse con un sistema, pues su objetivo principal es construir mensajes utilizando, textos, imágenes y elementos gráficos para representar la información y acciones disponibles en la interfaz mediante entorno gráfico sencillo, coherente e intuitivo. (González L. 2004)

2.3.20. Usabilidad

La usabilidad hace referencia a la facilidad de uso de un sitio web interactivo, por lo que Prado F. & Soplón L., (2011) sostienen que:

“La usabilidad es el grado en que un producto, es utilizado por ciertos usuarios a fin de conseguir sus objetivos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un entorno específico”

En web, la usabilidad se refiere a la capacidad que tiene un software para ser percibido, asimilado y utilizado, a través de condiciones de uso concretas, sin embargo no todos las aplicaciones interactivas son diseñados bajo los parámetros de usabilidad, ya que la naturaleza de la aplicación, la audiencia y el contexto son factores determinantes que permiten el alcance de sus objetivos.

2.3.21. Adaptabilidad

Martínez E. y Salgado C. 2013, en términos de Web definen a la adaptabilidad como:

“Técnica del diseño web adaptativo que permite adaptar el contenido de un sitio web a el ancho y despliegue de cualquier dispositivo”

El diseño web adaptable o adaptativo consiste en ajustar un sitio web, a cualquier dispositivo a través de cual se desea visualizar dicho sitio. Hoy en día los sitios web

son visualizados en dispositivos inteligentes como tablets, smartphones, ordenadores entre otros por lo que su objetivo principal es la presentación de un diseño único en adaptable a cualquier dispositivo.

2.3.22. Interactividad

Revuelta F. y Pérez L. 2009, definen que:

“La interactividad es el diálogo entre el usuario y el software por medio de un dispositivo tecnológico”

En tanto la interactividad, se refiere a los programas que admiten y responden al ingreso de datos y comandos procedente de una persona, cuya interacción está relacionada con la interfaz gráfica de un sitio o sistema web.

2.3.23. Sistema web

Un sistema web, es un sistema que permite sistematizar procesos mediante una base de datos ligada a un servidor web, que procesa y muestra información dinámica al usuario con el fin de reducir el tiempo en cada proceso, ya que este lo realiza de manera automática brindando respuestas a casos particulares e información sobre una situación. (Benitez C. 2013 pág. 5)

2.3.24. TIC (Tecnologías de información y comunicación)

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) 2003, en una publicación de su página oficial define a las TIC como:

Sistemas tecnológicos a través de los cuales se recibe, opera y procesa información, facilitando la comunicación entre dos o más interlocutores, pues las TIC van más allá de la informática ya que no opera como un sistema aislado, sino en conexión con otras por medio de una red.

Manifiesta además, que las TIC son consideradas herramientas esenciales ya que

facilitan el acceso al conocimiento y potencian la capacidad de innovación de los países de América Latina y el Caribe, permitiendo su integración plena, en un mundo globalizado.

2.3.25. Internet

Tkacz E. y Kapczynski A. 2009, Pág 3 manifiestan que:

La Internet es uno de los mayores avances en la transferencia de información, ya que nos ayuda y nos hace la vida más fácil, es una herramienta útil en muchos aspectos de nuestra vida diaria, y por lo tanto se le debe dar un uso adecuado.

Desde el contexto de los medios de comunicación, la internet es un medio de comunicación que permite la transferencia de información, con un sin número de posibilidades y con gran influencia en las personas, sus característica propia es la de presentar información en diferentes formatos como; imágenes, textos, video, sonidos entre otros, permitiendo la interacción ente el usuario y el medio.

2.3.26. Sistema de gestión

Ogalla F. 2005 describe a un sistema de gestión a:

“El conjunto de procesos, comportamientos y herramientas utilizados para asegurar que la institución desempeñe las actividades necesarias para lograr azacanan sus objetivos”

Un sistema de gestión es una herramienta de gestión que brinda información en tiempo real la cual permite tomar decisiones, corregir falencias y prevenir inconvenientes futuros, que impidan el alcance de la política y objetivos de una empresa u organización.

2.3.27. Automatización

Córdova N. 2006 menciona que la automatización refiere a:

“Los procedimientos lógicos humanos encomendados a máquinas de forma automatizada “computadoras”, los cuales tienen la capacidad de procesar la información de forma rápida en relación al humano”

Es decir que la automatización en el contexto de los sistemas de gestión, refiere a la gestión de la información de una empresa o institución, que se la utiliza para la toma de decisiones, vinculando la informática y control automatizado para el desarrollo óptimo de procesos.

2.3.28. Funcionalidad

Montero Y. 2015 plantea que:

“La funcionalidad se refiere al funcionamiento técnico de un sistema web, en el contexto en el que el usuario del sitio pueda realizar tareas de forma fácil y accesible y sin errores”.

La usabilidad en términos web puede ser percibida como la rapidez y facilidad con la que el usuario llevan a cabo las tareas mediante el uso de un sitio o sistema web de forma efectiva, plena y precisa logrando alcanzar los objetivos para los cuales está diseñado el sistema.

2.3.29. Intranet

El diseño de la intranet debe estar elaborado en base las necesidades del usuario de modo que estos puedan distinguir de forma clara el espacio en el que se encuentran, y el tipo de información que se maneja en cada situación, pues el diseño de la intranet debe estar dirigido al desarrollo de procesos y tareas en un contexto menos promocional, no obstante su diseño debe ser coherente con la imagen e

identidad de la empresa u organización.

Giménez P,F. & Blasco S,L., (2011) “Una organización puede tener un portal corporativo, orientado al público en general, y una intranet. La intranet es utilizada por los empleados de la organización para intercambiar información y realizar gestiones internas.”

INTRANET	
Usuarios	Empleados de la organización
Tareas	Trabajo interno de la organización con tareas complejas
Información	Documentos de gestión interna.
Condiciones de conexión	Acceso más rápido y contexto de acceso controlado

Cuadro No. 1 Intranet

La intranet es considerada como un sitio web interno, diseñado para ejecutarlo en una entidad de cualquier naturaleza, ya que la intranet es privada y la información que en ella habita tiene como fin enriquecer y mejorar la comunicación dentro de una empresa.

2.3.30. Gestión de la información

Ponjuán G. 2004, plantea que:

“La gestión de la información es el proceso a través del cual se obtiene, desarrolla o utilizan recursos básicos; económicos, humanos y materiales para gestionar la información interna de una institución de forma sistemática”.

A través de la gestión se suministran los medios de información necesarios que permiten la toma de decisiones acertada, el desarrollo de nuevos conocimientos que favorece a la eficiencia y calidad del producto o servicio de una empresa o institución.

2.3.31. Diseño web

Según Mejía B. (2010) plantea a que:

El diseño web es un nuevo campo de acción en el que implica la planificación, diseño e implementación de elementos visuales en la pantalla de un computador, el cual distribuye la información categóricamente mediante recursos propios del diseño gráfico, en las generalmente llamadas páginas.

El diseño web consiste en organizar los elementos gráficos de un sitio web para representar de manera estética la información e identidad visual corporativa de una empresa u organización.

2.3.32. Diseño centrado en el usuario

En el Diseño Centrado en el Usuario, el diseñador gráfico desempeña un rol importante ya que aportará con su conocimiento en artes gráficas y tecnología, para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Garreta D, M. & Mor P, Enric. 2011 describe el Diseño Centrado en el Usuario como:

“El DCU (Diseño Centrado en el Usuario) es la metodología cuyo fin es el de garantizar el éxito de un producto digital, ubicando en primer plano al usuario en todas sus etapas de diseño”

El proceso de DCU involucra al usuario en todas sus fases a lo largo del desarrollo de un producto digital, que va desde la conceptualización hasta su aplicación y evaluación, con el fin de generar un producto útil y usable.

2.3.33. Diseño de página

Arias A. 2015 afirma que:

“Un diseño de página está dividido en secciones; barras laterales, bloques de contenido, áreas publicitarias, áreas de navegación las cuales encajan en la pantalla una vez subida al navegador”

El diseñador debe estar en la capacidad de diseñar, desarrollar, evaluar y entregar un producto que cumpla con todos los requerimientos de los usuarios.

2.3.34. Color

Montero H. 2015 sostiene que:

El color es un recurso de gran impacto ya que mejora la estética y funciona eficientemente para realzar y organizar elementos así como también para codificar información, el cual vuelve atractiva a la interfaz gráfica a la vista del usuario.

Es necesario limitar la cantidad de colores a utilizar y aquellos a los que el ojo humano puede percibir a primera vista, aproximadamente 5 colores, puesto que el exceso reduce su utilidad.

2.3.35. Tipografía

Arias A. 2015 sostiene que:

“Los diseñadores web pueden utilizar varia tipografías en web, siempre que pocas de estas sean un estilo similar, en lugar de utilizar una gama de tipografías todas de estilos diferente”.

El diseñador debe tener conocimiento sobre las características conceptuales de las tipografías, puesto que cada familia tipográfica tiene características propias mismas que permiten expresar conceptos diferentes a través de tipografías fuertes, sutiles, geométricas u orgánicas, teniendo en cuenta su legibilidad y proporciones, es por ello que una composición tipográfica se la debe hacer con un amplio conocimiento y sentido de responsabilidad.

2.3.36. Iconos

Montero H. 2015, manifiesta que:

“El icono es un elemento general en una interfaz gráfica, a veces aplicada con un fin ornamental y otras ideado y diseñado para cumplir una acción o función específica”.

Un icono útil es aquel cuya función o acción es de fácil comprensión e interpretación, ya que esta conlleva a entablar una relación entre la forma gráfica y significado o función.

2.3.37. Fotografías

Montero H. 2015, manifiesta que:

“Las fotografías tienen la capacidad de comunicar, evocar emociones y generar un impacto mediante la estética de la composición”

Las fotografías tienen la gran capacidad de comunicar y mejorar la experiencia de usuario, sin embargo una mala o descuidada composición puede causar un efecto contrario, despertando en el usuario la desconfianza, y poniendo en duda la profesionalidad entorpeciendo la interacción y exploración visual del usuario.

2.3.38. Prototipo

Montero H. 2015, sostiene que:

“Partiendo de su diseño (arquitectura de información y diseño de interacción) en la perspectiva del diseño gráfico se toman decisiones que se documentan y prototipan en base a objetivos de evaluación”.

El prototipo se debe llevar a cabo (sólo digital) cuando se va a evaluar la

interacción, ya que sirve para determinar aspectos que no estén claramente detallados en el boceto de papel.

Los prototipos son navegables ya que sirven para realizar un test de interacción, validación de formularios, iconos u otro elemento gráfico con el que el usuario interactúe.

2.4. Fundamentación

2.4.1. Legal

Este trabajo de investigación está fundamentado en base a los artículos de la Constitución de la República del Ecuador que a continuación detallamos:

Constitución de la República del Ecuador

Artículo 350 de la constitución de la República del Ecuador dispone que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país.

Ley Orgánica De Educación Superior

Capítulo 2 - Fines de la Educación Superior

Art. 5.- Derechos de las y los estudiantes.- Son derechos de las y los estudiantes los siguientes:

- d)** Participar en el proceso de evaluación y acreditación de su carrera.

Reglamento del Consejo de Educación Superior (CES)

Artículo 17, del Reglamento General a la LOES, dispone: El Reglamento de Régimen Académico normará lo relacionado con los programas y cursos de vinculación con la sociedad así como los cursos de educación continua. Tomando en cuenta las características de la institución de educación superior. Sus carreras, programas y las necesidades del desarrollo nacional, regional y local.

En el **artículo 2**, en sus literales **a, b, d, f** garantizan un Sistema de Educación Superior de calidad encaminado a la excelencia, a través una reforma diseñada en base a las necesidades de transformación y participación social, imprescindibles para lograr un Buen Vivir, vinculando la gestión académica-formativa en todas sus categorías de formación y variables de aprendizaje en la Educación Superior, para de esta manera fortalecer los campos de la investigación científica y tecnológica, la formación académica y profesional y vinculación con la sociedad en un contexto de calidad, innovación y pertinencia .

A fin de aportar a la formación del talento humano y al desarrollo de entes profesionales y ciudadanos críticos, creativos, deliberativos y éticos que generen conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos a través de la innovación y comprometidos con el progreso de los entonos sociales y naturales respetando la interculturalidad, igualdad de género y demás derechos constitucionales.

(Artículo reformado mediante Resolución RPC-SO-45-No.535-2014, adoptada por el Pleno del Consejo de Educación Superior en su Cuadragésima Quinta Sesión Ordinaria, desarrollada el 17 de diciembre de 2014)

Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017

En el punto **5 Planificamos el futuro** del plan Nacional del buen vivir en su literal 5.1.1 menciona que, uno de los retos del Buen Vivir es mejorar la vida de los ecuatorianos, y para conseguirlo la diversificación productiva y el crecimientos de la economía deben encaminarse al cumplimiento paulatino de los derechos en

educación salud empleo y vivienda, en un entorno participativo y de creciente cohesión social, pese la significativa evolución en la educación, empleo, vivienda y disminución en la inequidad social, aún permanecen necesidades considerables que deben atenderse y solventarse a largo plazo.

En el **punto 5** en el **literal 5.1.2**. Sobre Tecnología, innovación y conocimiento, menciona que la inversión destinada al desarrollo tecnológico debe ejecutarse en ámbito de la consolidación de los sistemas de planificación e institucionales, a fin de mejorar, la construcción y activar la interrelación entre el sistema educativo e instituciones creadoras de conocimiento, las metodologías de innovación tecnológica y los sectores productivo y comercial.

También señala que se debe aportar al desarrollo y capacidad para generar nuevos productos y servicios, así como también a los nuevos métodos sociales de producción, mediante la organización del trabajo y el intercambio, teniendo en cuenta siempre el bienestar de las áreas menos favorecidas.

Uno de los retos a consolidar en el sector del conocimiento, es la institucionalidad intersectorial con metodologías eficaces de interpretación del conocimiento a la creación de productos y medios de producción. Dicha institucionalidad coordinará entre el personal de investigación, el organismo rector de propiedad intelectual, unidades públicas y privadas y diversos actores de la sociedad con el fin de promover la innovación social que surja del desarrollo tecnológico y productivo mediante el diálogo de saberes.

Dentro de las políticas y lineamientos estratégicos, en su **objetivo 10.2, literal 10.2** afirma que, promover la tecnología en la producción primaria de bienes intermedios, vinculando a la investigación científica, tecnológica y la educación superior con el sector productivo, tiene por objetivo el progreso continuo en la productividad y competitividad, atendiendo las necesidades actuales y futuras en el sector y desarrollo de nuevos saberes.

En su **objetivo 11, 11.3**, democratiza la prestación de las tecnologías de

información y comunicación (TIC) profundizando su uso y acceso universal; en su **literal b**, impulsa la calidad y seguridad a través de la prestación del uso de las TIC, en especial si están destinadas a la promoción de servicios y asistencia técnica en la producción, educación y salud.

En su **anexo 4.4** pretende mejorar la calidad en la educación en todas sus categorías, modalidades, con el objetivo de generar conocimiento y lograr una formación integral de personas solidarias, creativas, críticas y responsables, basados en los principios de igualdad, equidad y territorialidad. Fortaleciendo los estándares de calidad, así como también los procesos de evaluación y acreditación en todos sus niveles de educación, respondiendo a los objetivos del Buen Vivir en base a un juicio de excelencia nacional e internacional.

Implementando sistemas de apoyo y seguimiento a la gestión de instituciones educativas que aporten a la mejora continua y al cumplimiento de estándares de calidad impuestos por los organismos reguladores de la educación superior en el Ecuador.

En el **anexo 4.6** en su **literal h**, Impulsar políticas, estrategias, planes, programas o proyectos para la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) de tecnologías de información y comunicación (TIC).

En la actualidad el Ecuador ha centrado sus esfuerzos en lograr una transformación en la educación de tercer nivel estableciendo normativas y reglamentos que garanticen una educación superior de calidad y con niveles de excelencia académica, ya que hoy en día en el Ecuador hay universidades y escuela politécnicas con excelencia académica que están reconocidas no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional, sin embargo existen un número considerable de universidades que están en proceso de acreditación.

Es por ello que es imprescindible la implementación de medios tecnológicos y de comunicación eficientes, no solo para informar a toda la comunidad universitaria acerca de su rol en los proceso de evaluación y acreditación sino también para

promover la mejora continua a través de sistemas de gestión que permitan evaluar el desempeño de las instituciones educativas de tercer nivel de manera interna.

2.4.2. Axiológica

Esta investigación pretende fortalecer y consolidar los valores como el liderazgo, la transparencia, el compromiso, la responsabilidad, y el trabajo en equipo de la comunidad universitaria de la carrera de Carreras de Mercadotecnia de la zona tres; desde esta perspectiva los responsables en llevar a cabo los procesos de evaluación y acreditación, deberán cumplir y ejercer su labor con la visión de un paradigma humanístico, el cual considera a cada uno de sus integrantes como seres con iniciativa, con necesidades personales de crecer, con potencialidad para desarrollar actividades y solucionar problemas de forma creativa y efectiva, enfocados en la obtener la excelencia académica y calidad en la formación de entes profesionales capaces de generar un cambio positivo en la sociedad.

Axiológicamente, la presente investigación se justifica en la búsqueda de un bienestar común, no solo de una carrera, sino de toda una comunidad universitaria a través del uso de nuevas recurso tecnológicos y de comunicación que permita a la comunidad académica poner en práctica valores esenciales como la responsabilidad, el respeto, el compromiso y el incesante trabajo y esfuerzo por alcanzar la excelencia en la educación superior basado en indicadores y estándares de calidad que garantizan una instrucción de calidad, través de un sistema de gestión como medios de información y comunicación.

2.4.3. Ontológica

Esta investigación se la realizó considerando a directivos, docentes y estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la zona tres, como seres humanos únicos, con pensamientos y necesidades distintas pero en busca de un fin común, haciéndolos participes de una formación académica global dentro de un contexto en el que se considere cubrir necesidades, responsabilidades, y obligaciones así como también el de cumplir objetivos y metas.

2.5. Formulación de hipótesis

Las dos líneas de investigación que se manejan en este proyecto buscan la mejora y calidad de la educación superior en el período de los procesos de evaluación y acreditación nos ayuda a generar nuestra hipótesis:

La interfaz gráfica del sistema SAEES permite la visualización y el acceso a los datos del seguimiento a los procesos de evaluación y acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres”.

La interfaz gráfica del sistema SAEES no permite la visualización y el acceso a los datos del seguimiento a los procesos de evaluación y acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres”.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño metodológico

3.2. Enfoque de la investigación

El siguiente trabajo de investigación está basado en un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Cualitativo: Esta investigación requiere del planteamiento de objetivos para sustentar de forma lógica y despejar el problema propuesto, planteando interrogantes al público objetivo mediante encuestas y entrevistas utilizadas como medio de recolección de información y determinar los medios de comunicación y recursos gráficos idóneos para la correcta difusión de la información aplicados en la interfaz gráfica de un sistema de gestión.

Cuantitativo: El estudio y análisis de la problemática centra su objetivo en la comprobación de la hipótesis planteada, mediante el análisis de las causas y efectos de la ausencia de un sistema automatizado para la difusión de la metodología de evaluación y acreditación para las IES, en especial para las carreras de mercadotecnia de la zona tres, de modo que a través de la investigación se pueda obtener información indispensable para determinar la factibilidad de implementar un SGI como medio de difusión y comunicación interna, para administrar, gestionar y evaluar a las instituciones de tercer nivel.

Modalidad básica de la investigación

El carácter del trabajo de investigación será de campo y bibliográfica, motivado a resolver el problema:

De campo

La investigación de campo se realizará en las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres, (Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua.), en donde el investigador deberá tener contacto de manera directa con los futuros usuarios del sistema SAEES, para obtener la información necesaria de acuerdo a sus objetivos y presentar un propuesta efectiva a fin de dar solución al problema de estudio.

Bibliográfica- documental

Será una investigación bibliográfica-documental, porque se requerirá la investigación en libros, textos, folletos, revistas científicas e internet, con el propósito de conocer, comparar, profundizar, analizar y deducir enfoques, teorías, conceptualizaciones sobre aspectos en cuanto a la interfaz gráfica y su aplicación en sistemas de gestión de información.

Nivel o tipo de investigación

Investigación exploratoria

Esta tipo de investigación es imprescindible ya que mediante el estudio exploratorio facilita la obtención de información beneficiosa, que permita adaptarnos al tema de investigación y ampliar nuestro conocimiento, con el fin de conseguir una visión de la situación actual en la que se encuentran las carreras de mercadotecnia de la zona tres, frente al proceso de evaluación y acreditación, justificado en un problema poco o nada investigado.

Descriptivo

Bajo la premisa de la comunicación y difusión de la metodología y procesos de evaluación y acreditación para las IES, se ha determinado que las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres, no cuentan con un medio de comunicación eficiente para la difusión de la metodología y procesos de evaluación y acreditación en el que

se exponga tareas y actividades que permitan alcanzar la calidad y excelencia en la educación, todo aquello, justificado en las nuevas tecnologías de información y comunicación, que en la actualidad involucran nuevos conceptos para la construcción de sistemas de información representados con interfaces gráficas con el fin de que el usuario se relacione directamente con el SGI.

Explicativa

Los sistemas de gestión de información en su mayoría son conocidos una vez que estos ya están en funcionamiento, situación que puede ocasionar dificultades en el usuario al hacer uso de este, primordialmente si hay una contradicción entre la necesidad, expectativa de los usuario y presentación gráfica de la interfaz, a partir de ahí se ha realizado un análisis sobre la concepción de la interfaz gráfica para un SGI, ubicando en primer plano al usuario y las tareas que deberá realizar a través de un soporte digital diseñado bajo los principios de funcionalidad, navegabilidad y usabilidad desde el principio.

