



**Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas
Coordinación de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital**

“Propuesta de rediseño del sitio Web www.iupg.net.ve”

**Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título
de Especialista en Periodismo Digital**

Autor: Yesika Villarreal Freites

Caracas, mayo de 2012

Contenidos

Dedicatoria.....	4
Agradecimientos	5
Resumen	6
Introducción	7
Capítulo I	10
Planteamiento del Problema	10
Sitios Web Universitarios en Venezuela:	10
IUPG.....	10
Objetivos.....	14
Justificación	15
Capítulo II	16
Marco Teórico	16
Diseño Web	16
Diseño de la Información	17
Arquitectura de la Información	19
Usabilidad	21
Interacción	23
Experiencia de usuario	24
Capítulo III	25
Marco Conceptual	25
Descripción de la Empresa.....	25
Sitio Web Actual	26
Situación a Atender	28
Capítulo IV	30
Marco Metodológico.....	30
Tipo de Investigación.....	30

Metodología para el Desarrollo de la Propuesta.....	30
Resultados.....	43
Capítulo V	¡Error! Marcador no definido.
Desarrollo del Proyecto	44
Metodología para el Diseño del Sitio	44
Conclusiones	58
Recomendaciones	599
Fuentes Consultadas	60
Anexos.....	61

Dedicatoria

A mis padres Margot y Valentín, cómplices de esta meta y hasta el día de hoy, garantes de que se complete, dando paso a muchas más.

A todas las personas cuyo abrazo, apoyo y sonrisa, hicieron de este camino una etapa inolvidable y una muestra de incondicionalidad.

¡Gracias!

Agradecimientos

Principalmente a Dios, fuente de vida, paciencia y amor; por poner en mi camino siempre, personas que de nombrarlas una a una, colmarían estas líneas. Gracias padre, por atender cada una de mis plegarias en búsqueda de paciencia, fortaleza y sabiduría.

A mi familia, por embarcarse en este reto junto a mí. En especial a mi madre por apoyar mi deseo y poner todo de sí para hacerlo realidad.

Al Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales, lugar que me recibió en Caracas y donde conocí gente a la que siempre agradeceré su amistad, sus risas y alegría. Reynaldo, Darwin, ¡Mil gracias!

A Marianne Robles por su paciencia, casi tan grande como su don de gente y su vocación de enseñanza. Gracias por orientarnos en cada paso y ser como una madre digital.

A mis chicas de la especialización: Erleen, Martha, Diana y Adriana. Compañeras de chats, intercambiadoras de apuntes, recordatorios andantes y aplausos en la defensa. ¡Felicidades a todas!

¡Gracias infinitas!

Resumen

Internet, ha revolucionado todas las áreas de nuestra vida. Nos relacionamos, comunicamos, informamos y entretenemos a través de ella.

A medida que esta influencia avanza, también los procesos educativos y las instituciones que los ofrecen, deben adaptarse a este ritmo para darse a conocer y evolucionar en sus procesos. Enfrentando esta realidad, el Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales decide emprender un trabajo de reconstrucción de imagen digital que dé a su sitio Web un nuevo rostro lleno de funcionalidad, superando errores e inconsistencias que perjudican la labor de sus docentes y cuerpo administrativo, así como a estudiantes, acostumbrados a servicios digitales más accesibles. Para emprender esta labor, se realizó un estudio crítico del sitio actual para identificar sus debilidades y compararlo con otros de similar ramo. Luego, tomando en cuenta los principios de usabilidad, accesibilidad, diseño de la información y diseño gráfico, se propone un producto digital que será evaluado por los directivos y equipo de dicha institución, para considerar su implementación; motivo por el cual, el presente TEG no incluye apartados relativos a pruebas y desarrollo.

Palabras clave: rediseño Web, diseño Web, sitios educativos, diseño de la información, usabilidad, Web 2.0.

Introducción

El Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales (IUPG) es un centro educativo de carácter privado dedicado a la formación de bachilleres dentro de las ciencias gerenciales, en el nivel de Técnico Superior Universitario. Opera desde 1997 en sus sedes de La Hoyada y Sabana Grande en las cuales ofrece además, oportunidades de adiestramiento para profesionales a través de cursos y diplomados.

Respondiendo a las necesidades de difusión externa y alineado a las tendencias comunicacionales de la era digital, en el año 2000 se lanza a la Web su primer sitio www.iupg.edu.ve (actualmente fuera de uso) el cual de forma primitiva ofrecía información muy básica acerca de los servicios educativos prestados por el instituto. Posteriormente, en el año 2010, el IUPG se compromete a reforzar su presencia digital y se relanza en internet, esta vez, con la dirección www.iupg.net.ve.

En la actualidad, el sitio continúa operativo, sin embargo, refleja deficiencias que hacen necesaria la reconsideración y optimización de los contenidos que ofrece; teniendo en cuenta la importancia que como medio central de información, tiene dicho sitio para su público.

En vista de lo anterior, a través de este trabajo se persigue el objetivo de plantear una estructura gráfica y temática que permita a los usuarios de iupg.net.ve, obtener una mejor experiencia de uso; satisfaciendo con ello, sus necesidades de información a través contenidos veraces, oficiales, de efectiva actualización y fácil acceso.

A pesar que en la Web, existen numerosos espacios del tipo educativo; la importancia de este trabajo radica en el enfoque del sitio en sí mismo ya que - como se ha resaltado anteriormente - *iupg.net.ve* es en Internet, la dirección única y oficial de información del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales, punto de referencia para alumnos, docentes y público en general.

La siguiente propuesta comienza con el desarrollo del planteamiento del problema, enfocando brevemente la situación de los sitios Web educativos en Venezuela y su situación actual. Se detalla a continuación la situación presentada en el Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales a partir de sus aspiraciones de convergencia digital, asimismo se describen las iniciativas digitales que ha adelantado la organización y el por qué éstas no han calado y funcionado como deberían. Seguidamente se realiza un enunciado del problema a resolver con este TEG y se determinan los objetivos a cumplir para el desarrollo de esta propuesta junto a su justificación.

En el siguiente capítulo se desarrolla el Marco Teórico, definiendo conceptos que contribuyeron a la realización y desarrollo de esta propuesta: Diseño Web, Usabilidad, Arquitectura y Diseño de la Información.

Seguidamente, en el Marco Metodológico, se detallan los modelos a partir de los cuales se desarrolló la propuesta, en el primero definiendo las debilidades del sitio actual, tomando los resultados y trayéndolos en consideración para iniciar la segunda etapa de arquitectura de la información.

En el quinto capítulo se desarrolla la propuesta de rediseño del sitio www.iupg.net.ve de acuerdo a los modelos descritos en el paso anterior,

atendiendo los conceptos claves del capítulo anterior y ofreciendo soluciones a la situación planteada al comienzo del trabajo.

El documento finaliza con las conclusiones, analizando los efectos de no adecuarse a las tecnologías en el caso de las universidades venezolanas, así como recomendaciones que debe seguir la organización, para aprovechar al máximo la puesta en marcha de este TEG.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

Sitios Web Universitarios en Venezuela:

En nuestro país la gran mayoría de instituciones que ofrecen servicios de formación a nivel superior han adoptado el sistema Web para dar a conocer sus servicios y/o productos, tal es el caso de direcciones como www.ucv.ve (portal de la Universidad Central de Venezuela), www.ula.ve (Página principal de la Universidad de los Andes), www.iunp.edu.ve (sitio del instituto Universitario de Nuevas Profesiones), <http://itelcainstituto.com.ve> (dirección del Instituto Técnico Luisa Cáceres de Arismendi).

Asimismo, la gran cantidad de sitios que albergan información similar abrió las puertas para la creación de sitios como www.universidades24.com o www.universia.edu.ve, que se especializan en agrupar, seleccionar y catalogar cada una de las direcciones Web de universidades y casas de estudio en Venezuela y ofrecerlas al público estudiantil como un compilado que facilite su revisión, especialmente en el caso de los bachilleres que buscan oportunidades de estudios superiores.

IUPG

El Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales ha venido desarrollando desde 2010 los procesos necesarios para establecer su plataforma 2.0 y adecuarse a los requerimientos que una empresa de su ramo, debe satisfacer en una era dinámicamente digital.

En tal sentido, a partir de la conformación de las Coordinaciones de Tecnología y Redes Sociales junto a la reconstitución de la Coordinación de

Mercadeo (2010) se procedió a hacer estudio del estado de los medios digitales disponibles para el momento, encontrando que los mismos se hallaban en estado de evidente abandono además de estar diseñados con escasas consideraciones de estilo y usabilidad, lo que devenía en un incuestionable detrimento de la imagen y rentabilidad del instituto como servicio de formación educativa.

Dada la antigüedad del primer diseño del sitio Web del IUPG (2000) www.iupg.edu.ve (Ver Anexo 1), fue imposible realizar las gestiones para declararlo inactivo y sacarlo de los resultados de búsqueda en internet. Por lo tanto, debió procederse al primer rediseño del portal, esta vez alojado en caracashosting.com, bajo el dominio iupg.net.ve.

Paralelo a lo anterior, la Coordinación de Mercadeo y Redes Sociales del IUPG (dirigida para el momento por la autora) fue constituida como responsable del mantenimiento, alimentación, atención y diseño de estrategias para el control y administración de la imagen del instituto, así como la difusión oficial de sus procesos administrativos y académicos en correspondencia con los contenidos publicados en iupg.net.ve.