Como se menciona anteriormente se aplicarán técnicas para el análisis y definir las actividades del grupo objetivo mediante entrevistas y encuestas a fin de conocer las necesidades de los usuarios y proponer la creación de una interfaz gráfica de un SGI que cumpla las expectativas y satisfacción de los mismos.

Aplicada

Se ha determinado que, desde las perspectivas de diseño de interfaz gráfica y gestión de información, el medio de comunicación viable a través del cual los directivos, docentes y estudiantes podrán familiarizarse con las metodologías de evaluación y acreditación de forma interactiva, mediante un soporte digital que tenga la capacidad de automatizar y gestionar toda la información proveniente de los usuarios.

Con el objetivo de que las carreras de Mercadotecnia de la zona tres, puedan administrar y evaluar su desempeño, se propone el desarrollo y aplicación de una

sistema web con el fin de gestionar y sistematizar la información, poniéndola al servicio de la comunidad académica, con la intención de generar un conocimiento general, aportando con este medio de comunicación digital a la gestión de la información en beneficio de las instituciones de tercer nivel.

3.3. Población y muestra

Esta investigación se realizará en la Carreras de Mercadotecnia de la zona tres (Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza) a las personas involucradas con el fin de conocer la importancia de implementar un sistema web como medio de gestión, difusión y comunicación para la comunidad académica y el aporte en los procesos la evaluación y acreditación para las IES.

Una vez realizada la investigación se obtuvo las poblaciones clasificándolas según sus funciones:

Tabla No. 1

Población para la aplicación de Entrevistas y Encuestas.

INSTITUCIÓN	DIRECTIVOS	DOCENTES	ESTUDIANTES	FUENTE DE INFORMACIÓN
ESPE (Escuela Politécnica del Ejército)	1	0	0	Ing. Xavier Hermógenes Fabara Zambrano Director Carrera Ingeniería Comercial
UTC (Universidad Técnica de Cotopaxi)	2	17	131	Sandra Vállamarín Analista Administrativa de la Facultad de Ciencias Administrativas
UTA (Universidad Técnica de Ambato)	2	18	139	Sistema Utamático Carrera de Marketing
ESPOCH (Escuela Superior Politécnica de Chimborazo)	1	6	51	Lcda. Marcela Coloma Secretaria Escuela de Ingeniería en Marketing - IMK
UNACH Universidad Nacional de Chimborazo)	2	24	84	Ing. Martha Romero Flores Directora Ingeniería Comercial
TOTAL	8	65	405	

Aplicación de fórmula

Donde:

n: Tamaño de la muestra (Estudiantes).

PQ: Probabilidad de ocurrencia (0.25).

N: Universo de estudio.

e: Error de muestreo (5% = 0.05).

k: Coeficiente de corrección (1.96).

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) (e/k)^2 + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 405}{(405 - 1) (0,05/1,96)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{101,25}{(404) (0,0025/3,8416) + 0,25}$$

$$n = \frac{101,25}{0,5129} = 197,4 = \mathbf{200 \text{ Encuestas}}$$

El fin de la investigación es conocer si los grupos objetivos conocen los procesos y metodologías de evaluación y acreditación, parámetros de evaluación, resultados y la situación actual de sus carreras, a través de qué medios de comunicación se les ha socializado información pertinente acerca del tema, y que tan eficiente han resultado.

Del mismo modo se desea conocer el conocimiento que ha logrado obtener la comunidad académica acerca del tema en cuestión lo cual permitirá determinar la eficiencia de sistematizar un modelo de evaluación estratégica como herramienta de auto evaluación mediante una plataforma web como medio de información y comunicación sobre los procesos y parámetros de evaluación para las carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

3.4 . Operacionalización de variables

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
<p>DISEÑO WEB</p> <p>“El diseño web consiste en organizar los elementos gráficos de un sitio web para representar de manera estética la información e identidad visual corporativa de una empresa u organización.”</p>	<p>Usuario</p> <p>Experiencia de Usuario</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medios de comunicación ▪ Interactividad ▪ Funcionalidad 	<p>¿Cuentan con un sistema web de gestión con información automatizada?</p> <p>¿Qué medios de comunicación se ha implementado para informar a la comunidad académica, sobre los procesos y metodologías de evaluación y acreditación que el CEAACES ejecuta?</p> <p>¿Considera usted que los medios digitales (Web y Audiovisuales), son eficaces para la difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación?</p> <p>¿Qué contenido cree usted, debe tener un sistema web de gestión para comunicar de manera eficiente los procesos de evaluación y acreditación?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Cuestionario aplicado a los Directivos</p> <p>Encuestas a, docentes y estudiantes</p>

Cuadro No. 2 Variable Independiente – Diseño web

	Sistematización de Procesos	<p>evaluación y acreditación del CEAACES.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicadores de Evaluación y Acreditación. ▪ Resultados automáticos 	<p>uso?</p> <p>¿Conoce usted los parámetros de evaluación?</p> <p>¿Considera usted que el desarrollo y aplicación de un sistema web facilitarían la instrucción y capacitación sobre las metodologías de evaluación y acreditación?</p> <p>¿Por qué medios de comunicación suele obtener información sobre de los procesos de evaluación y acreditación?</p> <p>¿Considera usted que mediante la interacción con un sistema web puede obtener información sobre los procesos de evaluación y acreditación?</p> <p>¿Cree Ud. que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación favorecería a las carreras de Mercadotecnia?</p>	
--	------------------------------------	---	---	--

Cuadro No. 3 Variable dependiente – Interfaz gráfica

3.5. Técnicas de recolección de datos

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la importancia y factibilidad del diseño e implementación de un sistema de gestión como soporte de difusión y su incidencia en la comunicación sobre los procesos de evaluación y acreditación en las carreras de mercadotecnia en la zona tres, identificando los medios de comunicación eficientes para la correcta transmisión de la información mediante las interfaces graficas del sistema. • Determinar según su experiencia el criterio a tener en cuenta para realizar el diseño de las interfaces del sistema web de gestión.
2. ¿A qué personas?	<ul style="list-style-type: none"> • Directivos, Docente y estudiantes de 7mo a 9no nivel de las carreras de Mercadotecnia de la zona tres • Expertos en Diseño Web
3. ¿Sobre qué aspectos?	<ul style="list-style-type: none"> • Los procesos y metodologías de evaluación y acreditación de la IES, ejecutado por el organismo regulador de la educación superior en el Ecuador, CEAACES. • Sistemas reticulares y maquetación
4. ¿Quién?	Investigador: Diego Carrillo
5. ¿Cuándo?	Semestre Abril – Septiembre 2017
6. ¿Dónde?	<p>Las universidades que ofertan las carreras de Mercadotecnia en la zona tres.</p> <p>Cotopaxi: Escuela Politécnica del Ejército (ESPE) y Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)</p> <p>Tungurahua: Universidad Técnica de Ambato (UTA)</p> <p>Chimborazo: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) y Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH)</p>
7. ¿Cuántas veces?	Una vez a cada encuestado y entrevistados
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Entrevistas y Encuestas a directivos, docentes y estudiantes.
9. ¿Con qué?	Cuestionario
10. ¿En qué situación?	Durante el período académico de las carreras de mercadotecnia de la zona tres.

Cuadro No. 4 Plan de Recolección de información

3.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El procesamiento de la información tiene por objetivo generar datos agrupados y ordenados que permitan al investigador analizar la información de acuerdo a los objetivos, hipótesis y preguntas de la investigación aplicadas en los cuestionarios, posteriormente procesarla y analizarla y a través de datos numéricos llegar a una conclusión o determinar un resultado.

Tabulación

Se tabuló los resultados según las variables de la hipótesis que se propuso y se representó gráficamente

Análisis y depuración de información

Se analizó la información obtenida para descartar la existencia de información defectuosa, contradictoria e incompleta y en algunos casos no pertinentes.

Organización y representación de la información y resultados

Se organizó y presento los resultados de forma gráfica, basado en la frecuencia y el porcentaje para las variables de cada una de las preguntas del cuestionario.

Análisis e Interpretación de resultados

Se analizó los resultados estadísticos de acuerdo con los objetivos e hipótesis planteados.

Encuesta a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Pregunta N° 1

¿Qué conocimiento tiene Ud. sobre los procesos y metodologías de evaluación y acreditación para la Educación Superior?

Tabla No. 2

Pregunta N° 1 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	3	4,6 %
NO MUCHO	44	67,6 %
POCO	18	27,6 %
NADA	0	0 %
TOTAL	65	100%

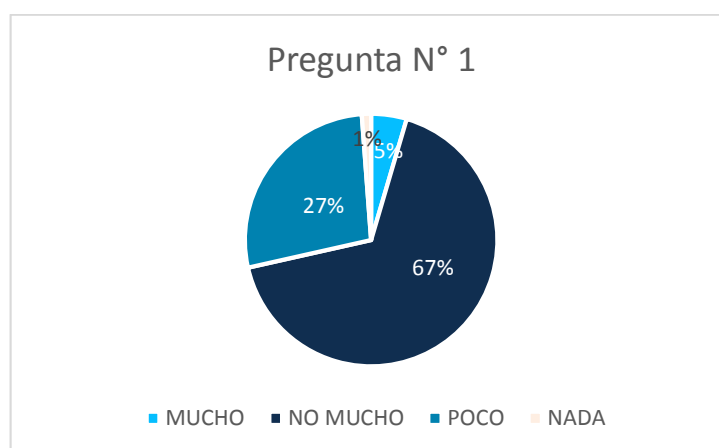


Gráfico No. 10 Pregunta N° 1 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Solo un 4,6 % tiene un conocimiento global, mientras que el 67,6 % pertenece a los docentes quienes conocen o tienen un conocimiento medio acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación, no obstante un 27,6 % estima que tiene un conocimiento limitado con respecto al tema, por ello se concluye que es necesario que todos tengan un conocimiento general sobre los proceso de evaluación.

Pregunta N° 2

¿Conoce Ud. los parámetros de evaluación y acreditación?

Tabla No. 3

Pregunta N° 2 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	46,1 %
NO	35	53,8 %
TOTAL	65	100%

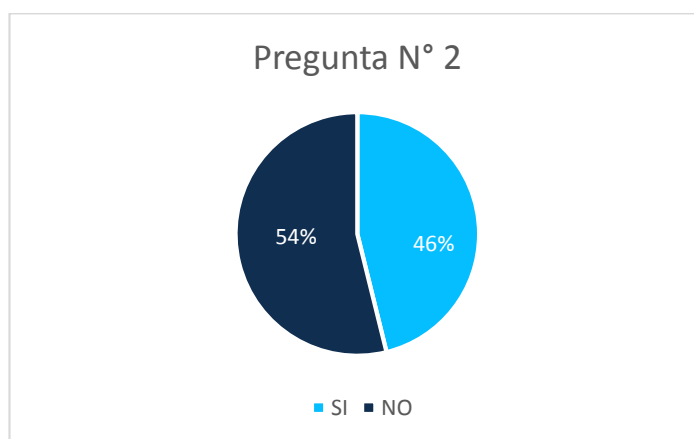


Gráfico No. 11 Pregunta N° 2 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Esta pregunta muestra criterios similares ya que la totalidad de los encuestado está dividido en dos variables manifestando que el 46,1 % de los docentes de las carreras de mercadotecnia de la zona tres, conoce los parámetros de evaluación y acreditación que el organismos regulador demanda, versus un 53,8 % quienes expresa su desconocimiento de estos parámetros de evaluación.

Pregunta N° 3

¿Conoce Ud. la situación actual y resultados de su carrera, con respecto al proceso de evaluación y acreditación?

Tabla No. 4

Pregunta N° 3 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	38,4 %
NO	40	61,5 %
TOTAL	65	100%

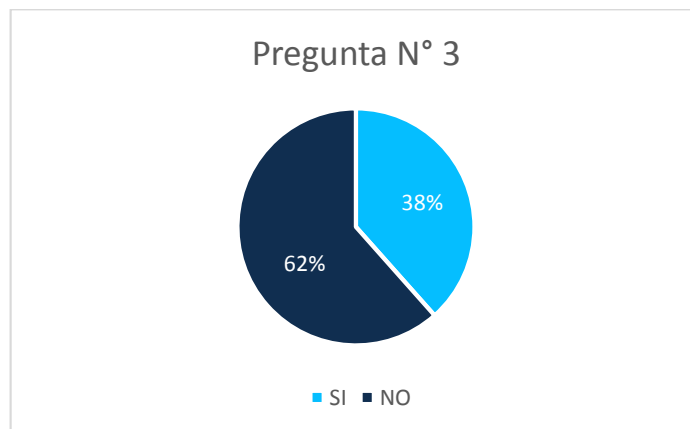


Gráfico No. 12 Pregunta N° 3 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Los resultados de esta interrogante nos muestran que tan solo un 25% de la comunidad docente conoce la situación actual y resultados de su carrera, con respecto al proceso de evaluación y acreditación, mientras que la mayoría de la población perteneciente al 61,5 % no ha recibido información de algún tipo con respecto a este tema, por tanto existe un desconocimiento de la situación actual de las instituciones.

Pregunta N° 4

¿A través de qué medios de comunicación ha recibido usted información acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?

Tabla No. 5

Pregunta N° 4 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIGITALES	17	26,1 %
IMPRESOS	9	13,8 %
AUDIOVISUALES	16	24,6 %
NINGUNO	23	35,3 %
TOTAL	65	100%

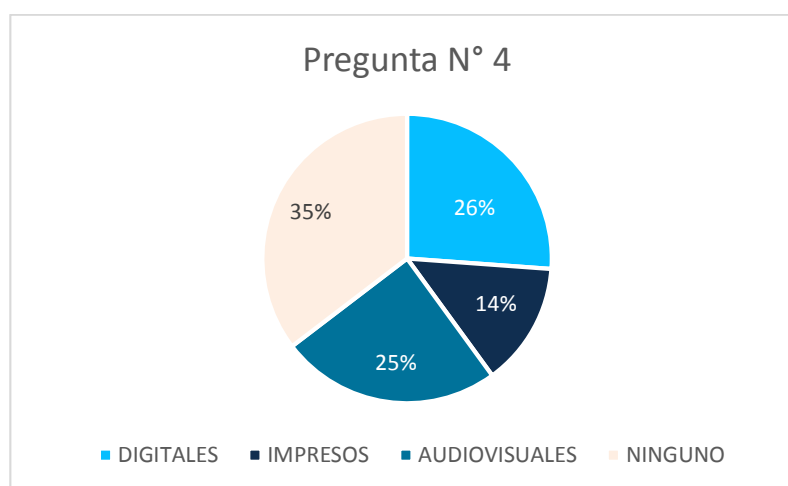


Gráfico No. 13 Pregunta N° 4 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Los criterios se dividen en todas las variables, mostrando que el 26,1% de los docentes han recibido algún tipo de información acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación a través de medios digitales por lo que se considera viable el diseño de la interfaz como medio de comunicación, el 13,8 % mediante medios impresos, el 24,6 % por medio de audiovisuales y el 35,3 % afirma que no ha recibido información por ningún medio.

Pregunta N° 5

¿En qué media considera usted, que la percepción/conocimiento que ha obtenido a través de distintos medios de comunicación sobre los procesos, metodologías de evaluación y acreditación y resultados, ha sido significativo?

Tabla No. 6

Pregunta N° 5 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	5	7,6 %
POCO	49	75,3 %
NADA	11	16,9 %
TOTAL	65	100%

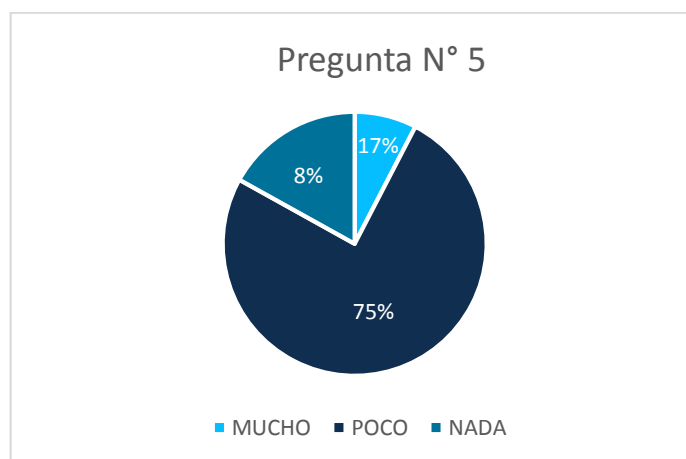


Gráfico No. 14 Pregunta N° 5 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Los resultados nos muestran que únicamente el 7,6 considera que tiene un conocimiento pleno acerca de los procesos, metodologías de evaluación y acreditación y resultados, en tanto que la mayoría de la población perteneciente al 75,3 ha logrado tener un conocimiento regular y un 16,9 % afirma no haber obtenido conocimiento alguno, por ningún medio.

Pregunta N° 6

¿Conoce Ud., si su carrera aplicó o está aplicando un Plan de Mejoras en pos de la mejora de los indicadores con dificultad?

Tabla No. 7

Pregunta N° 6 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	73,8 %
NO	17	26,1 %
TOTAL	65	100%

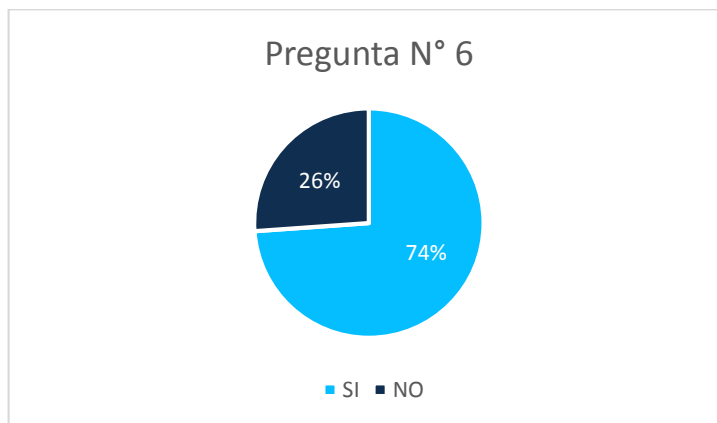


Gráfico No. 15 Pregunta N° 6 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

En su mayoría con el 73,8 % certifica que si conocen la existencia de un plan de mejoras que se va a ejecutar o que ya se está ejecutando en beneficio de sus carreras, mientras que el 26,1 % de la comunidad docente desconoce totalmente si su facultad aplico o va a aplicar un plan de este tipo, a fin de alcanzar la acreditación.

Pregunta N° 7

¿En qué medida Cree Ud. que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación a través de un sistema web favorecería al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia?

Tabla No. 8

Pregunta N° 7 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	48	73,8 %
POCO	17	26,1 %
NADA	0	0 %
TOTAL	65	100%

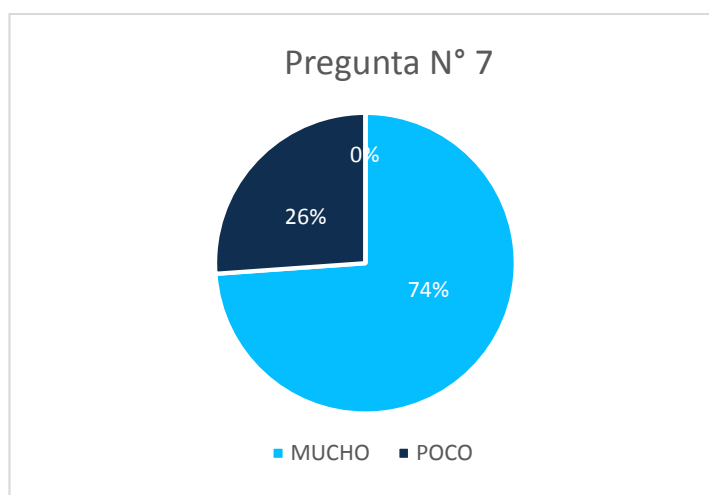


Gráfico No. 16 Pregunta N° 7 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

La mayoría de la comunidad docente perteneciente al 73,8 % considera que la sistematización aportaría mucho a las carreras de mercadotecnia, ya que esto les permitiría dar un seguimiento y conocer en qué situación se encuentran las carreras conocer sus debilidades para a futuro convertirlas en fortalezas, sin embargo 26,1 % manifiesta que el aporte de la sistematización del modelo de evaluación y acreditación aportaría poco a las carreras de mercadotecnia de la zona tres.

Pregunta N° 8

Según su criterio, considera Ud. que los medios digitales, en especial la Web, aplicada como medio de comunicación y difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados sería:

Tabla No. 9

Pregunta N° 8 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	25	38,4 %
BUENO	39	60 %
REGULAR	1	1,5 %
DEFICIENTE	0	0 %
TOTAL	65	100%

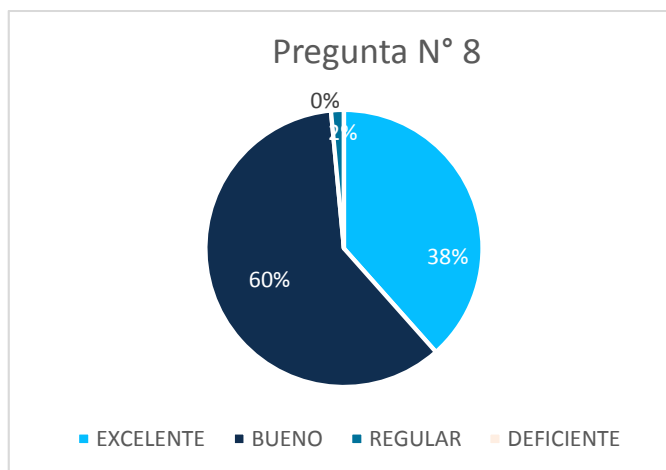


Gráfico No. 17 Pregunta N° 8 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

El 38,4 % de los comunidad docente afirma que los medios digitales especialmente la web utilizado como medio de comunicación y difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados seria excelente, cabe mencionar que la web hoy en día es un medo de alto alcance ya que todas las personas pueden obtener información a nivel mundial sin importa donde se encuentre, apoyando a esto con un porcentaje mayor del 60 % que manifiesta que sería beneficioso la aplicación de este medio de comunicación masivo.

Pregunta N° 9

¿Considera Ud. que la información que presenta la interfaz gráfica de un sistema web debe ser estructurada, organizada y entendible?

Tabla No. 10

Pregunta N° 9 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	37	56,9 %
DE ACUERDO	27	41,5 %
DESACUERDO	1	1,5 %
TOTAL	200	100%

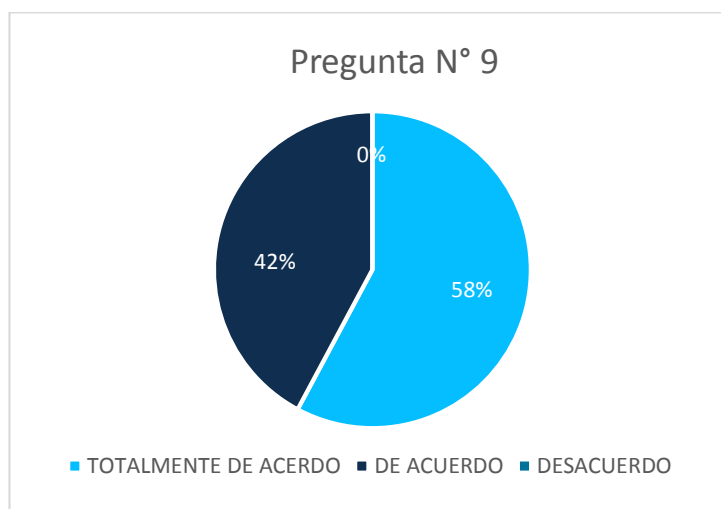


Gráfico No. 18 Pregunta N° 9 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

El 56,9 % de los docentes encuestados avala el diseño de la interfaz es importante, ya que la información que presenta la interfaz gráfica de un sistema web debe ser estructurada, organizada y entendible de modo que permita al usuario acceder a los contenidos, realizar tareas, navegar e interactuar, logrando que este se quede y vuelva, el 41,5 % está de acuerdo en que el usuario debe tener el mando de las funcionalidades de un sistema web desde el momento en el que ingresa sin que para hacerlo el usuario tenga conocimiento o capacitación previa, no obstante un mínimo 1,5 % está en desacuerdo.

Pregunta N° 10

¿Considera Ud. que la interfaz gráfica debe guardar relación, el tipo de información que presenta e institución a la que pertenece?

Tabla No. 11

Pregunta N° 10 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	41	63 %
DE ACUERDO	24	36,9 %
DESACUERDO	0	0 %
TOTAL	65	100%

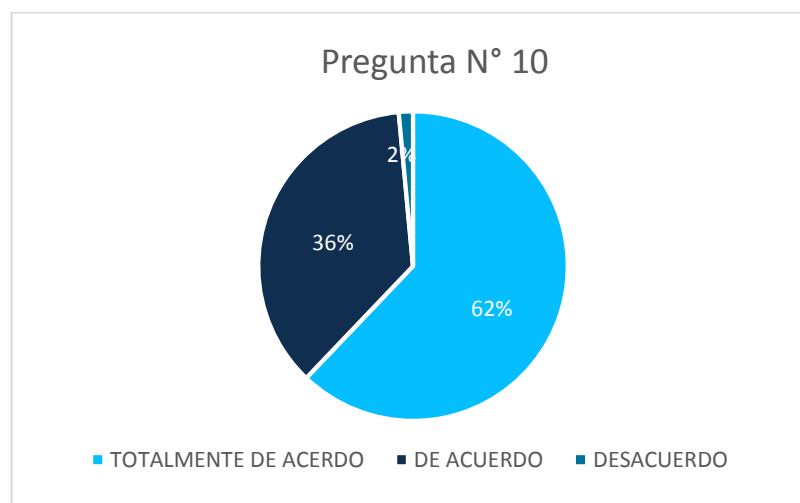


Gráfico No. 19 Pregunta N° 10 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

El 60% de la población encuestada manifiesta que es necesario mantener una gestión gráfica en un sistema web con interfaz de usuario, de esa manera lograr que el usuario sienta que en el ambiente virtual en el que está navegando sea un espacio organizado sin elementos ajenos, el 36,9 % apoya que se debe mantener relación, el tipo de información que presenta e institución a la que pertenece a fin de crea un espacio manejable y memorable, es por ello que es importante desarrollar una identidad gráfica estandarizando elementos gráficos distintivos pertenecientes a las institución ya sean iconos, tipografías, colores entre otros.

Pregunta N° 11

¿Los colores, diagramación y tipografías que componen la interfaz gráfica de un sistema web, deben facilitar las tareas del usuario?

Tabla No. 12

Pregunta N° 11 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	41	63 %
DE ACUERDO	24	36,9 %
DESACUERDO	0	0 %
TOTAL	65	100%

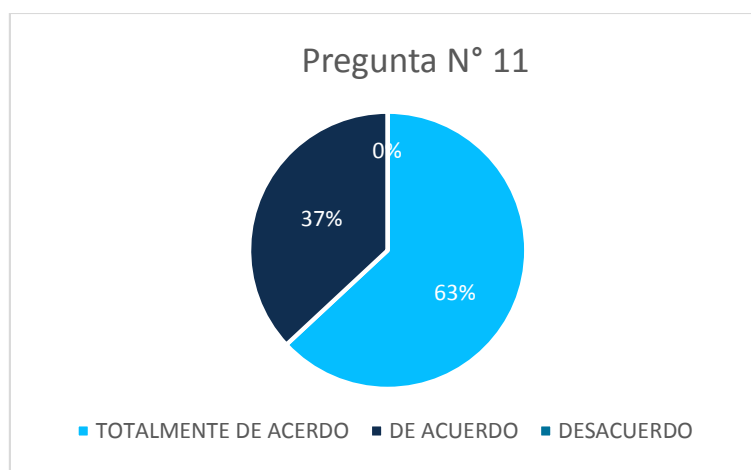


Gráfico No. 20 Pregunta N° 11 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

El 63 % de los encuestados manifiesta que los elementos gráficos utilizados en el desarrollo de un sistema web como tipografías, colores, imágenes entre otros, son una manera de comunicarse entablando una relación entre la estructura de la interfaz y el usuario de tal manera que este pueda realizar las tareas de forma simple e intuitiva al igual que el 36,9 % de la población está de acuerdo con la deducción antes mencionada, cabe mencionar que si la comunicación es clara y directa es posible conquistar la confianza del usuario.

Pregunta N° 12

¿Señale según su criterio, El uso de la interfaz gráfica debe ser :

Tabla No. 13

Pregunta N° 12 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTUITIVA	7	10,7 %
SIMPLE	12	18,4 %
ESTÉTICA	11	16,9 %
NAVEGABLE	9	13,8 %
INTERACTIVA	26	40 %
TOTAL	65	100%

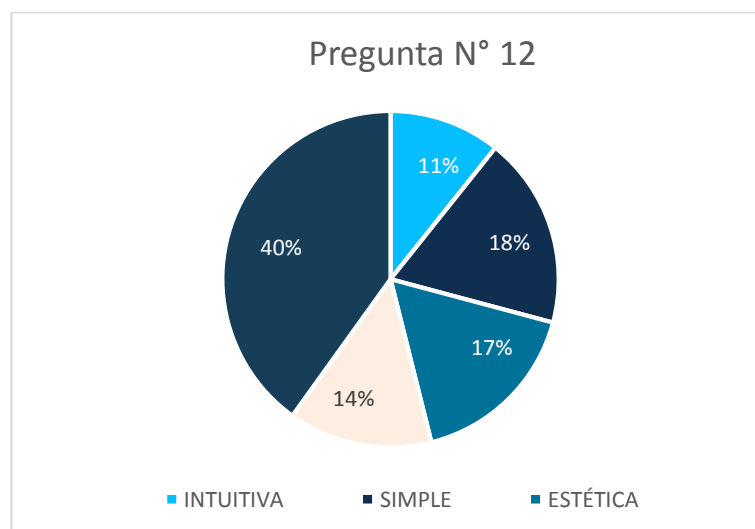


Gráfico No. 21 Pregunta N° 12 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Todas las variables de esta interrogante, han sido tomadas en cuenta por los docentes encuestados, el 10,7 % señala que debe ser intuitiva, el 18,4 % simple, el 16,9 % estética, el 13,8 navegable y el 40% interactiva, todos estos atributos ayudarán a que las acciones y tareas a realizar por el usuario sean sencillas, generando un experiencia positiva de tal modo que el este quiera acceder más de una vez al sistema web, caso contrario de contar con estas características se perdería el interés del usuario y por ende la posibilidad de captar la atención y fidelidad del usuario para con nuestra organización.

Pregunta N° 13

¿Una interfaz gráfica debe facilitar la interacción entre el dispositivo y el usuario y garantizar su uso?

Tabla No. 14

Pregunta N° 13 Docentes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	100 %
NO	0	0 %
TOTAL	65	100%

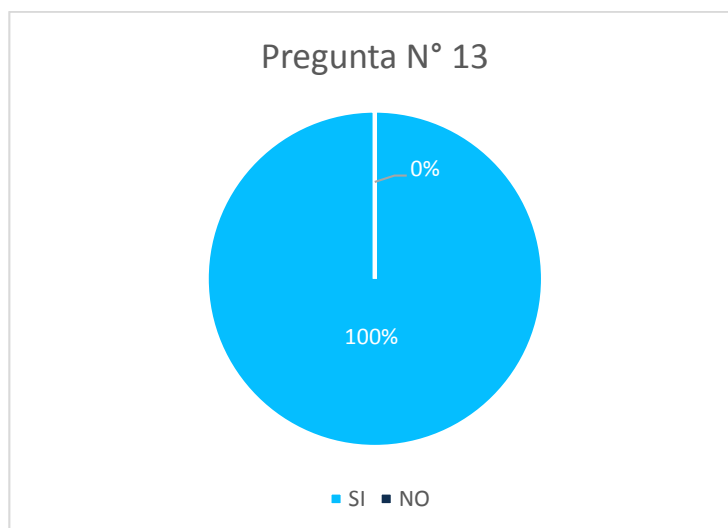


Gráfico No. 22 Pregunt N° 13 Docentes

Fuente: Encuesta dirigida a docentes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

En su totalidad con el 100% la comunidad docente de las carreras de Mercadotecnia de la zona tres, afirma que la composición visual de una interfaz gráfica garantiza su uso, por lo que los diseños y métodos de interacción deben ir enfocados en el usuario a fin de que mediante elementos gráficos y textos de fácil comprensión, permitan el desarrollo de tareas y acciones de forma eficiente.

Encuesta a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Pregunta N° 1

¿Qué conocimiento tiene Ud. sobre los procesos y metodologías de evaluación y acreditación para la Educación Superior?

Tabla No. 15

Pregunta N° 1 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	8	4 %
NO MUCHO	105	52,5 %
POCO	73	36,5 %
NADA	14	7 %
TOTAL	200	100%

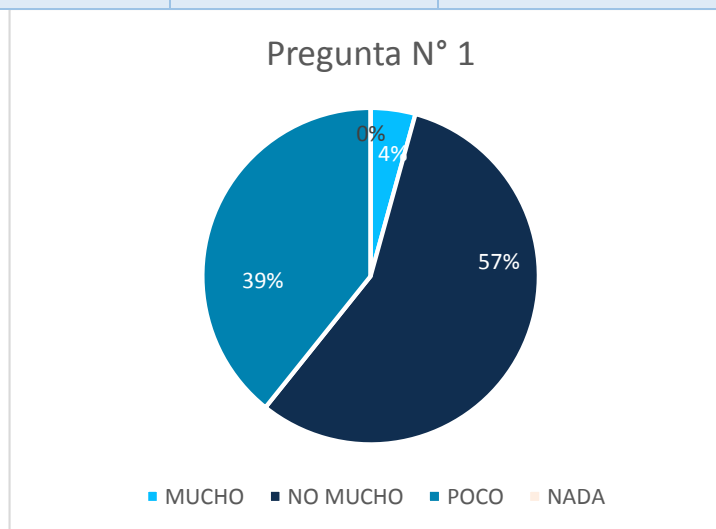


Gráfico No. 23 Pregunta N° 1 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Esta pregunta muestra que una mínima cantidad de la muestra el 4% tiene un conocimiento pleno, acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación para la educación superior, mientras que el 52,5% tiene un conocimiento aceptable y el 73% un conocimiento escaso, sin embargo existe un cantidad reducida del 7% que no sabe o desconoce acerca de estos procesos.

Pregunta N° 2

¿Conoce Ud. los parámetros de evaluación y acreditación?

Tabla No. 16

Pregunta N° 2 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	25,5 %
NO	149	74,5 %
TOTAL	200	100%

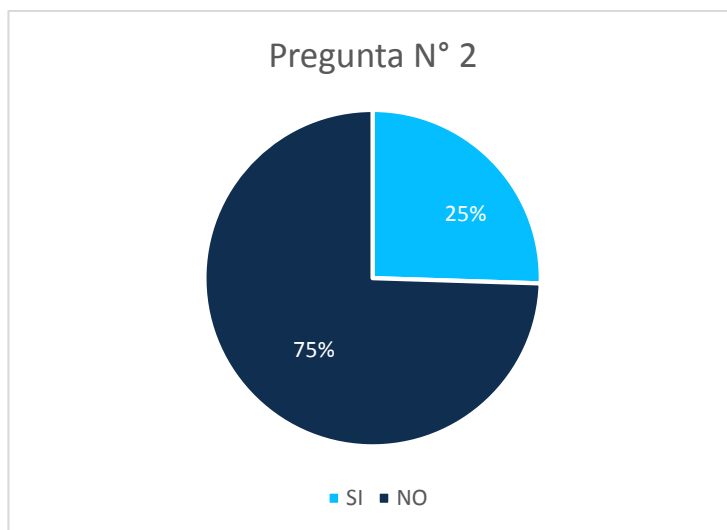


Gráfico No. 24 Pregunta N° 2 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Solamente el 51% de los encuestados/as conocen cuales son los parámetro de evaluación y acreditación que el organismo regulador CEAACES demanda, en tanto que el 74% desconoce totalmente los estándares y parámetro de evaluación y acreditación, por lo que se puede concluir mencionando que no han recibido información de este tipo por ningún medio de comunicación.

Pregunta N° 3

¿Conoce Ud. la situación actual y resultados de su carrera, con respecto al proceso de evaluación y acreditación?

Tabla No. 17

Pregunta N° 3 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	29%
NO	142	71%
TOTAL	200	100%

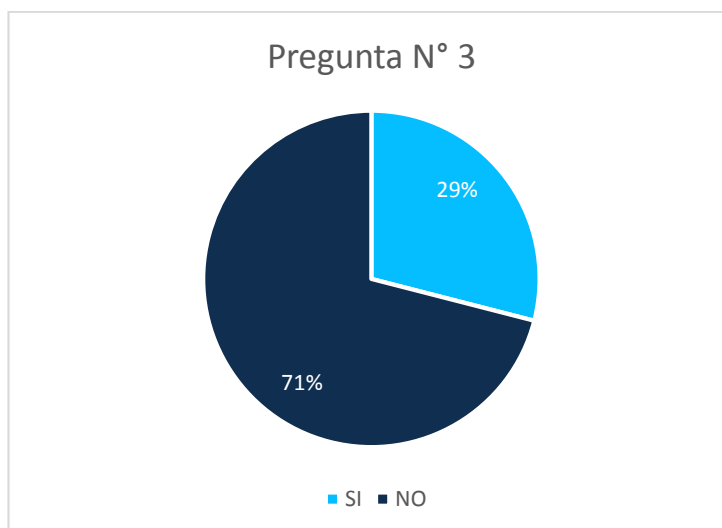


Gráfico No. 25 Pregunta N° 3 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Tan solo una mínima cantidad del 29% de la comunidad académica de las carreras de mercadotecnia de la zona tres, conoce la situación actual que están atravesando, respecto a los procesos de evaluación y acreditación en sus respectivas instituciones, en tanto que la mayoría de la muestra, es decir el 71% desconoce la situación actual de su institución es decir no saben si están atravesando este proceso o aun no, estos resultados nos permiten concluir que las autoridades de las instituciones no han socializado información sobre el tema en cuestión ya que aún no atraviesan el proceso de acreditación de carreras.

Pregunta N° 4

¿A través de qué medios de comunicación ha recibido usted información acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?

Tabla No. 18

Pregunta N° 4 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIGITALES	50	25 %
IMPRESOS	16	8 %
AUDIOVISUALES	40	20 %
NINGUNO	94	47 %
TOTAL	200	100%

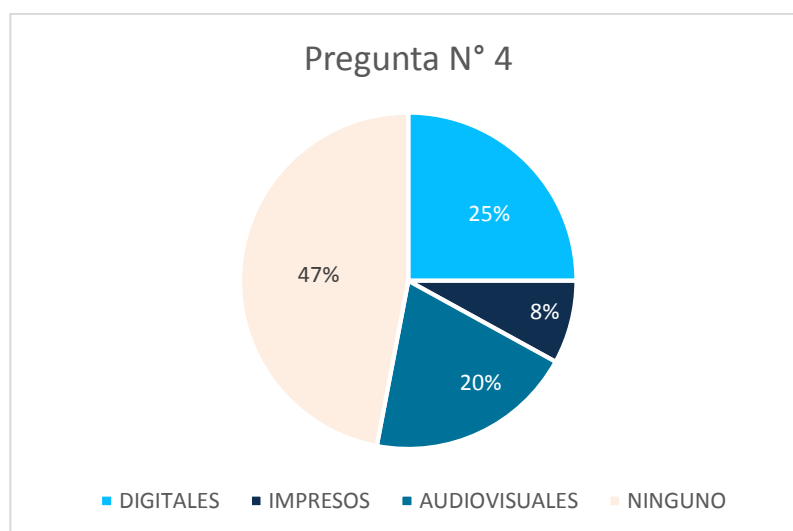


Gráfico No. 26 Pregunta N° 4 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

El 25 % afirma haber recibido información sobre de los procesos y metodologías de evaluación, a través de medios digitales, un 8 % nos dice que ha recibido información mediante medios impresos, un 20 % por medios audiovisuales, de lo contrario la mayoría con un 47 % dice que no ha recibido información sobre los proceso y metodologías de evaluación a través de ningún medio de comunicación, por lo que se concluye que es necesario un medio de difusión de información.

Pregunta N° 5

¿En qué media considera usted, que la percepción/conocimiento que ha obtenido a través de distintos medios de comunicación sobre los procesos, metodologías de evaluación y acreditación y resultados, ha sido significativo?

Tabla No. 19

Pregunta N° 5 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	24	12 %
POCO	141	70,5 %
NADA	35	17,5 %
TOTAL	200	100%

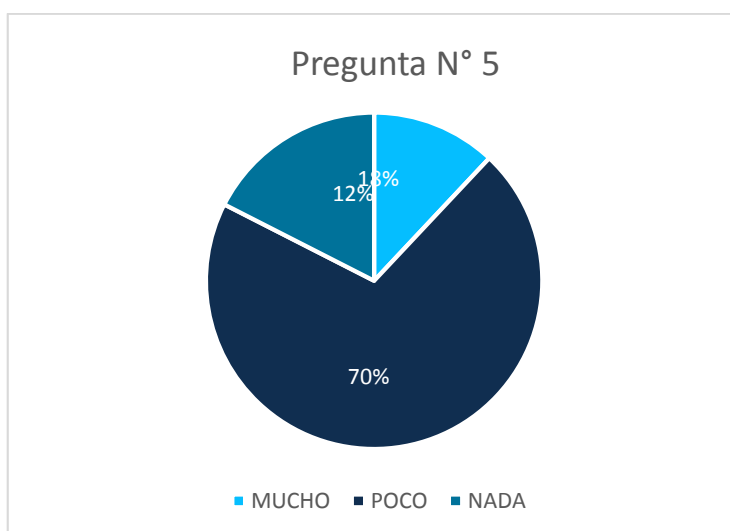


Gráfico No. 27 Pregunta N° 5 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

La mínima cantidad de la población que corresponde al 12% manifiesta que conoce los procesos, metodologías de evaluación y acreditación y resultados a través de distintos medios de comunicación, mientras que el 70,5 % de la población expresa que el conocimiento adquirido acerca del tema es mínimo, y un 17,5% de los encuestados afirman no haber obtenido ningún tipo de información sobre el tema.

Pregunta N° 6

¿Conoce Ud., si su carrera aplicó o está aplicando un Plan de Mejoras en pos de la mejora de los indicadores con dificultad?

Tabla No. 20

Pregunta N° 6 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	99	49,5 %
NO	101	50,5 %
TOTAL	200	100%

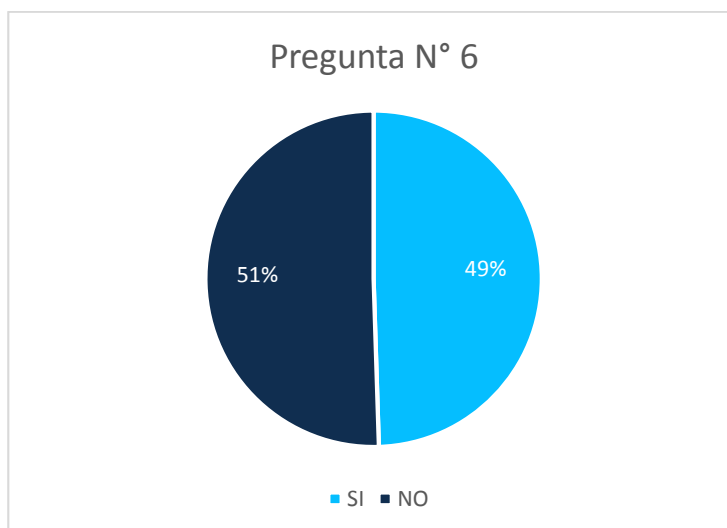


Gráfico No. 28 Preguntado N° 6 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Los resultados de las variables están a la par, ya que la mitad de los encuestados manifiestan que tienen conocimiento sobre la existencia de un plan de mejoras aplicado a sus instituciones, facultades o carreras, mientras que la otra mitad afirman que desconocen la existencia de un plan en pos de la mejora de las instituciones.