Se llevo a cabo la promoción de las redes sociales del instituto a través del sitio Web y viceversa, complementándola con la difusión de dichos portales a nivel interno para el conocimiento de los estudiantes, personal operativo y público externo asistente a cursos y diplomados dictados en las instalaciones.

Sin embargo, debido al carácter dinámico de las redes sociales y su influencia en el momento tecnológico actual; el tráfico de usuarios que utilizan iupg.net.ve es evidentemente menor a pesar de poseer contenidos más específicos (informaciones sin límite de caracteres, redes de

prelaciones, oferta académica, publicaciones de las coordinaciones) y facilidades para la difusión de formatos no soportados en otras plataformas (descargas, archivos PDF, planillas para requisitos académicos, etc).

Aproximadamente en un lapso de seis (06) meses, se realizó metódicamente la promoción de iupg.net.ve en los perfiles sociales de la institución, utilizando enlaces y mensajes que deberían generar un mayor tráfico y uso del sitio por parte del público interesado, sin embargo no fue así.

Informalmente, las coordinaciones involucradas analizaron la situación, encontrando patrones de uso entre los consumidores: revisiones rápidas, falta de dedicación en las búsquedas, indisposición a la lectura, facilismo y en gran medida una posición de excesivo protagonismo del cliente, dado a que quiere ser atendido de manera personalizada, empleando el mínimo esfuerzo.

Otro resultado del análisis, reflejó la falta de integración entre los niveles organizativos de la institución y las coordinaciones tecnológicamente responsables de la transición digital. La empresa, desactualizada y muy arraigada a su método de trabajo unilateral en el que cada departamento o coordinación es responsable de la difusión de sus procesos, había caído en la necesidad (en algunos casos) de crear blogs y perfiles sociales, para publicar sus novedades; maniobra que se hace especialmente perjudicial al considerar que fue aplicada en ambas sedes administrativas, donde funcionan algunos departamentos de manera paralela (ejemplo: Coordinación de Pasantías – IUPG Sabana Grande y Coordinación de Pasantías – IUPG La Hoyada).

Se procedió a realizar las solicitudes formales a cada departamento para proceder y/o autorizar la eliminación de los perfiles paralelos y la migración

de datos hacia iupg.net.ve; explicando en dichas comunicaciones el menoscabo que esta situación supone para nuestros estudiantes y clientes al momento de solicitar información “oficial” en línea y como afecta a la imagen de la institución reflejando escenarios de dispersión y desorganización entre sus niveles, escenarios que afectan directamente su rentabilidad.

Los resultados han sido lentos debido al arraigo antes explicado a los métodos de trabajo hasta el momento empleados en la empresa, sin embargo, algunas coordinaciones importantes como Trabajo Especial de Grado, aunque no han retirado sus perfiles para comodidad de los estudiantes, han suministrado las claves de acceso permitiendo que estos sean vinculados desde iupg.net.ve y migrando los contenidos para que aparezcan exactamente iguales en ambas plataformas; hasta el momento en que se logre la convergencia esperada que convierta a www.iupg.net.ve, www.facebook.com/linstitutoUniversitarioIUPG y www.twitter.com/IUPG en los perfiles ÚNICOS y OFICIALES del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales en la red.

Dado a que el trabajo en redes sociales se encuentra más adelantado y goza de mayor influencia entre los estudiantes, queda por resolver la situación referente al sitio Web, acordando la necesidad de un rediseño en gran escala. En consideración a ello, se han realizado encuestas a los estudiantes usando métodos tradicionales de selección de opciones y respuesta libre, además de utilizar la herramienta “preguntas” de la plataforma Facebook para tal fin.

En dichos instrumentos se hace evidente la falta de satisfacción entre los usuarios, quienes alegan no encontrar rápidamente los contenidos requeridos y aconsejan el empleo de nuevos diseños, colores y distribución

de la información. En consecuencia, se formula el siguiente **Enunciado del Problema:**

Realizar una propuesta para la reconstrucción del sitio Web del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales. Rediseño de la distribución de su contenido, replanteamiento de su usabilidad y sintetización de su información con miras a crear una imagen sólida, de carácter único y oficial.

Objetivos

Objetivo General

Realizar una propuesta para el rediseño del sitio Web del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales. Reposición de su contenido, replanteamiento de su usabilidad y sintetización de su información.

Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades puntuales o dificultades del sitio actual.
- Realizar el diseño del mapa de sitio para el portal Web.
- Concebir el diseño de información que será utilizado en el home de la nueva Web.
- Realizar una propuesta de arquitectura, contenido y presentación para el sitio.