Pregunta N° 7

¿En qué medida Cree Ud. que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación a través de un sistema web favorecería al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia?

Tabla No. 21

Pregunta N° 7 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	113	56,5 %
POCO	80	40 %
NADA	7	3,5 %
TOTAL	200	100%

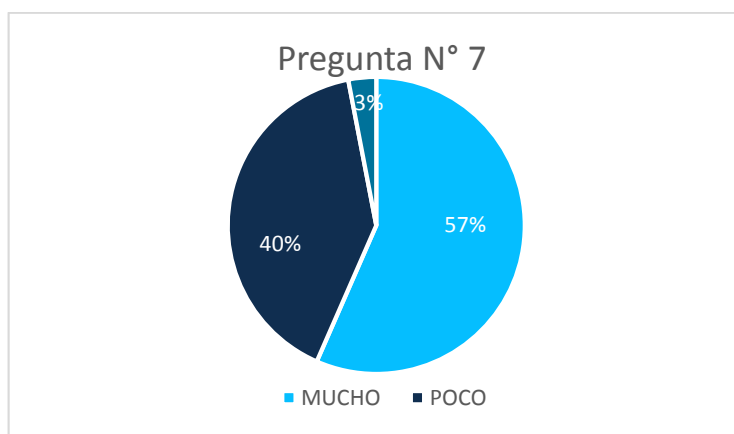


Gráfico No. 29 Pregunta N° 7 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

La mayoría de la población que corresponde al 56,5% considera que la sistematización del modelo a través de una plataforma web, favorecería mucho a las carreras de mercadotecnia ya que de esta manera se puede determinar las condiciones en las que las instituciones se encuentra con respecto a los proceso de evaluación y acreditación, mientras que un 40% considera que la plataforma web con el modelo sistematizado sería un aporte exiguo, y un 3,5 que considera que la sistematización no aportaría en nada. Cabe mencionar que el contar con un sistema web con un modelo de evaluación y acreditación automatizado permitiría dar un seguimiento a las carreras de mercadotecnia permitiendo conocer su situación actual, ayudando a las autoridades a tomar decisiones oportunas y beneficiosas para las instituciones.

Pregunta N° 8

¿Según su criterio, considera Ud. que los medios digitales, en especial la Web, aplicada como medio de comunicación y difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados sería:

Tabla No. 22

Pregunta N° 8 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	57	28,5 %
BUENO	124	62 %
REGULAR	15	7,5 %
DEFICIENTE	4	2 %
TOTAL	200	100%

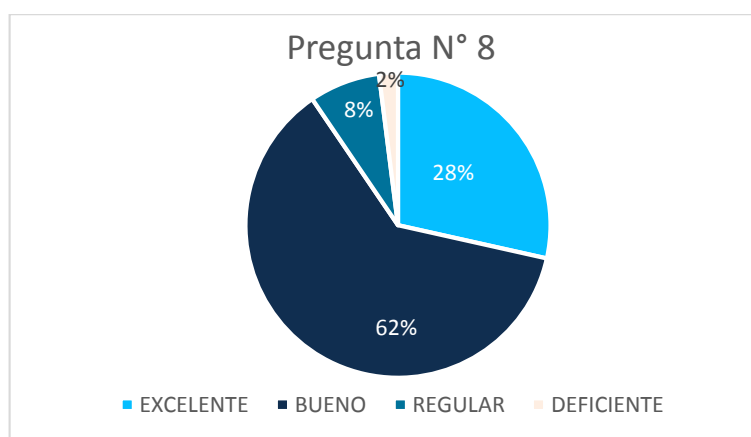


Gráfico No. 30 Pregunta N° 8 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Los porcentajes obtenidos en esta pregunta son favorables y alentadores ya que un 28,5 % de la población afirma que la web aplicada como medio de comunicación y difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados es excelente en las carreras de mercadotecnia de la zona tres, apoyada en un 62 % que manifiesta que la aplicación de la web como medio de información es buena lo que nos apoya la propuesta del diseño de la interfaz gráfica del sistema SAEES, la cual permitirá a los usuarios estar informados sobre la situación actual de sus carreras. En actualidad la web es un medio de comunicación masivo que se encuentra en auge y al que las personas sin importar su ubicación geográfica pueden tener acceso a la plataforma, no obstante un reducido 2% que considera deficiente a la aplicación de este medio.

Pregunta N° 9

¿Considera Ud. que la información que presenta la interfaz gráfica de un sistema web debe ser estructurada, organizada y entendible?

Tabla No. 23

Pregunta N° 9 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	102	51 %
DE ACUERDO	93	46,5 %
DESACUERDO	5	2,5 %
TOTAL	200	100%

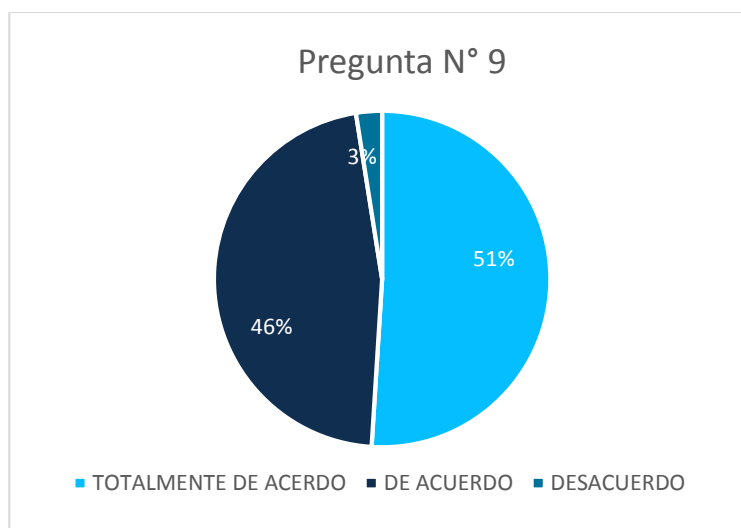


Gráfico No. 31 Pregunta N° 9 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

El 51 % de la población está totalmente de acuerdo afirmando que la interfaz gráfica de un sistema web, , debe ser organizada y sobre todo debe ser entendible para el usuario, ya que un sistema web no cuenta con estas características, pasará desapercibido y ocasionará la pérdida de interés por parte del usuario, casi a la par un 46,5 % que apoya la moción de que la interfaz gráfica de un sistema web debe estar muy bien estructurado ya que de esta manera las carreras de mercadotecnia de la zona tres podrán contar con un medio que brinde información clara y detallada acerca de los proceso y metodologías de evaluación, acreditación y resultados, tan solo un diminuto porcentaje del 2,5 % dice está en desacuerdo.

Pregunta N° 10

¿Considera Ud. que la interfaz gráfica debe guardar relación, el tipo de información que presenta e institución a la que pertenece?

Tabla No. 24

Pregunta N° 10 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	96	48 %
DE ACUERDO	99	49,5 %
DESACUERDO	5	2,5 %
TOTAL	200	100%

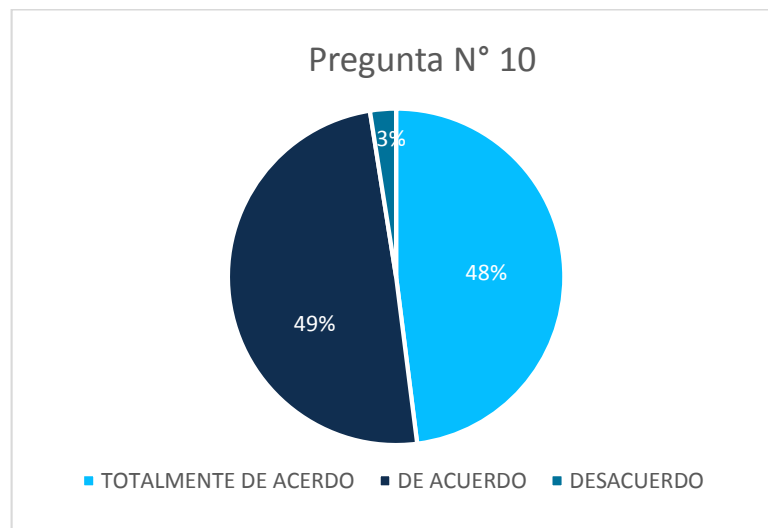


Gráfico No. 32 Pregunta N° 10 Estudiante)

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

En esta interrogante se encontró información premeditada ya que ayudará a establecer estrategias publicitarias con un alto grado de efectividad para dar a conocer lo que es el sistema, de que trata, y lo que hace, obteniendo un 48% de encuestados quienes aseveran que una interfaz gráfica debe guardar relación la institución a la que pertenece y el tipo de información que presenta a través de los medios publicitarios con el fin de generar y mantener una identidad gráfica, un 49,5% que están de acuerdo en que se debe mantener una identidad gráfica en relación a la institución, analizando los medios que permitan tener un mayor alcance con información interesante y útil para sus usuarios.

Pregunta N° 11

¿Los colores, diagramación y tipografías que componen la interfaz gráfica de un sistema web, deben facilitar las tareas del usuario?

Tabla No. 25

Pregunta N° 11 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	100	50 %
DE ACUERDO	96	48 %
DESACUERDO	4	2 %
TOTAL	200	100%

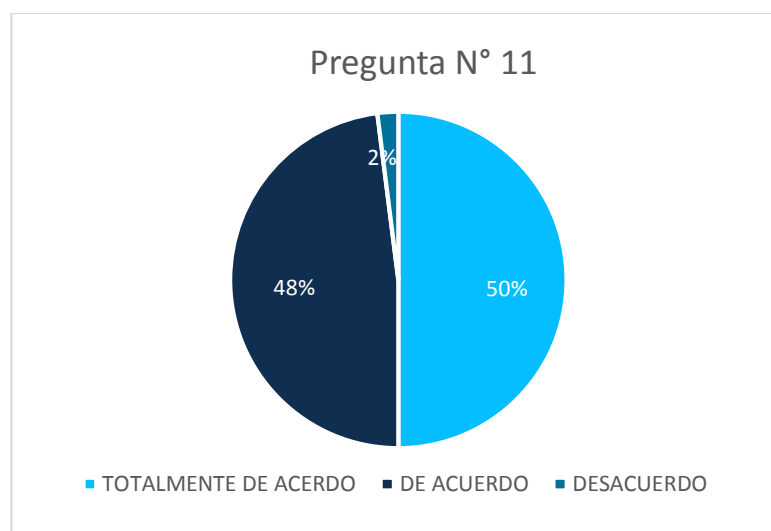


Gráfico No. 33 Pregunta N° 11 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres..

Análisis e interpretación

En su mayoría con un 50 % está totalmente de acuerdo en que la estructura grafica de una interfaz en un sistema web es decir la maquetación de textos, gráficos, imágenes entre otros deben lograr que los usuario puedan realizar las tareas asignadas sin dificultad alguna, al igual que el 48%, sin embargo un reducido 2% está en desacuerdo.

Pregunta N° 12

¿Señale según su criterio, El uso de la interfaz gráfica debe ser :

Tabla No. 26

Pregunta N° 12 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTUITIVA	10	5 %
SIMPLE	58	29 %
ESTÉTICA	24	12 %
NAVEGABLE	50	25 %
INTERACTIVA	58	29 %
TOTAL	200	100%

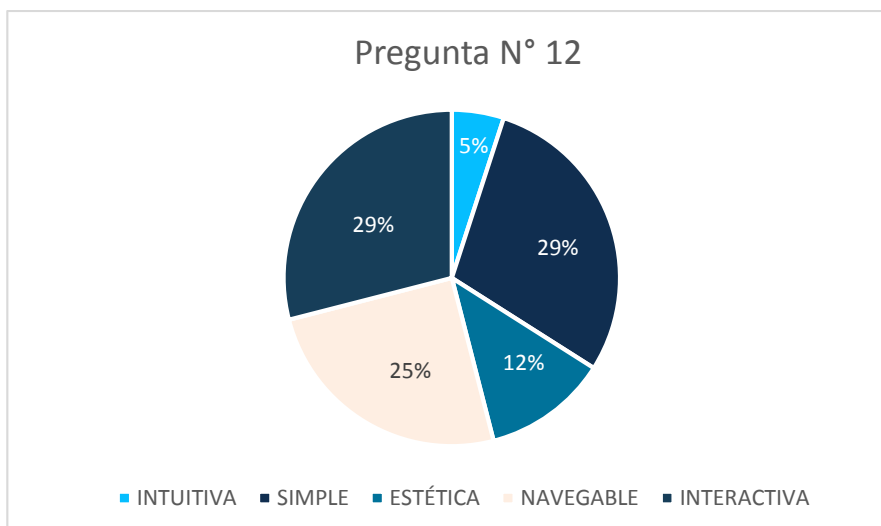


Gráfico No. 34 Pregunta N° 12 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

En el uso de la interfaz gráfica la totalidad de la población se divide en todas las variables lo que nos permite determinar las necesidades de los usuarios para que puedan hacer uso de la plataforma indicando que el 29% afirma que su uso debe ser simple, el 25% manifiesta que debe ser navegable, mientras que porcentajes menores con el 5% optan porque una interfaz debe ser intuitiva de modo que es usuario pueda hacer uso de esta a primera vistas, y un 12 % considera que la estética de la interfaz facilitan el uso de esta plataforma web.

Pregunta N° 13

¿Una interfaz gráfica debe facilitar la interacción entre el dispositivo y el usuario y garantizar su uso?

Tabla No. 27

Pregunta N° 13 Estudiante

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	190	95 %
NO	10	5 %
TOTAL	200	100%

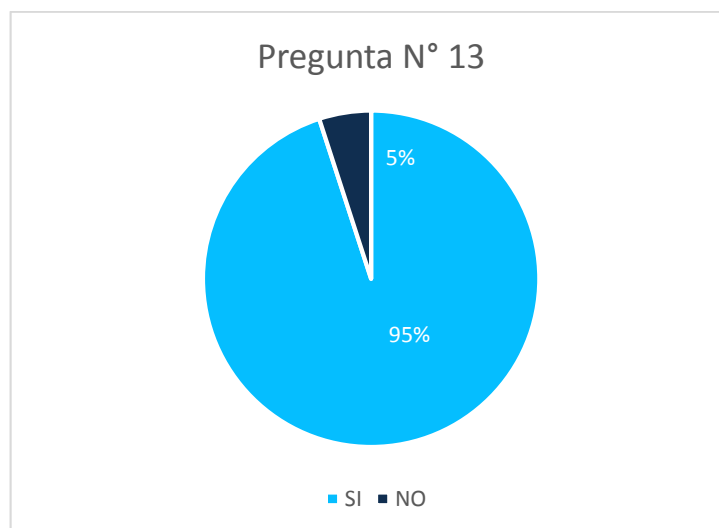


Gráfico No. 35 Pregunta N° 13 Estudiante

Fuente: Encuesta dirigida a estudiantes de las Carreras de Mercadotecnia de la zona tres.

Análisis e interpretación

Más del 95 % de los encuestados es decir una cantidad considerable manifiesta que la interfaz gráfica debe facilitar el uso de la interfaz al usuario, mediante recurso gráficos como imágenes, tipografía, cromática entre otros, para presentar información, acciones y tareas disponibles en la interfaz, ya que su principal objetivo consiste en proporcionar un entorno visual simple y sencillo de modo que se logre crear un canal de comunicación eficiente entre el sistema y el usuario, sin embargo un diminuto 5 % considera que la interfaz gráfica no facilita la interacción del usuario con el sistema, en consecuencia no se garantiza su uso.

Entrevistas

Objetivo

Investigar y obtener información sobre los requerimientos de para el diseño de una la interfaz gráfica de un SGI.

UNACH

Ing. Martha Romero

Directora de la Carrera de ingeniería Comercial

1. ¿Cómo respondió la facultad al proceso de evaluación y acreditación? ¿Hubieron inconvenientes? ¿Se cumplió con los parámetros y estándares de evaluación?

A nivel de carrera, han tenido que alinearse al nivel institucional, a pesar de aún no atravesar un proceso de acreditación de carreras buscan cumplir parámetros y directrices de evaluación para poder alcanzar los estándares que el CEAACES demanda.

2. ¿Se han implementado sistemas comunicacionales para informar a la comunidad académica, sobre los procesos y metodologías de evaluación y resultados?

En cuanto a comunicación de procesos y resultados las autoridades son quienes se encargan de convocar a la comunidad académica para la socializar la información debidamente.

3. ¿Se han implementado programas de comunicación interna para la socialización de los resultados de la evaluación realizada por el CEAACES?

Institucionalmente utilizan la tecnología digital, como la página web en la que ingresan autoridades, docentes y estudiantes, en la cual se difunde la información de actividades institucionales, también se ha implementado

medios publicitarios, como afiches que se encuentran distribuidos en las unidades académicas.

4. **¿A través de qué medios audiovisuales tales como diapositivas, videos u otros medios de comunicación se ha socializado los resultados de la evaluación a la comunidad? ¿Y qué tan eficientes han resultado?**

A nivel de facultad es el departamento de evaluación el encargado de mostrar a través de “power point” en formatos específicos las condiciones de lo que plantea el CEAACES.

5. **¿La información y presentación de resultados ha sido coherente y de fácil comprensión para la comunidad?¿Ha cumplido su objetivo comunicacional? (Cambios esperados conocimientos, actitudes, prácticas y comportamientos)**

Puedo decir que los docentes y estudiantes de mi carrera, estamos comprometidos, conocemos el riesgo que no es únicamente de que no acredite la universidad sino también la carrera.

6. **¿Las mejoras que se realizan o se han realizado en pos de la carrera son o han sido socializadas a la comunidad académica? ¿A través de qué medios de comunicación?**

Todo a través de medios digitales, a través de la página web, a partir de una socialización mostrando a los estudiantes como estamos en el proceso de evaluación y acreditación y como se está ejecutando el plan de mejoras.

7. **¿Cuentan con un sistema web de gestión con información automatizada? ¿Han logrado comunicar de manera efectiva?**

La página web de la universidad, dirigida a la comunidad universitaria, a la que diariamente ingresan docentes y estudiantes, considerando que en la web la comunicación es más fluida.

8. **¿Considera usted que los medios digitales (Web), serían los medios eficientes para la difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

El auge de la informática y la comunicación a través de estos medios digitales, es más fácil y rápida, hoy en día las redes sociales, como Twitter y Facebook son medios a los que todos tiene acceso incluso los adultos que recién se vinculan a este tipo de comunicación digital, no obstante este no es el caso de estudiantes que nacieron en estas épocas y que se les hace mucho más fácil acceder a estos medio de comunicación.

9. **¿Considera usted que una plataforma Web, con interfaces graficas estéticas, intuitivas y navegables sería un medio de comunicación eficiente para presentar contenidos acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

La interfaz gráfica de un sistema web, debe ser amigable y navegable considerando que la estética y organización de textos y gráficos permiten un mejor visualización de los contenidos sobre todo a las personas adultas, a diferencia de los jóvenes que ya están entendidos con la tecnología, todos aquellos aspectos debe ser lo atractivo en una interfaz.

10. **¿Cree usted que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación permitiría a la carrera de Mercadotecnia de la zona tres, estar preparada para afrontar un proceso de evaluación y acreditación realizado por el CEAACES?**

Ayudaría mucho porque pues es un gran proyecto el que están planteando y lo mejor es que el sistema nos emita los resultados a tiempo, para analizar y determinar que estamos haciendo bien o que estamos haciendo mal, felicitaciones porque van ayudar en realidad a mucho a la academia en el sentido de demostrar que en realidad se está trabajando.

11. **En la escala del 1 al 3, en su opinión ¿Cree usted que la automatización de un modelo de evaluación y acreditación, a través una plataforma web como medio de difusión y comunicación sería 1 Factible, 2 Poco Factible, 3 No factible y Porque? ¿Ya que ayudaría al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia de la zona tres?**

Factible, porque todo se resume en ayudar a los proceso de acreditación de las universidades, así como también brindar una herramienta de comunicación a través de la cual se pueda concientizar a la comunidad académica y despertar su sentido de compromiso y responsabilidad con la institución.

UNACH

Ing. Patricio Sánchez

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas de Ingeniería Comercial

1. **¿Cómo respondió la facultad al proceso de evaluación y acreditación? ¿Hubieron inconvenientes? ¿Se cumplió con los parámetros y estándares de evaluación?**

Aun no se acreditan todas las carreras, están en proceso además cuentan con una plataforma de la universidad, y aparte de eso como facultad tienen su propia fan page, en redes sociales, en la cual se informa a la comunidad académica todo lo que estamos haciendo.

2. **¿Se han implementado sistemas comunicacionales para informar a la comunidad académica, sobre los procesos y metodologías de evaluación y resultados?**

A través de un proceso previo en reuniones con los docente se socializa la situación en la que se encuentra la institución, saben que va haber una evaluación, incluso con los directores de carrera se ha socializado los parámetro de evaluación genéricos, porque a ciencia cierta desconocen la forma de evaluación por parte del CEAACES sin descartar que modelos de evaluación suelen cambiar.