Justificación

El principal argumento para la concepción de este proyecto es lograr satisfacer los requerimientos de diseño y usabilidad que demandan los estudiantes y clientes, usuarios del sitio Web del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales. Además este proyecto es el eslabón más importante y determinante en la convergencia de herramientas digitales que promueve la empresa desde 2010.

A través de este trabajo, la empresa contará con una propuesta de transformación para su plataforma de presentación digital, que de ser aplicada, contribuirá a su estrategia de mercadeo, evidenciando una mejor alineación de sus niveles organizativos y reflejará una solidez funcional que fortalecerá su imagen con respecto a instituciones de servicios similares.

Al mismo tiempo, los estudiantes podrán contar con información adecuadamente dispuesta, que facilitará sus gestiones, aumentará el tráfico del sitio (por ende la publicidad de sus servicios y/o redes sociales vinculadas) y disminuirá las confusiones y complicaciones al momento de ofrecer informaciones tan importantes para dinámica del instituto como lo son: fechas de inscripciones, reuniones extraordinarias, comunicados oficiales, encuentros de graduandos, etc.

Igualmente, al lograr la migración adecuada de datos hacia iupg.net.ve, se benefician las relaciones entre el alumno-cliente-empresa, por cuanto disminuyen las visitas físicas a coordinaciones de la institución para resolver asuntos que pueden ser tramitados con una revisión rápida al sitio oficial. Reduciendo las distracciones en las oficinas por atención al público lo que permitirá prestar un servicio, eficaz, directo, oficial y sumamente efectivo.

Capítulo II Marco Teórico

Diseño Web

wikipedia.org (2012) explica:

El diseño Web es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios Web y páginas Web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y vídeo. Se lo considera dentro del diseño multimedia.

Se entiende entonces, que esta disciplina, definida brevemente, es el proceso de conceptualización, organización, modelado y ejecución de páginas Web y servicios Web; teniendo como objetivo principal la creación de un sitio.

Por otro lado, el sitio Web kioskea.net (2008), describe el diseño Web como una actividad en la que se estructuran los elementos gráficos de un sitio Web, para expresar de manera estética la identidad visual de una compañía. Igualmente, el artículo sostiene que el diseño Web “*comprende una fase de **diseño virtual** más que de diseño funcional (ergonomía, navegación)*” ya que su objetivo es realzar la imagen de una organización a través de elementos gráficos para así, reforzar su identidad visual y despertar una sensación de confianza en el usuario.

El texto señala en conclusión, que el diseño Web trata de encontrar un término medio entre una presentación que tenga gráficos impresionantes y que le proporcione a la compañía tanto credibilidad como imagen de marca y una presentación simple y sencilla que permita a los usuarios encontrar lo que están buscando.

Diseño de la Información

La página del Instituto Internacional del Diseño de Información citada por Wikipedia (2012), puntualiza: "El diseño de información es la definición, planeación y modelado de los contenidos de un mensaje y su ambiente, lo cual se presenta con la intención de lograr objetivos particulares en relación a las necesidades de los usuarios".

En su ensayo de 2005 "Diseño de la Información", Martín define esta apartado como "el arte y la ciencia de preparar la información, de modo que pueda usarse por los humanos con eficacia y eficiencia". Horn (1999a), citado por Martín, define los objetivos del DI, de un modo holístico, como la "conexión entre la información, el pensamiento humano y el uso". A su vez, este autor, identifica tres requisitos de un buen Diseño de Información, éstos son:

- ***Documentos comprensibles y visualización de los mismos.***

El primer requisito del DI es que los documentos que transmiten información deben ser comprensibles. Hay una serie de perspectivas a este respecto dependiendo de las disciplinas que lo estudian.

- ***Interactividad de los sistemas***

Desde la perspectiva de la información, los sistemas interactivos implican la visualización de todos los elementos de la interacción, lo que incluye el entorno social, el estado cognitivo del usuario, el sistema de diseño y la operación del programa. Los sistemas verdaderamente interactivos deben centrarse en el ser humano y ser adaptables. Esto significa que la configuración cultural y social se debe centrar en el diseño y que los ordenadores deben adaptarse a las habilidades humanas y no al contrario.

- ***Navegabilidad de los espacios informativos***

Cuando los espacios informativos se diseñan, deben ser navegables para los usuarios. Por analogía con la navegación real, se debe diseñar la información conectando las tareas con el modo de encontrar el camino y de poner señales.

Igualmente, Hassan, Martín & Iazza (2004), sostienen que en este proceso de diseño “se debe mantener un equilibrio entre lo que serían contenidos que no aprovecharían las nuevas posibilidades hipertexto y multimedia, y lo que serían contenidos caóticos o desorientativos debido a un uso excesivo y no sosegado de las posibilidades hipermedia” para, en lo posible, lograr diseñar contenidos conectados y vinculados, que mantengan un vínculo informativo, comunicacional y organizativo.