3. **¿Se han implementado programas de comunicación interna para la socialización de los resultados de la evaluación realizada por el CEAACES?**

La comunicación que tienen con la comunidad a cerca de este proceso es permanente, mediante medios impresos, audiovisuales, medios públicos todos, sobretodo en periódicos, medios impresos como folletos no, porque aún se encuentran en proceso de auto evaluación y aun no se conocen los resultados

4. **¿A través de qué medios audiovisuales tales como diapositivas, videos u otros medios de comunicación se ha socializado los resultados de la evaluación a la comunidad? ¿Y qué tan eficientes han resultado?**

A través de redes sociales, pagina web institucional, además tenemos un sistema de evaluación y acreditación institucional propio.

5. **¿La información y presentación de resultados ha sido coherente y de fácil comprensión para la comunidad?¿Ha cumplido su objetivo comunicacional? (*Cambios esperados conocimientos, actitudes, prácticas y comportamientos*)**

“Aún no se encuentra en proceso”

6. **¿Las mejoras que se realizan o se han realizado en pos de la carrera son o han sido socializadas a la comunidad académica? ¿A través de qué medios de comunicación?**

Actualmente la universidad está en proceso de re acreditación voluntario. En temas de autoevaluación es justo y necesario una plataforma web con procesos estandarizados que nos permitan obtener información y resultados a tiempo y de forma automatizada caso contrario cada facultad se evaluaría a lo que cree conveniente y para lo cual se debe establecer temas y procesos homogéneos apoyados en las TIC's.

7. **¿Cuentan con un sistema web de gestión con información automatizada? ¿Han logrado comunicar de manera efectiva?**

Cuentan con la página web institucional y un sistema de evaluación propio.

8. **¿Considera usted que los medios digitales (Web), serían los medios eficientes para la difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Considera que la Web es un medio eficiente de comunicación ya que es un medio masivo al que la mayor parte de las personas tienen acceso y mientras más gente sepa lo que se va hacer o se está haciendo la información y conocimiento será buena, siempre que respondan a los objetivos comunicacionales.

9. **¿Considera usted que una plataforma Web, con interfaces graficas estéticas, intuitivas y navegables sería un medio de comunicación eficiente para presentar contenidos acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Manifiesta que todo lo que sea aportes tecnológicos es bienvenido, ya que la evaluación es un proceso totalmente complejo por lo cual requiere de instrumentos y soportes tecnológicos, que faciliten estas metodologías.

10. **¿Cree usted que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación permitiría a la carrera de Mercadotecnia de la zona tres, estar preparada para afrontar un proceso de evaluación y acreditación realizado por el CEAACES?**

Por supuesto.

11. **En la escala del 1 al 3, en su opinión ¿Cree usted que la automatización de un modelo de evaluación y acreditación, a través una plataforma web como medio de difusión y comunicación sería 1 Factible, 2 Poco Factible, 3 No factible y Porque? ¿Ya que ayudaría al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia de**

la zona tres?

Factible, es la calificación que la autoridad da a nuestro proyecto de investigación, ya que sería un gran apoyo a estos proceso complejos, que no debería ser manual, y debe obedecer a proceso estandarizados y homogéneos, de modo que una plataforma deberá obedecer a procesos ya instaurados en lo que debe ser y no ser, en cambio sí se dejase a la subjetividad, al criterio de lo manual van haber problemas, inclusive haber la pérdida de objetividad.

ESPOCH

Ing. Carlos Delgado

Director de la Escuela De Ingeniería en Marketing

1. **¿Cómo respondió la facultad al proceso de evaluación y acreditación? ¿Hubieron inconvenientes? ¿Se cumplió con los parámetros y estándares de evaluación?**

Aun no hay acreditación de carreras, ni de facultades, solamente la institucional la que categorizaron a las universidades, en los dos últimos proceso de evaluación las carreras Ing. Comercial de la escuela se cerraron debido que no cumplieron con los parámetro y estándares demandado por el organismo regulador. No obstante en aquel momento respondieron al proceso con los escasos recursos con los que contaban en aquella época permitiéndoles situarse en la categoría “B”.

2. **¿Se han implementado sistemas comunicacionales para informar a la comunidad académica, sobre los procesos y metodologías de evaluación y resultados?**

Mediante videos y artes publicadas en redes sociales y la fan page de la facultad, enviados también a los correos electrónicos, con información de los avances que se van realizando y los resultados conseguidos.

3. **¿Se han implementado programas de comunicación interna para la socialización de los resultados de la evaluación realizada por el CEAACES?**

Han realizado campaña acerca de los proceso de evaluación y acreditación difundida a través de redes sociales, envío de información por email, ya que consideran que son dos formas eficientes de comunicar en la actualidad.

4. **¿A través de qué medios audiovisuales tales como diapositivas, videos u otros medios de comunicación se ha socializado los resultados de la evaluación a la comunidad? ¿Y qué tan eficientes han resultado?**

Videos y artes publicadas en redes sociales.

5. **¿La información y presentación de resultados ha sido coherente y de fácil comprensión para la comunidad?¿Ha cumplido su objetivo comunicacional? (*Cambios esperados conocimientos, actitudes, prácticas y comportamientos*)**

Los estudiantes ni siquiera ingresan al correo electrónico una vez al día, en su mayoría el tiempo que se conecten a un “WiFi” no lo utilizan para entrar a la plataforma de la institución, sino para revisar sus redes sociales, es decir el director cuestiona el cómo se pretende lograr que los usuarios ingresen al sistema web.

6. **¿Las mejoras que se realizan o se han realizado en pos de la carrera son o han sido socializadas a la comunidad académica? ¿A través de qué medios de comunicación?**

Están realizando un proceso de auto evaluación para el nuevo proceso, del cual aún no se obtienen los resultados posteriormente se aplicara un plan de mejoras que se tratará de implementar lo más pronto posible para defender su categoría y de ser posibles aspiran subir a categoría “A”.

7. **¿Cuentan con un sistema web de gestión con información automatizada? ¿Han logrado comunicar de manera efectiva?**

NO, porque no cuentan con información certera sobre los parámetros y estándares de evaluación ya que aducen que la calificación de los indicadores son inestables, lo que dificulta saber a ciencia cierta el porcentaje de cada indicador.

Únicamente cuenta con la página web institucional en donde se difunden actividades en beneficio de la institución.

8. **¿Considera usted que los medios digitales (Web), serían los medios eficientes para la difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Manifiesta que todo lo que es comunicación vía web, es efectivo viéndolo desde un punto de vista presupuestario ya que es económico y de mayor alcance puesto que los estudiantes tienen mayor acceso a este medio por lo que para captar su atención se debe buscar herramientas dinámicas que permitan llegar a la mayor parte y cantidad de estudiantes, docentes para que se informen, es por ello que la web es una de las alternativas más rápidas hoy por hoy.

9. **¿Considera usted que una plataforma Web, con interfaces graficas estéticas, intuitivas y navegables sería un medio de comunicación eficiente para presentar contenidos acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Plantea que por más atractiva que se una plataforma web gráficamente con textos, gráficos y demás el objetivos es que como hacer para que los estudiantes ingresen a la plataforma.

Manifestando además que se debe realizar algún tipo de campaña de difusión para que ingresen al sistema para informarse ya que según las estadísticas de la institución de acceso a su página web es mínima.

10. ¿Cree usted que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación permitiría a la carrera de Mercadotecnia de la zona tres, estar preparada para afrontar un proceso de evaluación y acreditación realizado por el CEAACES?

EL entrevistado manifestó que el tener un modelo sistematizado sería excelente ya que de esta manera se puede obtener la información sistematizada cuyo acceso sería más fácil.

11. En la escala del 1 al 3, en su opinión ¿Cree usted que la automatización de un modelo de evaluación y acreditación, a través una plataforma web como medio de difusión y comunicación sería 1 Factible, 2 Poco Factible, 3 No factible y Porque? ¿Ya que ayudaría al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia de la zona tres?

Califica el proyecto con 2 “Factible” ya que su criterio personal es que la comunicación es la base para informar a la comunidad acerca de estos procesos, la idea es como hacer que los usuarios ingresen al sistema en busca de información respecto a este tema.

ESPE- CEDE LATACUNGA

Ing. Xavier Fabara

Director de Carrera

La carrera de ingeniería comercial está vigente solo para registro de títulos. Ya que tiene un proceso de cierre aproximadamente de cinco años en los cuales se ha ido cerrando paulatinamente por una decisión que tomaron las autoridades a nivel de Quito. Fue algo institucional, incluso antes que existiera el SENEYCYT y el CES, cabe mencionar que aún están bajo la vigencia del CONESUP.

UTC

Ec. Guido Santamaría

Decano de la Facultad de Administración de Empresas.

1. **¿Cómo respondió la facultad al proceso de evaluación y acreditación? ¿Hubieron inconvenientes? ¿Se cumplió con los parámetros y estándares de evaluación?**

La Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi está preparándose para hacer frente al proceso de evaluación y acreditación de modo que se pueda alcanzar la acreditación de las carreras como tal, mencionando que en procesos anteriores las carreras de la universidad aprobaron el proceso por lo cual la institución cuenta con un reconocimiento de 5 años de acreditación institucional y en categoría C.

2. **¿Se han implementado sistemas comunicacionales para informar a la comunidad académica, sobre los procesos y metodologías de evaluación y resultados?**

El departamento de Relaciones Públicas de la institución es quien se encarga de la difusión, no solo de resultados de evaluación y acreditación sino también de eventos y actividades académicas de vinculación e investigación

3. **¿Se han implementado programas de comunicación interna para la socialización de los resultados de la evaluación realizada por el CEAACES?**

A través de la plataforma web institucional y redes sociales se está informando permanentemente.

4. **¿A través de qué medios audiovisuales tales como diapositivas, videos u otros medios de comunicación se ha socializado los resultados de la evaluación a la comunidad? ¿Y qué tan eficientes han resultado?**

En lo que respecta a medios audiovisuales cuentan con pantallas colocadas en los espacios de la institución y un canal de TV local

llamado “La Academia” que se transmite los fines de semana en televisión local.

5. **¿La información y presentación de resultados ha sido coherente y de fácil comprensión para la comunidad? ¿Ha cumplido su objetivo comunicacional? (Cambios esperados conocimientos, actitudes, prácticas y comportamientos)**

La socialización está a cargo de la dirección de evaluación y el Departamento de Relación Públicas quienes se encargan de realizar un proceso, análisis y difusión de resultados de modo que la información presentada a la comunidad sea entendible y de fácil comprensión.

6. **¿Las mejoras que se realizan o se han realizado en pos de la carrera son o han sido socializadas a la comunidad académica? ¿A través de qué medios de comunicación?**

La autoridad considera que estos medios han sido eficaces en medida que la comunidad esté informada al respecto, sin embargo existen estudiantes que no están informados por falta de atención, desconociendo su rol dentro del proceso porque debe haber un interés por parte de los estudiantes.

7. **¿Cuentan con un sistema web de gestión con información automatizada? ¿Han logrado comunicar de manera efectiva?**

A nivel institucional cuentan con un modelo de evaluación y acreditación institucional que ya se lo corrió en presencia de la comisión interventora, un modelo de su autoría.

8. **¿Considera usted que los medios digitales (Web), serían los medios eficientes para la difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Manifiesta además que TIC's es una tecnología que está en boga y que a través de este medio, la comunicación es transmitida de manera eficaz por lo que se lo considera como un canal eficiente de información y

comunicación.

9. **¿Considera usted que una plataforma Web, con interfaces graficas estéticas, intuitivas y navegables sería un medio de comunicación eficiente para presentar contenidos acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Es necesario que la interfaz de un sistema sea intuitiva, navegable ya que ayudaría a los usuarios desempeñar actividades o tareas de manera eficiente.

10. **¿Cree usted que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación permitiría a la carrera de Mercadotecnia de la zona tres., estar preparada para afrontar un proceso de evaluación y acreditación realizado por el CEAACES?**

Considera factible la sistematización de un modelo de evaluación, ya que a través del modelo podemos conocer las debilidades que tengamos, permitiéndonos tomar decisiones oportunas.

11. **En la escala del 1 al 3, en su opinión ¿Cree usted que la automatización de un modelo de evaluación y acreditación, a través una plataforma web como medio de difusión y comunicación sería 1 Factible, 2 Poco Factible, 3 No factible y Porque? ¿Ya que ayudaría al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia de la zona tres?**

Considera factible la sistematización de un modelo de evaluación, ya que a través esto se podría conocer las debilidades que tenga la institución, permitiendo la toma de decisiones oportuna, sin embargo es necesaria la contribución de la comunidad universitaria con el fin de cada integrante a través de su accionar pueda contribuir al proceso de evaluación y acreditación.

UTC

Ing. Marcelo Cárdenas

Director de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas

1. **¿Cómo respondió la facultad al proceso de evaluación y acreditación? ¿Hubieron inconvenientes? ¿Se cumplió con los parámetros y estándares de evaluación?**

Se ha realizado un rediseño de carreras, con la resolución de CONESUP las carreras administrativas ya no son ingenierías, hoy en día se llama Licenciatura en Administración de Empresas. Por otra parte se han realizado autoevaluaciones conforme al modelo institucional con la finalidad de cumplir los indicadores establecido en el modelo.

2. **¿Se han implementado sistemas comunicacionales para informar a la comunidad académica, sobre los procesos y metodologías de evaluación y resultados?**

Si, a través de redes sociales y página web institucional.

3. **¿Se han implementado programas de comunicación interna para la socialización de los resultados de la evaluación realizada por el CEAACES?**

La información acerca de los procesos del auto evaluación y resultados se ha socializado a la comunidad académica a través de correos electrónicos y conferencias y como medios audiovisuales como diapositivas y videos presentados en las pantallas de nuestra facultad.

4. **¿A través de qué medios audiovisuales tales como diapositivas, videos u otros medios de comunicación se ha socializado los resultados de la evaluación a la comunidad? ¿Y qué tan eficientes han resultado?**

Conferencias, plataformas virtuales, correos electrónicos, radio institucional, y redes sociales, son los medios a través de los cuales se ha logrado cumplir el objetivo comunicacional planteado.

5. **¿La información y presentación de resultados ha sido coherente y de fácil comprensión para la comunidad? ¿Ha cumplido su objetivo comunicacional? (Cambios esperados conocimientos, actitudes, prácticas y comportamientos)**

La información y asimilación has sido entendida por parte de la comunidad de manera favorable.

6. **¿Las mejoras que se realizan o se han realizado en pos de la carrera son o han sido socializadas a la comunidad académica? ¿A través de qué medios de comunicación?**

La información acerca de los procesos del auto evaluación y resultados se ha socializado a la comunidad académica a través de correos electrónicos, conferencias (diapositivas) redes sociales y radio institucional.

7. **¿Cuentan con un sistema web de gestión con información automatizada? ¿Han logrado comunicar de manera efectiva?**

Cuenta con un sistema de autoevaluación de autoría propia.

8. **¿Considera usted que los medios digitales (Web), serían los medios eficientes para la difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Considera que las plataformas web son medios eficientes de comunicación ya que actualmente las personas son más visuales que para leer, pues la composición visual de elementos, gráficos y fotografías es lo que hace a los sistemas web atractivos.

9. **¿Considera usted que una plataforma Web, con interfaces graficas estéticas, intuitivas y navegables sería un medio de comunicación eficiente para presentar contenidos acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?**

Las personas son más visuales, que para leer y lo primero que hace a los sistemas web atractivos, es la gráfica y como están distribuidos los contenidos tanto en imágenes, textos y fotografías, por lo que hoy en día

son un medio eficiente en el que la comunicación es mucho más fácil.

10. **¿Cree usted que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación permitiría a la carrera de Mercadotecnia de la zona tres, estar preparada para afrontar un proceso de evaluación y acreditación realizado por el CEAACES?**

Manifiesta que el proceso llevado forma manual ha ocasionado inconvenientes, por lo que la institución se encuentra trabajando en la sistematización de estos procesos ya que permitirían gestionar la información de mejor manera.

11. **En la escala del 1 al 3, en su opinión ¿Cree usted que la automatización de un modelo de evaluación y acreditación, a través una plataforma web como medio de difusión y comunicación sería 1 Factible, 2 Poco Factible, 3 No factible y Porque? ¿Ya que ayudaría al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia de la zona tres?**

Considerando factible la sistematización, puesto que es mucho más fácil encontrar información digital que impresa, pues hoy en día existen medios tecnológicos en la que la parte digital debe prevalecer para que ese conocimiento ayude al desarrollo de proyecto de este tipo.

Entrevista a Expertos

Ing. Mg. Marcos Benítez

Objetivo

Recopilar informa acerca de los procesos y requerimientos necesarios para el diseño de la interfaz gráfica de usuario de un SGI.

1. ¿Cuáles son los requerimientos que demanda el diseño de una interfaz gráfica de usuario aplicado a un SGI?

El experto en el área de diseño web manifiesta que el desarrollo de una interfaz gráfica de usuario debe cumplir un proceso obligatorio, el mismo que inicia con investigación al público hacia el cual está dirigido el producto digital, con el fin de determinar sus necesidades tanto gráficas como psicográficas, pues una vez definido el público y basado en su experiencia profesional, se determina las características de diseño que más se adapte a sus necesidades.

Cabe mencionar que el protagonismo que en la actualidad tienen las TIC's nos da la oportunidad de aplicar la teoría de la adaptabilidad, la cual consiste diseñar una interfaz gráfica adaptable a cualquier tipo de dispositivo para la comodidad de los usuarios.

2. ¿Cuáles son los elementos y características específicas que debe tener la interfaz gráfica de usuario de un SGI?

Una interfaz gráfica debe ser amigable, ya que esto permitirá la interacción entre el usuario y el sistema evitando que este se pierda o se frustre durante la navegación, es por ello que una interfaz debe contar con un arquitectura muy bien distribuida tanto en textos como en gráficos, debe ser intuitiva y fácil de usar creando una experiencia gratificante y única al usuario, sin que este tenga que pensar mucho o leer un instructivo para hacer uso de esta, y sobre todo que cumpla con el objetivo o fin de la empresa u organización.

3. ¿Qué normas SEO considera usted como experto que se deben tener en cuenta para el desarrollo de una plataforma web?

Los expertos en el área del diseño web manifiestan que las normas SEO (Search Engine Optimization) refiere a la facilidad con la que los buscadores web ubican y reconocen nuestra sitio como una web confiable y por ende ayuda a que nuestro sitio sea reconocido y visitado por el público hacia el cual está destinado nuestro producto

digital.

Además exponen que los enlaces de nuestro sitio serán eficientes si nos enlazamos con sitios web afines a los contenidos que se está presentando, de lo contrario si obtenemos enlaces que no tengan nada que ver con nuestro contenido nuestro sitio perdería importancia y por ende sería perjudicial sobre todo si todo si nos enlazamos a sitios web no confiables ya que estos enlaces de mala calidad perjudicaría el posicionamiento SEO de nuestra web.

4. ¿Cuál es la resolución de pantalla apta para el diseño de una plataforma web, teniendo en cuenta la visualización de nuestro sitio se visualizará a través de distintos dispositivos móviles?

El entrevistado manifiesta que en la actualidad ya no se manejan la resolución de pantalla estándar debido a la constante evolución de la tecnología y por ende de los dispositivos, no obstante en base a su experiencia recomiendan la resolución 1280 píxeles por 720 píxeles para PC, además nombran las resoluciones 4k y 10 K denominadas de esa forma por la cantidad de pixeles horizontales que maneja.

En cuanto a dispositivos móviles como smartphones, tablets y laptops están exentos de una resolución estándar debido a su mejora constante en screen, experiencia, diseño y ergonomía.

5. ¿Por qué es necesario definir la arquitectura de la información para el diseño de la interfaz gráfica de usuario de un SGI?

La arquitectura de la información es una disciplina fundamental en el desarrollo de la interfaz gráfica de usuario, pue su fin es el estudio, análisis, disposición y estructuración de cada uno de los elementos gráficos que componen una interfaz en los respectivos espacios de un formato, de modo que ayude al usuario a encontrar lo que busca impulsando su facilidad de uso y la ubicación de elementos, logrando los objetivos de organización y visibilidad.

De no contar con una arquitectura correctamente estructurada ocasionaría la

frustración y pérdida de interés por parte del usuario hacia la plataforma web a la hora de navegar, generando una mala experiencia lo cual incidirá en la reputación de nuestro sitio.

6. Como experto en el área del diseño web ¿cuál es el sistema reticular más utilizado para el diseño de la interfaz gráfica de usuario de un SGI?

El experto expone que la utilización de un sistema reticular para el desarrollo de una plataforma web es esencial, ya que permite la distribución y alineación correcta de los elementos de una interfaz gráfica, sin embargo existen tipos de sistemas reticulares que son aplicados según las necesidades de los usuarios y objetivos de la empresa u organización.

Durante el desempeño de su profesión manifiestan que en diseño web la retícula más utilizada es la jerárquica, ya que permite organizar de forma ordenada la información y los elementos que integran la interfaz gráfica. Sin embargo la retícula modular también es comúnmente utilizada en diagramaciones de mayor complejidad, pues la proporción de cada módulo responde al tipo de información que se va a organizar, por ejemplo para presentar información tabulada, cuadros, formularios entre otros.

Concluyen diciendo que, la retícula aporta mucho en la diagramación de una plataforma web ya ayuda a organizar y distinguir los tipos de información facilitando la navegación del usuario.

7. ¿Cuáles son las ventajas que proporciona el “Diseño Responsive” al desarrollo de un sitio o plataforma web?

El diseño web responsive o adaptativo es una disciplina de diseño web que busca la correcta visualización de un sitio o plataforma web en cualquier dispositivo ya sean PC, tablets o smartphones. Es por esta razón que con la evolución en la creación de nuevos dispositivos nace la necesidad de que nuestro sitio o plataforma web se adapte a cualquier dispositivo sin alterar su composición original.

La aplicación del “diseño responsive” ofrece las siguientes ventajas:

Ahorro en presupuesto y tiempo ya que el diseño responsive evita el tener que diseñar una página web para PC y otra para dispositivos móviles, esto a la vez permite la gestión y administración de información de un solo sitio.

Diseñar una página web responsive, no solo genera una experiencia positiva en el usuario sino que refiriendo las normas SEO es un factor determinante que ayuda al posicionamiento de nuestro sitio.

Una experiencia de navegación de nuestro sitio será la carta de presentación, de modo que el usuario sienta confianza y logre navegar por todo el sitio sin dificultad alguna.

8. ¿Cuáles son las cualidades que permiten a una SGI comunicar de manera efectiva a los usuarios?

Para que un sitio o plataforma web logre comunicar eficientemente debe contar con una estructura sencilla, ordenada y navegable, esto lograra captar la atención del usuario.

Las cualidades empiezan desde los recurso gráficos utilizados para su construcción, la combinación de la cromática, textos claros y coherentes, logo, contenidos referentes a un producto o servicio entre otros, todo esto permitirá al usuario concentrarse en el mensaje.

No deja de mencionar a la funcionalidad que permite desarrollar al sitio o plataforma web de forma correcta y rápida, la navegabilidad en la que la información es percibida de manera intuitiva, la usabilidad del sitio en otros navegadores y la adaptabilidad en diferentes dispositivos móviles sin modificar su diseño original.

Concluye resumiendo que la conjunción de estas cualidades hacen que un sitio o plataforma web es eficiente y efectivo, siempre y cuando este diseñada bajo un propósito comunicacional que se verá logrado si el sitio es capaz de alcanzar los

objetivos planteados en su inicio.

9. ¿Considera usted que una plataforma web facilita la gestión de información y presentación de resultados permitiendo una difusión correcta de la información a un público objetivo específico?

Un sistema de gestión permite a una empresa u organización contar con procesos automatizados que brinden información en tiempo real, en función de la mejora continua y toma de decisiones a favor de la empresa.

Los expertos coinciden en que conforme a la evolución de las TIC's es necesario aprovechar las oportunidades que nos brinda las nuevas tecnologías, pues aplicadas en un SGI ayuda en la gestión de información tanto interna como externa, pues su fin es generar un producto o servicio que responda a una necesidad, superando las expectativas del usuario y logrando que el sistema funcione de manera eficiente procesando información de forma rápida y precisa.

El fin principal de un SGI es presentar la información y resultados en un formato lógico proporcionando a los administradores y usuarios la información necesaria para gestionar las organizaciones de manera eficiente.

Conclusiones

Los entrevistados y encuestados de las carreras de Mercadotecnia de la zona tres, coinciden en que frente a la facilidad de acceso al internet que tienen las personas hoy en día, se convierte en una oportunidad el contar con un medio de comunicación eficiente, rápido, económico y directo para informar a la comunidad sobre los procesos de evaluación y acreditación.

Los diseñadores gráficos como comunicadores deben buscar un balance en los elementos que componen una interfaz gráfica con el fin de darle un sentido gráfico y estético para comunicar de forma deficiente.

La interfaz gráfica la interfaz debe ser visualmente atractiva, confiable, fácil de navegar.

Diseñar un programa de Identidad Grafica Corporativa para el sistema SAEES para posteriormente aplicarlo en el diseño de su interfaz gráfica.

La creatividad, simplicidad y elegancia del diseño y arquitectura informacional de un sistema web contribuyen decisivamente a satisfacer las expectativas del usuario.

Recomendaciones

En función de la investigación y análisis de resultados se establece las siguientes recomendaciones:

Para este tipo de evaluaciones es esencial crear sistemas con una interfaz gráfica que se adapte a los requerimientos de los usuarios tanto para los que visualicen como para los que suben la información.

Establecer una identidad para diseño de interfaz gráfica del sistema, a fin de proporcionar y mantener una imagen gráfica.

Distribuir los contenidos y recursos gráficos en función de la información manteniendo siempre un equilibrio visual que favorezca a la experiencia de usuario.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO

En esta última etapa de la investigación, se llevan a un nivel perceptible los conceptos y definiciones expuestas en los anteriores capítulos, lo que permite el desarrollo de propuestas efectivas para dar solución al problema de investigación.

4.1. Memoria descriptiva y justificativa

4.1.1. Proyecto

Investigación y análisis de la interfaz gráfica y su aplicación en el sistema SAEES para el proceso de acreditación en las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres.”

4.1.2. Referencias

Escuela politécnica Superior de Chimborazo

Dirección de evaluación y aseguramiento de la calidad

Menes I. (2001), menciona que la ESPOCH conforme a la Constitución Política del Ecuador, la ley de Educación Superior, su Reglamento, por voluntad propia y en consenso y decisión política de las autoridades deciden conformar la Comisión de Evaluación Interna el 09 de Febrero del 2001, con el fin de dar seguimiento a la gestión de la institución, evaluando sus funciones (Docencia, Investigación, Vinculación con la Colectividad y Gestión Administrativa) para garantizar la calidad en los procesos de evaluación y acreditación regidos por los organismo gubernamentales.

Su objetivo principal es promover la cultura de autoevaluación de la ESPOCH, a través de un sitio web con información de la institución y del medio externo presentada en una base de datos, así como también informes referentes a los

procesos, metodologías y resultados de evaluación interna, basados en criterios e indicadores que se deberán cumplir durante la planificación y evaluación.

Este proceso de autoevaluación requiere de una comisión de vigilancia para que los procesos de evaluación se puedan realizar conforme a las normas y reglamentos establecidos para su efecto, reflejándose en la independencia e imparcialidad de los resultados obtenidos una vez concluida la evaluación.

Una vez concluida la evaluación se socializa a las autoridades respectivas los resultados de las evaluaciones efectuadas, con el fin de comunicar, informar y asesorar a los organismos institucionales acerca de la situación de la institución.



Figura No. 10 Portada sitio Web (Dirección de Evaluación y Aseguramiento de la Calidad)
Fuente:. Epoch.edu.ec 2017



Figura No. 11 Evaluación Institucional Web
Fuente: Epoch.edu.ec 2017



Figura No. 12 Formatos y Guías de Autoevaluación
Fuente: Epoch.edu.ec 2017



Figura No. 12 Ingreso para Docentes y Estudiantes
Fuente: Epoch.edu.ec 2017

4.1.3. Descripción del proyecto

Este proyecto pretende ser un medio de comunicación eficiente para las instituciones de zona tres que ofertan las carreras de mercadotecnia, con el fin de comunicar y difundir los resultados y la situación actual de cada una de las instituciones antes de afrontar un proceso de evaluación y acreditación aplicado por el organismo regulador.

(Pintado T. & Sánchez J., 2014) La comunicación es una herramienta imprescindible de una empresa para mantener entablar y mantener la relación con sus públicos, es por ello que se vuelve necesario el análisis de la comunicación empresarial y

mediante esta buscar nuevas formas para llegar al público objetivo, siempre que estas se adapten a las necesidades y exigencias del mercado.

La comunicación que actualmente destinan las empresas a sus públicos ya sean internos o externos en conjunto con sus soportes gráficos, tiene por objetivo gestionar de forma íntegra y coherente desde la perspectiva de la comunicación empresarial: la imagen corporativa, relaciones públicas, campañas publicitarias, web corporativa entre otros recurso que permiten comunicar al público.

(Pintado T. & Sánchez J., 2014) señala que la comunicación 360°, se apoya en un modelo integral que comprende a la empresa como un sistema dinámico y cambiante que relaciona su entorno y las audiencias a las cuales se dirige, con el objetivo de mantener una relación constante.

La estrategia de comunicación 360° en relación al proyecto de investigación busca mantener una relación constante entre la institución y la comunidad académica (Directivos, Docentes y Estudiantes) ya que hoy en día el ámbito de la educación superior necesita de una comunicación integrada y acorde al contexto actual de la educación superior.

Existen diversas formas de llegar al público en la que la imagen de SAEES dependerá de cómo hagamos uso de ella, en las distintas estrategias de comunicación para lograr que nuestro mensaje llegue a la comunidad académica y que conozcan el servicio que la organización ofrece, comunicando de manera conveniente que es, que hace y como lo hace, que necesidades satisface.

Los soportes publicitarios nuevos, el nuevo uso a los soportes convencionales y las nuevas tecnologías en conjunto a la necesidad de comunicación de la empresa con su público, hace que la comunicación 360° se convierta en el eje central para proponer estrategias de comunicación efectivas ya sea a través de publicidad, convencional, interactiva u online que facilite el posicionamiento SAEES de forma clara en la mente de la comunidad académica.

Una vez analizados los sistemas reticulares se determinó que para el diseño y maquetación de la interfaz gráfica de usuario es necesario conocer la función de uno de los sistemas reticulares al momento de realizar la composición ya que facilita al diseñador la ubicación de los elementos gráficos de manera estética y coherente.

Elam K. (2006) determina que “Los alineamientos internos, la proporción de elementos y su ubicación en el formato, permiten lograr una composición unificada y visualmente satisfactoria”.

Es importante mencionar que se puede evadir las reglas de los sistemas, a fin de crear un estilo nuevo o experimentar nuevas composiciones, no obstante se debe tener claro las funciones de las retículas y la funcionalidad de cada una de ellas, puesto que la organización de elementos de una interfaz busca armonía y equilibrio tanto en estructura como en forma logrando que la gráfica del producto digital sea estética, atractiva y de fácil comprensión para el usuario.

Conforme al análisis de los sistemas reticulares se llegó a determinar que la retícula óptima para el desarrollo es la interfaz gráfica de esta propuesta es una retícula modular de tres columnas, puesto que ofrece líneas guías para determinar el espaciado y ubicación de gráficos, fotografías y textos creando un alto nivel de organización y composición. Como resultado se obtendrá una interfaz con espaciados favorables y sencillos para el entendimiento del usuario, de tal manera que pueda navegar en las distintas secciones sin que exista confusión, puesto que cada sección de formar parte de un todo.

Elam K, (2006) manifiesta que: “Los elementos deben guardar proporción equitativa, agrupado y dispuestos en la retícula de tal manera que cada elemento alinee al menos con otro.”

El uso y aplicación de retículas es muy frecuente no solo en diseño web sino en diseño editorial gracias a su nivel compositivo en cuanto a la combinación de textos, imágenes, fotografías entre otros y la alineación y delimitación de párrafos de texto en cada una de las cajas de texto, es por ello que a esta se la ha considerado una

herramienta de diseño que aporta de manera favorable a la comunicación visual de proyectos web.

Para concluir es importante manifestar que para el diseño de una interfaz gráfica de usuario, se emplea un sistema reticular ya que permite la alineación de los elementos con sus respectivos espaciados y tamaño tanto de texto como de imágenes con el propósito de otorgar un orden lógico y coherente a un sitio web.

4.2. Memoria técnica

4.2.1. Memoria de materiales

Tabla No. 28 Materiales de insumo

ACTIVIDAD	DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Uso de Tecnología	PC	1	\$ 1,100	\$ 1,100
	Laptop	1	\$ 1,200	\$ 1,200
	Impresora	1	\$ 300	\$ 300
	Internet	1	\$ 200	\$ 200
	Cámara Fotográfica	1	\$ 600	\$ 600
	Tablet (Grabador de voz)	1	\$ 250	\$ 250
	SUBTOTAL			
Materiales y suministros de Oficina	Hojas de Papel Bond	500	\$ 0,01	\$ 5,00
	Copias	530	\$ 0,02	\$ 10,60
	Esfero	5	\$ 0,35	\$ 1,75
	Portaminas	2	\$ 2,50	\$ 5,00
	Anillados	2	\$ 2,50	\$ 5,00
	Impresiones Color	200	\$ 0,10	\$ 20,00
	Impresiones B/N	300	\$ 0,05	\$ 15,00
SUBTOTAL				\$ 62,35
Transporte	Movilización	2	\$ 60,00	\$ 60,00
	Viáticos		\$ 50,00	\$ 50,00
	SUBTOTAL			\$ 110,00
		TOTAL		\$3.822,35

Tabla No. 29 Recursos para el diseño del identificador

Diseño de Logotipo/ Manual de Marca y Estilos Web	
Hojas de papel bond	Computador
Lápiz	Internet
Borrador	Software (Adobe Illustrator)

Tabla No. 30 Recursos para el diseño y desarrollo de las interfaces del sistema SAEES.

Diseño de Interfaces Gráficas y aplicación de Estilos	
Hojas de papel bond	Internet
Lápiz	Software (Adobe Illustrator)
Borrador	Manual de Estilos Web
Computador	Software (Adobe Dreamweaver)

Tabla No. 31 Presupuesto

Descripción	Medidas	Observación	Cantidad	Valor U	Valor T.
Diseño de Marca			1	\$ 280,00	\$ 280,00
Manual de Identidad Corporativa	17 *26 cm	Acabado: Empastado	1	\$500,00	\$500,00
Diseño de Papelería		Hoja membretada Sobre Tarjeta de presentación Carpeta CD y Packaging	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Manual de Estilos Web	17 *26 cm	Acabado: Empastado	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Diseño de Interfaz Gráfica	1280 *2000 px		1	\$ 650,00	\$ 650,00
Diseño de Estilos CSS.			1	\$700,00	\$700,00
Roll Up	80 * 200 cm		1	\$ 100,00	\$ 100,00
Trípticos			1	\$ 300,00	\$ 300,00
Servicio de Diseño Gráfico	Costo por hora	Diseño de Informes de Socialización Diseño de Redes e indicadores Diseño de formato para Diapositivas	30 horas	\$25	\$750,00
*Los precios incluyen mano de obra de diseño			Total		\$4.580,00

4.2.2. Características técnicas

A continuación se detallan las características técnicas de cada una de las propuestas:

Tabla No. 32 Características técnicas del Logotipo


LOGOTIPO

<p>Logotipo:</p> <p>El logotipo se basa netamente en el texto “SAEES”, ya que enmarca el nombre de la empresa, la fuente tipográfica utilizada es “Centrale Regular” adaptada, complementada en la parte inferior con una fuente tipográfica de menor tamaño que describe sus siglas.</p>
<p>Tipografía: Centrale Regular – Adaptada</p> <p>Es un tipografía sans serif que transmite modernidad y es perfecta para textos cortos pero grandes para carteles y titulares, son legibles para visualizaciones en pantallas, siempre que no sean demasiado largos.</p>
<p>Color Corporativo: Azul</p> <p>El color azul oscuro le da al logo una apariencia elegante, en combinación con blancos y grises le da un toque moderno y tecnológico.</p> <p>En soportes digitales la gama de azules, grises y blanco son fácilmente perceptibles.</p>

Tabla No. 33 Características técnicas del Manual de Marca

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	
	
Formato:	26cm * 17cm
N° de páginas:	31páginas
Margen:	Izquierdo 2cm, Superior 1cm, Derecho 2cm, Inferior 1cm.
Tipo de Papel:	Couche 200 gr
Impresión:	Láser
Acabado:	Empastado

Tabla No. 34 Características técnicas del Manual de Marca

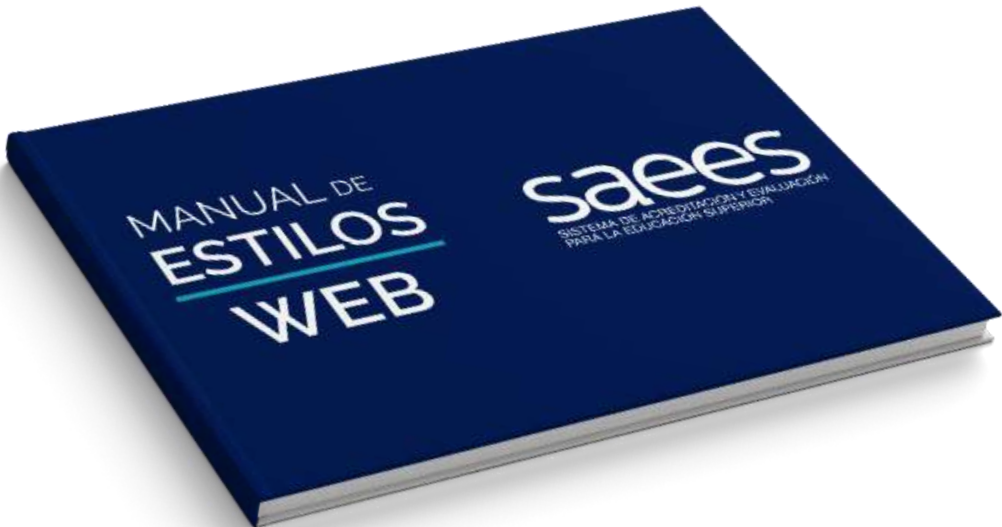
MANUAL DE ESTILOS WEB	
	
Formato:	26cm * 17cm
N° de páginas:	31páginas
Margen:	Izquierdo 2cm, Superior 1cm, Derecho 2cm, Inferior 1cm.
Tipo de Papel:	Couche 120gr
Impresión:	Láser
Acabado:	Empastado

Tabla No. 35 Características técnicas Roll Up

ROLL UP	
 	
<p>Medidas: 200cm * 80 cm</p> <p>Material: Lona</p> <p>Impresión: Plotter</p> <p>Descripción: El roll up será utilizado como publicidad móvil, el cual estará presente en la socialización del sistema y conferencias donde se traten temas afines con la evaluación y acreditación para las IES, con la finalidad de publicitarse y generar expectativa acerca del servicio de SAEES.</p>	

Tabla No. 36 Características técnicas Tríptico

TRIPTICO

<p>Formato: 15cm * 10cm Margen: 0,05 cm por cada lado Tipo de Papel: Couche 200 gr Impresión: Láser Tipo de Doblado:</p>

Tabla No. 37 Características técnicas Afiche


AFICHE

<p>Formato: 29,7 * 42cm Margen: 1cm / cada lado Tipo de Papel: Couche 200 gr Impresión: Láser</p>

Tabla No. 38 Características técnicas Sitio Web “SAEES”

SITIO WEB – One Page	
<ul style="list-style-type: none">• Ordenadores Tamaño: desde 1200 x 1600 pixeles	
<ul style="list-style-type: none">• Tablets Tamaño: hasta 1024 x 768 pixeles	
<ul style="list-style-type: none">• Celulares Tamaño: desde 380 x 570 pixeles	
Características de las interfaces en todo los dispositivos:	
<ul style="list-style-type: none">- 6 botones (Barra Menú)- Motor de búsqueda- Secciones<ul style="list-style-type: none">▪ Inicio▪ Quiénes Somos	

- **Procesos**

- Metodología

- Ponderación

- **Usuarios**

- **Resultados**

- **Contáctanos**

- Tipografías (Tamaños títulos, subtítulos y cuerpos de texto)

- Colores corporativos y complementarios (Códigos de color RGB y Pantone)

- Resolución de imágenes 72 dpi

- Idioma español

- Base de datos para archivos

- Formularios

- Peso 50 MB

Descripción: El sitio web estará está constituido por una sola página de inicio con contenido específicos de lo que es y que hace el sistema web, y una página secundaria la cual dará paso al ingreso tanto para administradores como para docentes y estudiantes con su respectivo usuario y contraseña.

4.3. Diseño del producto prototipo

Marca



(Costa J., 2013) “La marca es uno de los primeros activos tangibles de la empresa”, es por ello que la estrategia comunicacional parte con el desarrollo de la identidad corporativa de SAEES, como elemento constitutivo el cual formará parte de la marca e imagen.

Ante un nuevo perspectiva llena de oportunidades SAEES, pretende interactuar de forma directa con su público objetivo entablado una relación que fomente la pertenencia de la comunidad académica con la marca, dando origen a una comunicación bidireccional para compartir, informar y relacionarse de forma activa y directa a través de una plataforma digital.

El logo está constituido con el texto “SAEES”, enmarcando el nombre de la empresa, con la tipografía de la familia “Centrale Regular” adaptada, y complementada en la parte inferior con una tipografía de menor tamaño la cual describe las siglas del logo. El diseño de un logotipo resulta interesante si se le da un buen manejo de composición de textos, para lo cual se aconseja utilizar máximo dos familias tipográficas (Buenaño P., Bustillos H., & García G., 2014)

El color azul oscuro le da al logo una apariencia elegante, en combinación con blancos y grises le da un toque moderno y tecnológico.

En soportes digitales la gama de azules, grises y blanco son fácilmente perceptibles, sin embargo es necesario mencionar que las tonalidades originales en

sus canales RGB dependerán de la resolución del monitor. El manejo de color y combinaciones determinara la percepción de la cromática aplicada en los distintos soportes (Buenaño P. et al., 2014)

Manual de Identidad Corporativa

Buenaño P., Bustillos H., & García G. (2014) afirman que, “La identidad es la razón de ser de la empresa sus rasgos y principios los cuales le permiten interactuar con sus públicos mediante la comunicación corporativa “. Por tanto el manual de Identidad de SAEES es un instrumento que simplifica la gestión de la comunicación e imagen corporativa, estableciendo normas para la ejecución de determinadas estrategias de comunicación, a través de contenidos, formas e instrumentos de comunicación.



ÁREA AUTÓNOMA

Se establece una zona de protección entorno al logotipo la cual deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto está determinada por la medida denominada de "X", este espacio separará el logotipo del resto de elementos de la página web e impresos.



- 2x * 2x

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Es necesario determinar un tamaño mínimo de reproducción con un mínimo de 15 mm de largo para formatos impresos y 100 píxeles de largo soportes digitales.

En sistemas con bajos volúmenes de reproducción (telas, grabados), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios tanto con el sistema de reproducción y de legibilidad.



11

COLOR CORPORATIVO

La parte esencial de toda identidad visual la constituyen los colores corporativos, se trata de los códigos cromáticos que han de ser asociados automáticamente a la imagen de SAEES (Sistema de Acreditación y Evaluación para la Educación Superior) en su uso continuado.

Es por esto que es fundamental que se los reproduzcan con fidelidad, evitando versiones que puedan contribuir a la confusión y dispersión de la identidad.