Los autores insisten, que las características del nuevo medio nos obligan a “ser concisos, precisos, creativos y estructurados a la hora de redactar. Debemos conocer a quién nos dirigimos y adaptar el lenguaje, tono y vocabulario utilizado al usuario objetivo”.

Arquitectura de la Información

Arquitectura de la Información (AI) “es la disciplina y arte encargada del estudio, análisis, organización, disposición y estructuración de la información en espacios de información, y de la selección y presentación de los datos en los sistemas de información interactivos y no interactivos” (Wikipedia, 2012).

De acuerdo a Camus (2009), la arquitectura de la información:

“Es una disciplina que organiza conjuntos de información, permitiendo que cualquier persona los entienda y los integre a su propio conocimiento, de manera simple. Si la miramos desde el punto de vista de quienes la utilizan para la construcción de sitios Web, podremos agregar que la Arquitectura de Información es el conjunto de prácticas y técnicas que, entendiendo el objetivo de un sitio Web, organiza el contenido en subconjuntos de nombres comprensibles para el usuario final, facilitando las operaciones de búsqueda y uso de la información que contienen.

En un ambiente más digital, el Information Architecture Institute, define la Arquitectura de la Información como:

- El diseño estructural en entornos de información compartida.
- El arte y la ciencia de organizar y rotular sitios Web, intranets, comunidades en línea y software para promover la usabilidad y la ubicabilidad.

- Una comunidad emergente orientada a aplicar los principios del diseño y la arquitectura en el entorno digital.

Objetivo:

La Arquitectura de la Información – continúa en Wikipedia- tiene como principal objetivo, el “facilitar al máximo los procesos de comprensión y asimilación de la información, así como las tareas que ejecutan los usuarios en un espacio de información definido”.

De acuerdo al estudio de Camus, (2009), la Arquitectura de la Información:

- Permite que los usuarios de un sitio Web entiendan grandes cantidades de información; busquen y encuentren la información que necesitan de manera simple y realicen acciones mediante el computador.
- Facilita a los creadores de un sitio Web aclarar la misión y la visión del sitio, centrándose en las necesidades de sus audiencias; generar estructuras que soporten el cambio y el crecimiento en el tiempo; determinar qué contenidos y funcionalidades deberá contener el sitio; rotular de modo comprensible las áreas de información y crear sistemas de navegación intuitivos.

Definir una correcta arquitectura de información facilita al usuario la recuperación de información. Hassan, Martín & Iazza (2004) resaltan que esto se consigue por un lado posibilitando que el usuario pueda encontrar

información - diseño y definición de índices, clasificaciones, taxonomías y sistemas de recuperación de información o sistemas de búsqueda en el sitio Web -, y por otro lado posibilitando que cada elemento de información pueda ser encontrado.

Usabilidad

Hassan, Martín & Iazza en su ensayo “Diseño Web Centrado en el Usuario” (2004), utilizan el concepto etimológico expuesto por Bevan, Kirakowski, y Maissel (1991) donde la “Usabilidad” es: “un anglicismo que significa “facilidad de uso”; que parece tener su origen en la expresión “user friendly”, que es reemplazada por sus connotaciones vagas y subjetivas”.

Machón (2002), citado por Joffre (2011) explica que de acuerdo a la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), el concepto de usabilidad se refiere a la “capacidad de un sistema de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso. En el contexto de Internet, ese sistema es no es otro que el sitio Web”.

Por otra parte, con relación a la aplicación de la usabilidad Hassan (2002) explica que “la mejor forma de crear un sitio Web usable es realizando un diseño centrado en el usuario, diseñando para y por el usuario, en contraposición a lo que podría ser un diseño centrado en la tecnología o uno centrado en la creatividad u originalidad”. Esto haciendo un llamado a la concentración ante las necesidades del usuario en contraposición a los diseños elaborados, de complejidad innecesaria y que responden, en ocasiones, a caprichos de diseñadores sin conocimiento acerca de esta materia práctica.

Hassan (2002) también destaca alrededor del concepto de usabilidad algunos conceptos relacionados semánticamente, a saber:

Findability ("recuperabilidad", "encontrabilidad"...) es la posibilidad de que determinada información sea encontrada, localizada, o recuperada. O lo que es lo mismo, la "accesibilidad" de un sitio o de un nodo Web (no confundir con la Accesibilidad de los contenidos). En la "findability" intervienen el posicionamiento en motores e índices de búsqueda, la predisponibilidad de nuestro sitio a ser recuperado por motores de búsqueda (search engine optimization), la promoción que hayamos realizado (por correo electrónico, concursos, banners...), etc... Pero la "findability" también abarca los medios de que disponga nuestro sitio Web para encontrar información dentro de este, es decir, buscadores locales, correcta arquitectura de la información, etc...