C 100 % R 0 %
M 98 % G 41 %
Y 30% B 99 %
K 5%

PANTONE 281 C

15

APLICACIÓN SOBRE FONDO DE COLOR

Se los utilizará en el caso en que la marca se aplique sobre fondos (de colores corporativos y no corporativos y que no corresponden a la misma gama de los colores corporativos establecidos).



PANTONE 7710 C

IMPRESO	DIGITAL
C 54 %	B 80 %
M 44 %	G 15 %
Y 54 %	R 10 %
K 1 %	



PANTONE 285 C

IMPRESO	DIGITAL
C 20 %	B 39 %
M 80 %	G 33 %
Y 62 %	R 47 %
K 12 %	



PANTONE 405 C

IMPRESO	DIGITAL
C 14 %	B 86 %
M 67 %	G 88 %
Y 15 %	R 89 %
K 14 %	

16



Papelería Corporativa

Costa J. (2013) señala que “la marca es un elemento gráfico de comunicación que contiene su esencia y complejidad en sus elementos de identidad e imagen”.

La papelería corporativa es un aspecto importante de Branding, ya que mediante esta se pretende obtener un nivel de comunicación efectiva, por lo que SAEES, considera como estrategia comunicacional el tratamiento de su imagen integral con el objetivo de llegar a su audiencia, mediante la aplicación de identidad en medios impresos como en digitales, que forman parte de un plan de imagen corporativa coherente y comunicativa.

La propuesta está desarrollada en base a un efectivo manejo de imagen corporativa, de modo que la imagen de SAEES pueda ser transmitida de forma correcta y clara en piezas graficas impresas implementadas como estrategia de comunicación.

Tipografía: Familia Tipográfica “Raleway”

Colores: Se utiliza el color corporativo, en conjunto con los colores complementarios recomendados en el manual de identidad con sus respectivos códigos de color, con la intención de que sean reproducidos en sus tonalidades originales tanto en soportes impresos como digitales.

Hoja membretada



Formato: A4 21*29,7 cm

Impresión: Laser

Tipos de Papel: Bond 75 gr

Sobre



Formato: 22*11,5 cm

Impresión: Laser

Tipos de Papel: Bond 75 gr

Tarjeta de Presentación



Formato: 50 mm * 80mm

Impresión: Láser

Tipos de Papel: Couche 300gr

Carpeta



Formato: 48 cm * 29cm

Impresión: Laser

Tipos de Papel: Couche 300gr

Sitio Web (onepage)



QUIÉNES SOMOS

Somos un equipo de trabajo multidisciplinario que propone un Modelo de Planeación Estratégica como aporte al proceso de Evaluación y Acreditación para las IES, para las carreras de mercadotecnia en la Zona 3.



MISIÓN

Promover el mejoramiento continuo de la calidad y excelencia en la Educación Superior en el país, a través de un modelo de planeación estratégica para la evaluación, acreditación y categorización formal de las IES.



VISIÓN

Ser una organización autónoma y reconocida a nivel nacional, por la calidad de su servicio independiente y transparente en la aplicación y desarrollo de procesos de mejoramiento continuo en función de estándares de evaluación demostrados con un impacto positivo en el aseguramiento.



¿QUÉ ES SAEES?

SAEES es una aplicación móvil que ofrece un modelo alternativo e integral de Participación Estudiantil para las 16 Instituciones de Educación Superior, con el fin de lograr la acreditación como compromiso social hacia las exigentes estándares y de la comunidad.

6

FUNCIONES

Directivas sustantivas de ámbito o que involucran el funcionamiento de la institución, como: presupuesto, finanzas, personal, servicios, infraestructura, tecnología, bienestar físico y acepta decisiones.

12

ÁMBITOS

Son áreas de acción o sectores académicos, como: una disciplina, gestión, abstracción y desarrollo del estudio de enseñanza.

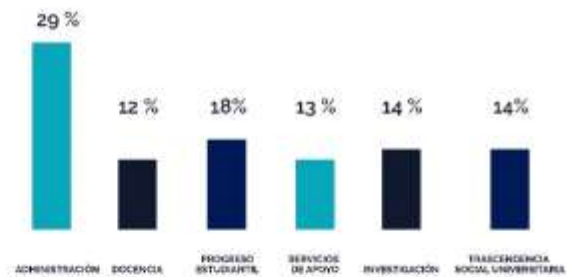
28

INFORMANTES

Actores sociales directivos, docentes, alumnos, personal administrativo, bibliotecarios, investigadores, representantes de la sociedad civil, el Consejo de Sector (ACOSSECT) (Edición)

PONDERACIÓN

Es el proceso por medio del cual se determinan los pesos a atribuir a cada una de las funciones y ámbitos de los cuales se componen los SAEES.



ADMINISTRACIÓN

Misión Y Plan	5%
Administración Y Gestión	12%
Recaposteo Y Recursos	5%
Financieros	7%
Bienestar Universitario	7%

29 %



DOCENCIA

Financios Acelerados	12%
----------------------	-----

12 %



PROGRESO ESTUDIANTIL

Programa Académico y Proceso Formativo	15%
Pedagogía	3%

18 %



SERVICIOS DE APOYO

Centro De Documentación	7%
Infraestructura Institucional	6%

13 %



INVESTIGACIÓN

Investigación Científica y Tecnológica	14%
--	-----

14 %



TRASCENDENCIA SOCIAL UNIVERSITARIA

Vinculación con la Colectividad	7%
Impacto Institucional	7%

14%

METODOLOGÍA

El modelo propuesto para la planificación está constituido por cuatro etapas, las mismas que se identificaron como fases relevantes e integrales en la planificación.



1. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO

Engloba el estudio interno y externo de la entidad con el propósito de determinar su posición estratégica actual.



2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Propone a la organización directiva de la IES herramientas y proyecciones necesarias para guiar las actividades de la institución.



3. SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Una vez conocida la realidad de la entidad, permite diseñar estrategias acorde a la capacidad, recursos humanos y a las oportunidades que brinda el entorno.



4. OPERACIONALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Para la viabilidad de una estrategia es necesario determinar, presupuestos, tiempos y responsables de cada actividad que se encamara al desarrollo de las estrategias planteadas.



La web corporativa cada día va tomando mayor relevancia, pues se justifica en la capacidad de crear un vínculo de comunicación efectivo entre la marca y su público.

En la actualidad la web corporativa está desarrollada con el objetivo de presentar información sobre características y atributos de la compañía y sus productos, pues al ser esta un medio donde el público adquiere un conocimiento, es esencial que este bien organizada y estructurada (Pintado T. & Sánchez J., 2014).

SAEES, a través de su web corporativa pretende presentarse como entidad para que sus audiencias puedan conocerla a través de la web, exponiendo lo que hace y lo que es, aprovechando al máximo las oportunidades que ofrece este elemento digital, mediante un diseño moderno que despierte en nuestros visitantes la confianza en nosotros.

Las funciones de la web corporativa de SAEES es ofrecer información actualizada de acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación, así como la de dar la apertura al usuario de expresar sus opiniones e ideas que aporten y favorezcan a la interacción del sistema con los beneficiados.

PRESENTACIÓN

Con el fin de analizar la estructura de la interfaz gráfica de SAEES, manteniendo su identidad y coherencia en todo el sistema se ha desarrollado esta guía de estilo web como herramienta de diseño, estructura y composición.

Un sitio web amplio con información compleja, requiere de una plantilla y normas que asistan la creación de nuevos contenidos.

La estructura de esta guía es la siguiente:

- ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN
- ESTILO VISUAL
- CREACIÓN DE CONTENIDOS

PROTOTIPO Y ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓN

El sitio web de SAEES se define como estructura navegación lineal, lo cual permite a los usuarios navegar libremente por las estructuras de la información mostrando enlaces específicos acerca de la metodología de los procesos de evaluación y acreditación, sin la necesidad de acceder o visitar previamente otras páginas.

Este tipo de navegación facilita y mejora la accesibilidad de la información y la usabilidad del sitio, por ello, para mantener la coherencia y apariencia de todas las webs incluidas en el sitio se repiten esquemas y patrones de navegación.

ESTRUCTURA GENERAL DE LA PÁGINA

A la hora de diseñar la estructura básica de las páginas que componen el sitio se considera un sistema reticular "modular de tres columnas", el cual proporciona flexibilidad a la hora de incorporar los contenidos extensos y a su vez facilita la navegación del usuario.

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

La interfaz de SAEES se constituye en una retícula de 3 columnas y 22 filas, aplicada como guía para la distribución de elementos.

La sistema reticular está dividido en tres secciones como son: son Cabecear, Cuerpo y Pie de página.

Ventajas de utilizar una retícula

- Estructura de interfaz escalable
- Amigable con el administrador de contenidos
- Adaptable a distintas resoluciones
- Ofrece un tratamiento modular de los elementos



La interfaz de la página principal de SAEES presenta información relevante y de interés para los usuarios jerarquizando sus contenidos de manera cronológica y visualmente estética.

La navegación se constituye en bloques de elementos que la hacen entendible para cualquier usuario, a través del uso y aplicación de recursos gráficos como componentes de la comunicación visual.

Cabecera

En la página principal de la plataforma se encuentra ubicado como elemento corporativo de identidad la marca "SAEES" seguida de la barra de de botones (menú) y al final un buscador.

Contenido

El contenido refiere al área en donde se dispone el espacio del contenido para la página principal, es por ello que la interfaz de SAEES está contruida con un solo bloque central, con un menú

horizontal y 2 páginas, en la primera se presenta la información del modelo de evaluación y acreditación mientras que la segunda página da paso a los diferentes usuarios.

Pie de página

Ubicado en la parte inferior de la página en cual se expone los derechos de autor y fecha de la creación del sitio.

IMÁGENES

Las imágenes dentro del sitio web "SAEES", no deben considerarse como elementos aislados de la composición, sino como un aporte a la imagen de marca y como extensión de valores creados a través de su comunicación, las imágenes irán en formato horizontal, y optimizadas para web a 72 PPI en formato JPG, GIF o PNG, es importante referir que las fotografías se guarden en formato JPG, mientras que las gráficas o infografías en GIF o PNG.



Imagen 2
Sección "Inicio" (Slide 4 Fotografías)



Imagen 3
Tamaño de imagen de cada sección




Imagen 2
Sección "Qué es SAEES"

Diagrama de estructura de la página web de SAEES con especificaciones de tamaño y espaciado:

- Barra Menú:** 945 X 45px
- Logotipo:** 145 X 45px
- Slide y fotografías:** 1120 X 625 px
- Logotipo:** 333 X 190 px
- Espejo:** 65 px de alto
- Espejo:** 30 px de alto
- Cajas de Texto:** 333 X 190 px

El diagrama muestra una estructura de página con un menú superior, un logotipo, un slider principal con una fotografía de un edificio, un texto descriptivo, tres imágenes pequeñas, y tres columnas de texto con los títulos "QUIENES SOMOS", "MISION" y "VISION".

Imagen
1120 x 310px



¿QUÉ ES SAEES?

SAEES es una plataforma tecnológica que ofrece un espacio alternativo e innovador de información estratégica, gracias al trabajo en equipo de los docentes, técnicos y administrativos de la institución, para brindar información actualizada y de calidad.

6	12	28
FUNCIÓNES	ÁMBITOS	INFORMANTES
<p>Elaboración y actualización de la información que se genera en el sistema de información.</p> <p>Elaboración de reportes y análisis de la información que se genera en el sistema de información.</p>	<p>Elaboración y actualización de la información que se genera en el sistema de información.</p> <p>Elaboración de reportes y análisis de la información que se genera en el sistema de información.</p>	<p>Elaboración y actualización de la información que se genera en el sistema de información.</p> <p>Elaboración de reportes y análisis de la información que se genera en el sistema de información.</p>

Título
320 x 55 px

Caja de texto
715 x 80 px

Título
86 x 86 px

Cajas de texto
320 x 235 px

Separador de Sección
320 x 40 px

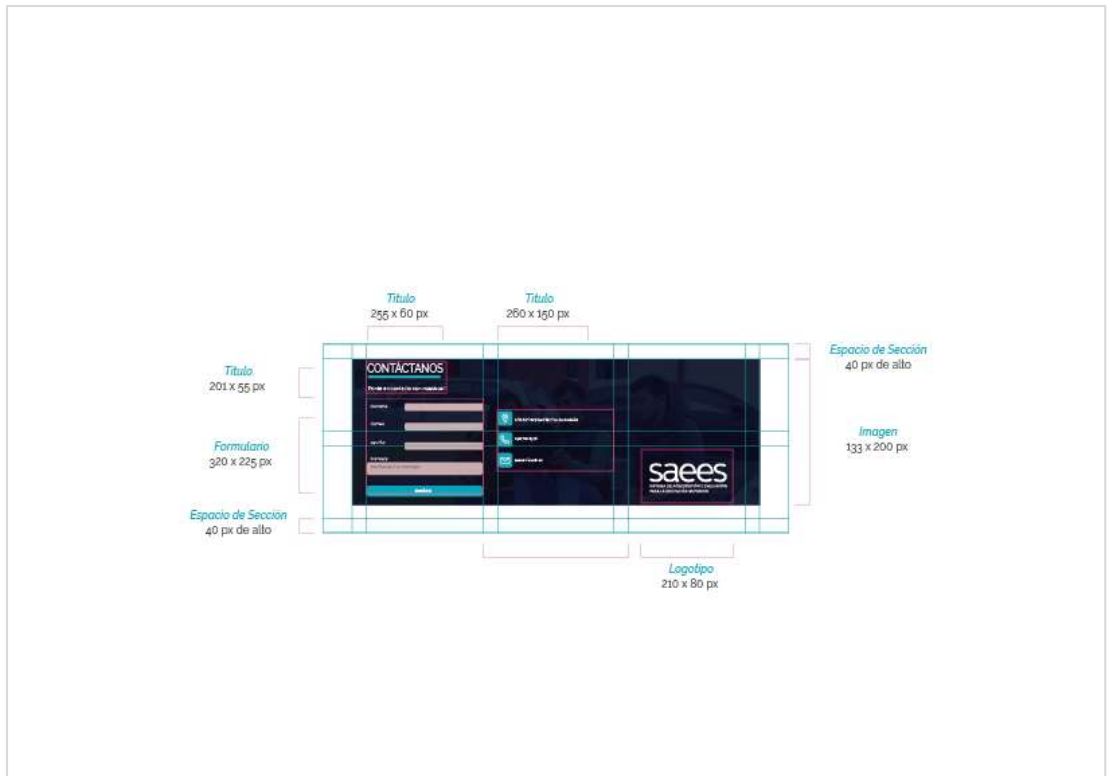
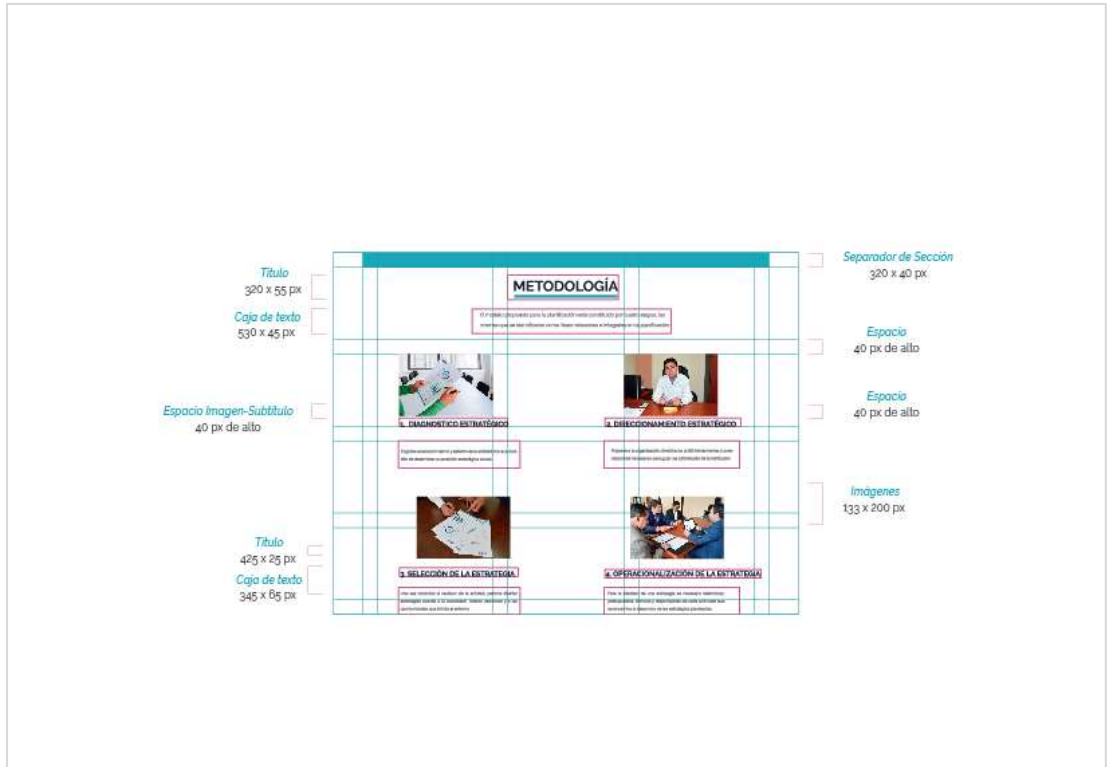
Cuadro Estadístico
Formato: PNG
655 x 280 px

Título
295 x 60 px
Caja de texto
335 x 80 px

Imágenes
133 x 200 px

Textos
280 x 200 px

<p style="text-align: center;">PONDERACIÓN</p> <p style="text-align: center;">28 %</p> 	<p style="text-align: center;">ADMINISTRACIÓN</p> <p style="text-align: center;">29 %</p>	<p style="text-align: center;">DOCENCIA</p> <p style="text-align: center;">12 %</p>
<p style="text-align: center;">SERVICIOS DE APOYO</p> <p style="text-align: center;">13 %</p>	<p style="text-align: center;">PROGRESO ESTUDIANTIL</p> <p style="text-align: center;">18 %</p>	<p style="text-align: center;">INVESTIGACIÓN</p> <p style="text-align: center;">14 %</p>
<p style="text-align: center;">TRASCENDENCIA SOCIAL UNIVERSITARIA</p> <p style="text-align: center;">14 %</p>		

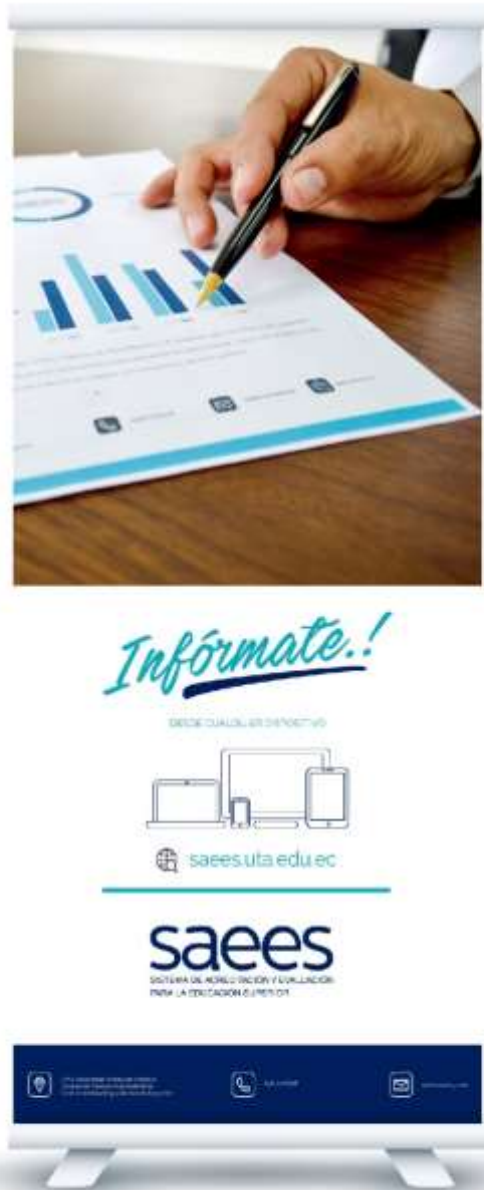


Ramírez F., (2005) La gestión comunicacional actúa sobre la creación de la identidad, asistiendo el diseño de los elementos que la componen, puesto que estos refieren al comportamiento de la empresa, la comunicación y la identidad audiovisual.

El manual de estilos de la web de SAEES norma los contenidos de la plataforma digital, estandarizando estructuras y formas para facilitar el desarrollo de nuevas páginas o actualizaciones según el caso lo requiera.

Por tanto este recurso gráfico de Branding se consolida como un documento guía para profesionales de diseño gráfico y web, que intervengan en el diseño de navegación y flujo de información en las interfaces del sistema SAEES.

Roll Up



Aced C., (2013) señala que, la identidad depende de la empresa, ya que es quién define y proyecta su imagen ante la audiencia, con el objetivo de crear una buena reputación.

Para la socialización del sistema “SAEES” se implementara un Roll UP como soporte de comunicación, por su flexibilidad, fácil manejo, transportación y posibilidades de promocionar el servicio de la plataforma digital.

Credenciales



Todo el equipo de trabajo, en su rol como expositores portará su credencial la cual será un elemento de distinción y pertinencia a la organización, dicha credencial contendrá:

- Logotipo de la institución
- Fotografía tamaño carnet
- Nombre y apellido del Expositor
- Cargo o Especialidad.

En el anverso de la credencial un fondo de color corporativo con el logo institucional centrado en su versión positiva, y datos de dirección y contacto.

Tríptico



Tiro



Retiro

¿QUÉ ES SAEES?

SAEES es una aplicación informática que ofrece un modelo alternativo e integral de Planificación Estratégica para las IES (Instituciones de Educación Superior), con el fin de lograr el desarrollo como conjunto que satisface las exigencias estatales y de la comunidad.

SAEES se constituye como un sistema dinámico capaz de manejar más de 600 indicadores y ello, conjuntamente al mismo tiempo se puede procesar la información internamente con los parámetros diseñados y creados para que el usuario genere modelos de gestión de valor para la toma de decisiones de los funcionarios universitarios.

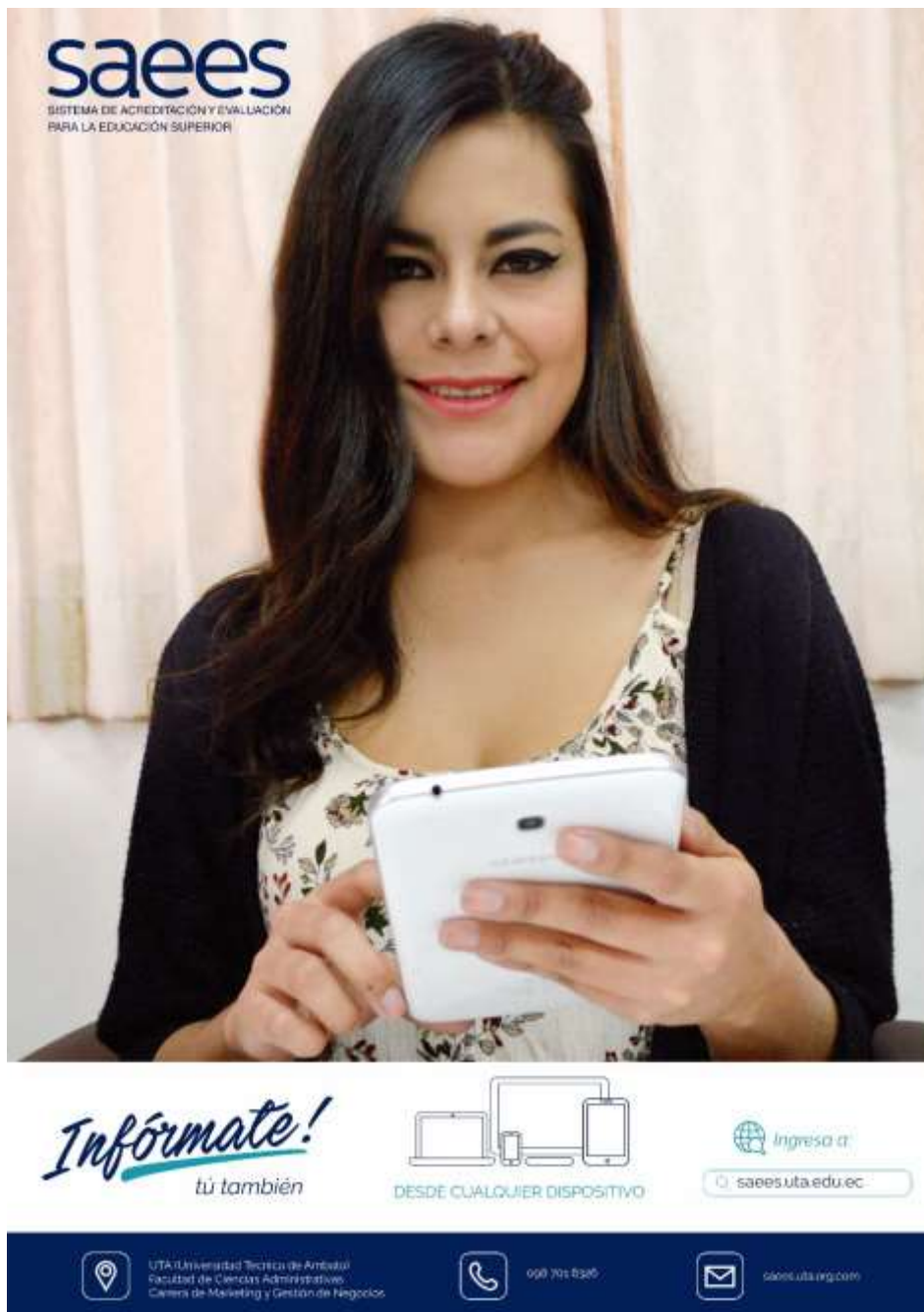
6	12	26
FUNCIONES	ÁMBITOS	INFORMANTES
Directores académicos de análisis que interactúan estratégicamente entre sí para emitir juicios de valor fundamentados y apoyar decisiones.	Senadores de cada universidad asumidos como una parte general, abstrada y distribuida del objeto de evaluación.	Actores sociales directos: docentes, alumnos, personal administrativo, sujetos líderes; Ejecutivos representativos de la sociedad civil, el Estado, los sectores productivos, etcétera.

		
PONDERACIÓN	METODOLOGÍA	RESULTADOS
Es el proceso por medio del cual se determina la importancia relativa de cada uno de los factores y correlaciones de calidad propuestas por SAEES.	El modelo propuesto para la planificación está conformado por cuatro etapas: las misiones que se justificaron como líneas relevantes e integradas en la planificación.	SAEES presenta resultados explícitos de manera gráfica y cuantitativa, para los subámbitos encargados de la acreditación.

El tríptico es un medio de comunicación impreso el cual contiene información relevante de los atributos y operaciones que SAEES lleva a cabo en un proceso de evaluación y acreditación pues sus contenidos serán escritos por expertos en el tema.

Consciente de lo indispensable que es el aporte y participación de toda la comunidad universitaria dentro de estos procesos, este medio impreso debe ser colocado en lugares estratégicos de las instituciones, con el fin de despertar el interés de la colectividad por ingresar al sitio web para obtener más información. Aced C., (2013) La comunicación estratégica pretende crear y mantener una relación de confianza e interés entre la organización y su audiencia basado en la persuasión.

Afiche



Aced C., (2013) manifiesta que: “El objetivo de los medios de comunicación son es hacer eco del producto o servicio de una empresa”; por tanto el afiche se constituye como uno de los reursos más eficientes para la difusión del servicio que SAEES ofrece con un mensaje claro, específico y persuasivo con una composición gráfica que enfatice su propósito comunicacional.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se determinó que esta investigación fue importante realizarla ya que se conoció el aporte significativo que tiene el diseño gráfico en el desarrollo de sitios web estáticos y dinámicos.
- Se comprobó que la hipótesis planteada es positiva, pues se concluye que una interfaz gráfica de usuario muy bien estructurada gráficamente, permite una visualización correcta de la información.
- Para que una interfaz gráfica alcance su objetivo comunicacional, debe estar justificado y sustentado con teorías de diseño gráfico, web y comunicación visual.
- El “Responsive Web Design” es una técnica de diseño web, que favorece la difusión y visualización del de SAEES en cualquier dispositivo.
- Un sistema web desarrollado sin tener en cuenta los principios básicos de diseño de interfaces, da pie a futuros problemas de usabilidad.

5.2 Recomendaciones

- Implementar un plan piloto de uso del sistema SAEES.
- Evaluar la aplicación y ejecución de la interfaz gráfica del sistema SAEES a través de una socialización a los segmentos de interés.
- Socializar el sistema a los usuarios finales.

BIBLIOGRAFÍA

- Bastos P., & Silveiria F. (2009). Desafíos y oportunidades de la industria del software en *América Latina* (Primera). Recuperado a partir de <http://archivo.cepal.org/pdfs/copublicaciones/S33826D4412009.pdf>
- Calderón A., Castillo M., & Bercovich N. (2015, julio). La cadena del software en Ecuador: Diagnóstico, visión estratégica y lineamientos de política. Recuperado a partir de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/cadena-de-software/>
- Lozano M. (2015, ABRIL). Tendencias de la educación superior en América Latina para el siglo XXI. Recuperado a partir de <http://revistafal.com/tendencias-de-la-educacion-superior-en-america-latina-para-el-siglo-xxi/>
- Santillán, Á. G., & Zágada, M. I. H. (2016). Desarrollo de software de evaluación de criterios para el reporte de indicadores de acreditación de carreras. *Revista Electrónica sobre Educación Media y Superior*, 1(1). Recuperado a partir de <http://www.cemys.org.mx/index.php/CEMYS/article/view/198>
- Salinas J. (2004, noviembre). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria, 1(1). Recuperado a partir de <http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/salinas1104.pdf>
- Guevara G., & Toapanta E. (2017, febrero). “Modelo de Planificación Estratégica en el Sector Educativo: Caso de aplicación Carreras de Mercadotecnia en la Zona tres”. Universidad Técnica de Ambato, Ambato -Ecuador. Recuperado a partir de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/24860>
- San Martín A. (2010, julio). Plataforma de interacción, debate y gestión de información para la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Chile. Universidad de Chile Facultad de Arquitectura y Urbanismo Escuela de Diseño Carrera de Diseño Gráfico, Santiago de Chile. Recuperado a partir de

<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/100292>

Calle A., Alvarez E., López S, Gabriela Marañón, Mayorga F., & Lavín J. (2016). SEGIC: Herramienta de gestión para el proceso de acreditación de carreras universitarias. *Maskana*, 6(Supl.), 1–11.

Kafure I. (2010). El proceso creativo de la interfaz del sistema de gestión de la información*. *Revista Interamericana de Bibliotecología.*, 33(1), 17.

Costa J. (1987). *Imagen global* (3ª ed.). México D.F.

Chaves N. (2005). *La Imagen Corporativa*. Barcelona: Gustavo Gili.

Costa J. (2013). *Los 5 pilares del Branding* (1ª ed.). Barcelona: UE Gráfico. Granollers - Barcelona.

Munari B. (2008). *Diseño y Comunicación Visual* (1ª ed.). España: Gustavo Gili. Recuperado a partir de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/eureka/pudgvirtual/BACH_TAEDG_U1A1R2.pdf

Miralles M., Montecino L., Muller C., Valenzuela L., & Zuñiga M. (2012). *Manual de Preparación - Lenguaje y Comunicación*. Chile: Ediciones UC. Recuperado a partir de <https://books.google.com.ec/books?id=iPEoCAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Fracasara J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación* (1ª ed.). Argentina: Ediciones Infinito. Recuperado a partir de

Samara T. (2002). *Diseñar con y sin retícula* (3ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili. Gobierno de Chile - Ministerio Secretaría General de Gobierno. (2004). *Guía para el Desarrollo de Sitios Web*. ANDROS Impresores. Recuperado a partir

de

http://www.guiadigital.gob.cl/guiaweb_old/guia/archivos/GuiaWeb2004.pdf

González L. (2004). El Diseño de Interfaz Gráfica de Usuario para Publicaciones Digitales. *10 de Agosto 2004*, 5(7), 12.

Prado F., & Soplón L. (2011). *Diseño de interfaces multimedia* (Primera). Barcelona-España: Eureka Media, SL. Recuperado a partir de https://issuu.com/dianacarolinapauca/docs/1_diseno_interfaces_multimedia_-_to

Martínez E., & Ceballos C. (2014, Enero). DISEÑO WEB ADAPTATIVO O RESPONSIVO. *Revista Digital Universitaria*, 14(1), 9.

Revuelta F., & Péres L. (2009). *Interactividad en los entornos de formación on-line*. Barcelona: Editorial OUC. Recuperado a partir de https://books.google.com.ec/books?id=S-Xhf_Bhp_8C&printsec=frontcover&dq=Revuelta+F.+y+P%C3%A9rez+L.+2009+interactividad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiDt_zg4dTUAhXCYyYKHW3QCGEQ6AEIKTAB#v=onepage&q&f=false

Benitez C. (2013). *Sistemas Web Escalables* (1ª ed.). Buenos Aires: Fox Andina.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2003, Enero). Los caminos hacia una Sociedad de la Información. Recuperado a partir de <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/3/11683/P11683.xml&xml=/prensa/tpl/p6f.xsl&base=/prensa/tpl/top-bottom.xsl>

Tkacz E., & Kapczynski A. (2009). *Internet - Technical Development and Applications*. Springer. Recuperado a partir de https://books.google.com.ec/books?id=a9_NJIBC87gC&printsec=frontcover

&dq=internet&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi0prGciK_UAhUC7yYKHdGP
DGUQ6AEIKjAB#v=onepage&q=internet&f=false

Ogallana F. (2005). *Sistema de Gestión - Una Guía Práctica*. España: Díaz Santos.
Recuperado a partir de

Córdoba Nieto, Ernesto. (2006). Manufactura y automatización. *Ingeniería e
Investigación*, 26(3), 120-128. Retrieved November 05, 2017, from
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-
56092006000300014&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-56092006000300014&lng=en&tlng=es).

Montero Y. (2006). Factores del diseño web orientado a la Satisfacción y No-
Frustración de uso. *REVISTA ESPAÑOLA DE DOCUMENTACIÓN
CIENTÍFICA*, 29(2). Recuperado a partir de
<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/291/353>

Ponjuán G. (2004). *Gestión de Información -*. Nuevo Paradigma.

Mejía B. (2006). El diseño gráfico y su incorporación al diseño web. *REVISTA
INTERIORGRÁFICO DE LA DIVISIÓN DE ARQUITECTURA, ARTE Y
DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO*, (16).
Recuperado a partir de
[https://www.interiorgrafico.com/edicion/decima-edicion-diciembre-2010/el-
diseno-grafico-y-su-incorporacion-al-diseno-web](https://www.interiorgrafico.com/edicion/decima-edicion-diciembre-2010/el-diseno-grafico-y-su-incorporacion-al-diseno-web)

Garreta M., & Mor E. (2011). *Diseño centrado en el usuario*. España-Cataluña.
Recuperado a partir de <https://openlibra.com/es/book/download/disenocentrado-en-el-usuario>

Arias A. (2015). *Desarrollo Web con CMS.Drupal y Joomla* (2ª ed.). IT Campus
Academy. Recuperado a partir de
https://books.google.com.ec/books?id=_hTSCgAAQBAJ&pg=PA3&dq=tipografia+en+dise%C3%B1o+web&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwikl4z2kL

TUAhUC6CYKHTTfD_kQ6AEIJAB#v=onepage&q=tipografia%20en%20dise%C3%B1o%20web&f=false

Montero Y. (2015). *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*. Recuperado a partir de http://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf

Capriotti P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago, Chile.

Pintado T., & Sánchez J. (2014). *Nuevas Tendencias de Comunicación Estratégica* (3ª ed.). Madrid - España: ESIC Editorial.

Ramírez F. (2005). El desarrollo de la identidad corporativa: función inherente de la gestión corporativa. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 1(1), 13–22.

Aced C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0 Como gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. UOC. Recuperado a partir de

Elam K. (2006). *Sistemas Reticulares* (2da ed.). Barcelona: Gustavo Gili. Recuperado a partir de <https://kochfede.files.wordpress.com/2013/03/sistemas-reticulares-kimberly-elam.pdf>

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Recuperado a partir de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

LOES. (2011). *Reglamento General a la Ley Orgánica De Educación Superior*. Recuperado a partir de http://www.espol.edu.ec/sites/default/files/archivos_transparencia/Reglamento%20Ley%20de%20Educacion%20Superior.pdf

Pleno del Consejo de Educación Superior. (2015). *El Consejo de Educación*

Superior. Recuperado a partir de
[http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category &id=12&Itemid=496](http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=12&Itemid=496)

Senplades. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Recuperado a partir de www.buenvivir.gob.ec

ANEXOS



ENCUESTA

La presente encuesta tiene como fin evaluar la factibilidad de la automatización de un modelo de planeación estratégica denominado SAEES (Sistema de Acreditación y Evaluación para la Educación Superior) como aporte a los procesos de evaluación y acreditación a las Carreras de Mercadotecnia en la zona tres mediante una plataforma Web con el fin de gestionar y evaluar el desempeño de cada carrera.

Agradecemos por brindarnos unos minutos de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

Instrucción: Marque con una (x) dentro del cuadro la respuesta de su elección.

1. ¿Qué conocimiento tiene Ud. sobre los procesos y metodologías de evaluación y acreditación para la Educación Superior?

Mucho **No mucho** **Poco** **Nada**

2. ¿Conoce Ud. los parámetros de evaluación y acreditación?

SI **NO**

3. ¿Conoce Ud. la situación actual y resultados de su carrera, con respecto al proceso de evaluación y acreditación?

SI **NO**

4. ¿A través de qué medios de comunicación ha recibido usted información acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?

Digitales **Impresos** **Audiovisuales** **Ninguno**

5. ¿En qué medida considera usted, que la percepción/conocimiento que ha obtenido a través de distintos medios de comunicación sobre los procesos, metodologías de evaluación y acreditación y resultados, ha sido significativo?

Mucho **Poco** **Nada**

6. ¿Conoce Ud., si su carrera aplicó o está aplicando un Plan de Mejoras en pos de la mejora de los indicadores con dificultad?

SI **NO**

7. ¿En qué medida Cree Ud. que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación a través de un sistema web favorecería al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia?

Mucho

Poco

Nada

8. ¿Según su criterio, considera Ud. que los medios digitales, en especial la Web, aplicada como medio de comunicación y difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados sería:

Excelente

Bueno

Regular

Deficiente

9. ¿Considera Ud. que la información que presenta la interfaz gráfica de un sistema web debe ser estructurada, organizada y entendible?

Totalmente de Acuerdo

De Acuerdo

Desacuerdo

10. ¿Considera Ud. que la interfaz gráfica debe guardar relación, el tipo de información que presenta e institución a la que pertenece?

Totalmente de Acuerdo

De Acuerdo

Desacuerdo

11. ¿Los colores, diagramación y tipografías que componen la interfaz gráfica de un sistema web, deben facilitar las tareas del usuario?

Totalmente de Acuerdo

De Acuerdo

Desacuerdo

12. ¿Señale según su criterio, El uso de la interfaz gráfica debe ser :

Intuitivo

Simple

Estética

Navegable

Interactiva

13. ¿Una interfaz gráfica debe facilitar la interacción entre el dispositivo y el usuario y garantizar su uso?

SI

NO

ENTREVISTA

Guía de preguntas para las entrevistas a los directivos de la carrera de Mercadotecnia de la zona tres.

1. ¿Cómo respondió la facultad al proceso de evaluación y acreditación? ¿Hubieron inconvenientes? ¿Se cumplió con los parámetros y estándares de evaluación?
2. ¿Se han implementado sistemas comunicacionales para informar a la comunidad académica, sobre los procesos y metodologías de evaluación y resultados?
3. ¿Se han implementado programas de comunicación interna para la socialización de los resultados de la evaluación realizada por el CEAACES?
4. ¿A través de qué medios audiovisuales tales como diapositivas, videos u otros medios de comunicación se ha socializado los resultados de la evaluación a la comunidad? ¿Y qué tan eficientes han resultado?
5. ¿La información y presentación de resultados ha sido coherente y de fácil comprensión para la comunidad? ¿Ha cumplido su objetivo comunicacional? (*Cambios esperados conocimientos, actitudes, prácticas y comportamientos*)
6. ¿Las mejoras que se realizan o se han realizado en pos de la carrera son o han sido socializadas a la comunidad académica? ¿A través de qué medios de comunicación?
7. ¿Cuentan con un sistema web de gestión con información automatizada? ¿Han logrado comunicar de manera efectiva?

8. ¿Considera usted que los medios digitales (Web), serían los medios eficientes para la difusión de procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?

9. ¿Considera usted que una plataforma Web, con interfaces graficas estéticas, intuitivas y navegables sería un medio de comunicación eficiente para presentar contenidos acerca de los procesos y metodologías de evaluación y acreditación y resultados?

10. ¿Cree usted que la sistematización de un modelo de evaluación y acreditación permitiría a la carrera de Mercadotecnia de la zona tres, estar preparada para afrontar un proceso de evaluación y acreditación realizado por el CEAACES?

11. En la escala del 1 al 3, en su opinión ¿Cree usted que la automatización de un modelo de evaluación y acreditación, a través una plataforma web como medio de difusión y comunicación sería **1 Factible, 2 Poco Factible, 3 No factible y Porque?**¿Ya que ayudaría al seguimiento de la situación actual de la carrera de Mercadotecnia de la zona tres?

1	2	3
Factible	Poco Factible	No es factible

Porque: _____



ENTREVISTA A EXPERTOS

Objetivo

Recopilar informa acerca de los procesos y requerimientos necesarios para el diseño de la interfaz gráfica de usuario de un SGI.

1. ¿Cuáles son los requerimientos que demanda el diseño de una interfaz gráfica de usuario aplicado a un SGI?
2. ¿Cuáles son los elementos y características específicas que debe tener la interfaz gráfica de usuario de un SGI?
3. ¿Qué normas SEO considera usted como experto que se deben tener en cuenta para el desarrollo de una plataforma web?
4. ¿Cuál es la resolución de pantalla apta para el diseño de una plataforma web, teniendo en cuenta la visualización de nuestro sitio se visualizará a través de distintos dispositivos móviles?
5. ¿Por qué es necesario definir la arquitectura de la información para el diseño de la interfaz gráfica de usuario de un SGI?
6. ¿Cómo experto en el área del diseño web ¿cuál es el sistema reticular más utilizado para el diseño de la interfaz gráfica de usuario de un SGI?
7. ¿Cuáles son las ventajas que proporciona el “Diseño Responsive” al desarrollo de un sitio o plataforma web?
8. ¿Cuáles son las cualidades que permiten a una SGI comunicar de manera efectiva a los usuarios?
9. ¿Considera usted que una plataforma web facilita la gestión de información y presentación de resultados permitiendo una difusión correcta de la información a un público objetivo específico?

Entrevistados – UNACH



Entrevistado – ESPOCH



Entrevistados – UTC





Ing. Marcelo Cárdenas

Director de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas (UTC)

Entrevistado – ESPE Cede Latacunga



Ing. Xavier Fabara

Director de Carrera (ESPE- CEDE LATACUNGA)

**Jefe de
Admisión y Registro**

Encuestas – Docentes



Encuestas - Estudiantes