En resumen: "La Usabilidad de un sitio Web está estrechamente relacionada con la "findability", ya que cuanto más sencillo resulte para el usuario navegar por un sitio Web, mayores posibilidades tendrá de encontrar lo que busca".

Seguidamente, otro concepto íntimamente relacionado con la Usabilidad es el de la *Accesibilidad*, cuyo objetivo

"es conseguir que el diseño del sitio permita que personas discapacitadas también puedan acceder a sus contenidos. Así mismo, otro requisito para que una Web sea accesible es que cualquier persona pueda acceder a

sus contenidos independientemente del dispositivo que use (hardware o software)”.

Finalmente, desde el punto de vista de la comunicación en línea, Ortega (2005) ofrece la siguiente conclusión:

La usabilidad nos ha ayudado, desde sus comienzos, a comunicarnos a partir de un nuevo canal multimedia, de flujos constantes y directos. En este sentido sus aportaciones están encaminadas a respaldar y ofrecer mayor calidad a dicha comunicación, sin que por ello se deba entender que existe una relación directa entre la calidad y el número de personas que recurren a ella. Simplemente cuantos más sitios usables existan, mayores garantías habrá para establecer procesos de comunicación eficaces en la red. La comunicación multimedia necesita de la usabilidad bien para acentuar el sentido común, bien para establecer convenciones que a veces no tienen por qué estar en consonancia con el sentido común.

Interacción

Es el proceso que realiza un usuario al utilizar un dispositivo, sistema u objeto determinado con el fin de obtener algún tipo de resultado ya sea información o la realización de una acción. Entre otros factores, en el diseño de la interacción intervienen disciplinas como la usabilidad y la ergonomía. Camus, (2009).

Experiencia de usuario

La experiencia de usuario es el conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario, con un entorno o dispositivo concretos, cuyo resultado es la generación de una percepción positiva o negativa de dicho servicio, producto o dispositivo.

La experiencia de usuario depende no sólo de los factores relativos al diseño (hardware, software, usabilidad, diseño de interacción, accesibilidad, diseño gráfico y visual, calidad de los contenidos, buscabilidad o encontrabilidad, utilidad, etc) sino además de aspectos relativos a las emociones, sentimientos, construcción y transmisión de la marca, confiabilidad del producto, etc. (Wikipedia, 2012).

Capítulo III

Marco Conceptual

Descripción de la Empresa

El *Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales* es una organización de educación superior de gestión privada, fundada en Caracas en 1996. Se dedica a la formación de bachilleres en el área de la gerencia, contando para ello con seis menciones de estudio: Gerencia Industrial, Gerencia Financiera, Gerencia Pública, Gerencia de Condominios, Gerencia Hotelera y Gerencia de Procesos Hospitalarios.

En 1997 el instituto inicia sus actividades académicas y administrativas en su sede principal de La Hoyada, Edificio IUPG. En 1998, se autoriza una ampliación del Instituto para dictar actividades académicas en el CC. Sabana Grande como ampliación de la sede fundacional.

La duración de la carrera de Gerencia en cada una de las menciones es de tres (3) años, desarrollados en períodos académicos (turno lunes a viernes y turno sabatino) al término de los cuales se otorga al estudiante aprobado el título de Técnico Superior Universitario. Por otra parte, la institución cuenta con una oferta de adiestramiento dirigida a egresados y público en general en la que se desarrollan cursos, diplomados, programas educativos y de formación, con enfoque en la instrucción corporativa, orientada al desarrollo de habilidades, conocimientos y aptitudes para el fortalecimiento integral del individuo como capital humano.

Su misión de gestión está contemplada en formar el recurso humano que el desarrollo demanda, teniendo como meta que en este proceso confluyan

valores, excelencia académica y uso de tecnología de punta, en correspondencia con la evolución del conocimiento científico, el proceso gerencial y la pertinencia ocupacional.

Sitio Web Actual

El sitio Web actual, fue creado en 2010 a raíz del vacío digital que presentaba la institución desde su primera e infructuosa incursión en la red en el año 2000. La Coordinación de Tecnología (con apoyo de la Coordinación de Mercadeo, que para el momento dirigía la autora), a petición de la presidencia del IUPG, es la encargada de concebir y desarrollar este sitio, administrado a través del sistema de gestión de contenidos Joomla; (código abierto programado en PHP) y esta vez bajo el dominio .net (Ver Anexo 2)

lupg.net.ve está compuesto de 6 secciones, distribuidas a lo largo de 2 columnas establecidas en los extremos de la pantalla (tres unidades cada una). Estas secciones dentro del sitio han sido denominadas como:

1. *Menú Principal:* Es la primera casilla ubicada del lado izquierdo de la pantalla, en ella se concentran los elementos descriptivos referentes al instituto (misión, visión, valores, modalidades de estudio, inscripciones, reglamento, adiestramiento, contacto, etc).
2. *Gerencia Mención:* En este apartado se detallan las seis ramas de la gerencia que ofrece el instituto, objetivos de la misma y campo de trabajo.

3. *Galería*: Se encuentra una pequeña galería con imágenes de graduaciones y Misas de acción de gracias realizadas.
4. *Noticias*: Ubicado en la parte superior de la columna izquierda, esta sección ofrece las novedades y actividades de interés para el alumnado, usando un panel de contenido rotatorio hecho en flash.
5. *Calendario*: Vista del mes en curso que detalla en negrita los días en que alguna eventualidad programada tiene lugar.
6. *Enlace a Facebook*: Contiene una imagen enlazada al perfil del instituto en esta red social.

En la parte central, en el espacio de dos columnas, se concentra el foco de las informaciones que se publican. Al principio de la misma, puede encontrarse un pequeño inciso que describe el carácter del instituto, su fundación, además de detalles de tipo legal. Luego, en esta sección se ubican los contenidos de todo el sitio, generados por cada una de las dependencias del IUPG. En la página inicial, las informaciones, son presentados en su mayoría , bajo el título (dinámico, realizado en Flash) de “Información”, usando imágenes fijas que puntualizan datos acerca de procesos internos (inscripciones, grados, etc).

Al final de la sección central, se encuentra el feed de twitter, que transmite, en tiempo real, los tweets enviados desde @IUPG, perfil oficial del instituto en esta red social.

El sitio cuenta con un banner principal que permanece estático durante todo el recorrido a través de las páginas. En él se identifica al instituto con su logo y sus colores característicos.

Situación a Atender

A través de los conocimientos y técnicas multimedia adquiridas en la especialización, se realizará una propuesta de rediseño para el sitio Web del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales (www.iupg.net.ve), fortaleciendo en dicho proceso, su imagen, la promoción de sus productos; facilitando los procesos de información, mejorar el tráfico de usuarios y ofreciendo un rápido y mejor servicio que el prestado actualmente, el cual no ha podido alcanzar la eficiencia esperada por cuanto los estudiantes y el público en general no profundizan en la lectura de las informaciones, lo que supone un replanteamiento de la estructura y una sintetización de los contenidos.

Población Relacionada

Aplicando esta restructuración, se verá beneficiada la institución en un primer plano, regenerando y el tráfico de visitas a su sitio Web, simplificando la forma en que se distribuyen los contenidos allí, mejorando su aspecto visual y por ende, logrando una repercusión notable en las cifras de procesos de inscripción. También, estudiantes y público en general tendrían acceso a informaciones y contenidos de fácil lectura, atractivo diseño y de rápido acceso.

Recursos en la Organización

Una vez presentada y aceptada esta propuesta, el IUPG cuenta con el soporte de la Coordinación de Tecnología (responsable del diseño actual, para llevar a cabo las modificaciones y gestionar las tareas relativas a

diseño, alimentación, sistemas, mantenimiento, actualización de los contenidos y alojamiento del site.

Por otro lado, los diferentes departamentos, a través de esfuerzos de comunicación y retroalimentación (que se siguen desarrollando a partir de la estrategia llevada a cabo por la autora durante su gestión), tienen el compromiso y/o prerrogativa de hacer llegar la información que deba ser transmitida al público estudiantil y general, a través de la Coordinación de Tecnología.

Finalmente, además del recurso humano antes descrito, se cuenta en la institución con la plataforma tecnológica requerida (programas de diseño, edición, conexión a internet, conocimientos en lenguaje de programación, etc) para que una vez sea evaluada y aprobada esta propuesta por la institución, se ejecute, sustituyendo el diseño actual.

Capítulo IV Marco Metodológico

Tipo de Investigación

La propuesta será realizada bajo la categoría de “proyecto de investigación y desarrollo”; el cual especifica la prioridad del diagnóstico y localización de necesidades dentro de la organización para así proceder a ejecutar los planes enfocados a resolverlas: “Tiene como propósito indagar en las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización (investigación), para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella (desarrollo)” (Valarino, Yáber y Cemborain, 2010,69-70)

Metodología para el Desarrollo de la Propuesta

Para la elaboración de la propuesta, se llevaron a cabo dos grandes fases. La primera de análisis e identificación de debilidades, enmarcada según las recomendaciones de diseño Web para instituciones educativas de Juan Carlos titulado: “Malas Prácticas en el diseño de Webs Universitarias” (2007).

En la segunda fase, de estructuración de la propuesta, se empleó la metodología de Arquitectura de Información descrita en la Guía para Desarrollo de Sitios Web elaborada por Ministerio de Economía de Chile (2004)

Malas Prácticas en el Diseño de Webs Universitarias

El estudio realizado por García (2007), según su propio autor, pretende “detectar algunas de las principales malas prácticas en el diseño de sitios Web de universidades”.

Para la elaboración de dicho estudio, el autor analizó 26 indicadores en 73 universidades españolas, tanto públicas como privadas, observando significativas diferencias.

Dichos indicadores fueron agrupados en cuatro apartados:

- Criterio político en el diseño
- Legibilidad
- Diseño
- Ayuda al acceso a la información

Dentro de los cuales se encuentran clasificados los 26 renglones que fueron tomados en consideración para realizar esta propuesta:

- ***Criterio político en el diseño:***
 - Organizar según el organigrama jerárquico.
 - Fragmentación del site (diferentes secciones con diferentes Webs).
 - “Saludo del Rector”.
 - Webs bilingües y páginas intermedias.
 - Webs ‘unilingües’ (universidades bilingües con Web unilingües).
 - Información no relevante en la principal.
 - Regalar/vender PageRank a Universia.

- **Legibilidad:**

- Abusar del lenguaje administrativo.
- Documentos poco escaneables.
- Contenido con poco 'aire' / Colapso informacional (saturación de contenido). / No dejar respirar a la página.

- **Diseño:**

- Pop ups.
- Abuso de menús desplegables.
- Olvidar la finalidad de servicio (abuso de color, flash y multimedia).
- Transmitir información sólo con imágenes.
- Tiempos de descarga excesivos.
- Mala gestión de enlaces (color visitados).
- Uso de frames.
- No hacer diseño líquido.
- Diseño epatante pero despistante.
- No tener claro cuál es la página principal (redirecciones).
- Falsa Accesibilidad (Ayudas al tipo de letra y contraste).

- **Ayuda al acceso a la información:**

- Buscadores perdidos o inexistentes.
- Ausencia de Teléfono y dirección postal.
- Ausencia de rastro de migas de pan o símil
- Ausencia de RSS
- No diferenciar la intranet del resto

Arquitectura de Información

La guía resalta el concepto y el objetivo de esta noción para garantizar la comprensión de su papel en el desarrollo de sitios Web. Define:

“La Arquitectura de la Información, que es el conjunto de métodos y herramientas que permiten organizar los contenidos, para ser encontrados y utilizados por los usuarios, de manera simple y directa. La Arquitectura de Información estará cumpliendo sus objetivos cuando un usuario entre por primera vez al sitio y pueda reconocer a quién pertenece el Sitio Web; lo pueda entender en forma rápida y sin esfuerzo y encontrar la información ofrecida fácilmente. Adicionalmente eso entregará el beneficio de que quienes producen el sitio podrán ubicar la nueva información sin tener que crear nuevas estructuras y al mismo tiempo tendrán la libertad de incorporar nuevas iniciativas al sitio sin tener que partir de cero”.

Este modelo instituido por el Ministerio de Economía de Chile (2004), establece los siguientes pasos para la planificación de un proyecto Web, a través de los procesos de:

- Definición de objetivos del sitio.
- Definición de la audiencia.
- Definición de contenidos del sitio.
- Definición de la estructura del sitio.
- Definición de los sistemas de navegación.
- Definición del diseño visual.

Definición de Objetivos del Sitio

En esta primera etapa se definen los objetivos centrales que del Sitio Web y la forma de cumplirlos. La guía recomienda: “comenzar por generar un objetivo central y luego definir varios objetivos secundarios; no obstante lo anterior, es importante que estos objetivos sean explicados adecuadamente al comienzo del desarrollo, con el fin de que todo el equipo tenga claro el horizonte que debe tener el proyecto”.

Para generar objetivos que sean válidos y comprensibles, se aconseja escribirlos a través de frases que se inicien con verbos que expresen las acciones a realizar. Por ejemplo: «Recibir preguntas de los usuarios sobre las actividades de la institución» o «Presentar públicamente los informes más importantes de la institución».

Una forma de lograr este cometido, es revisar la visión y la misión de la organización, desde la cual se pueden obtener las claves que permitan definirlos. Los objetivos del sitio deberán estar en concordancia con las necesidades y planificación que haya hecho la institución en sus planes anuales.

También, de acuerdo a la Guía para Desarrollo de Sitios Web, el listado de objetivos del sitio debe estar acotado y no llegar a más de cinco proposiciones. Este número, se indica como una forma de señalar que los objetivos no pueden ser tantos como para impedir su cumplimiento; ni tan pocos como para que el sitio sea poco ambicioso.

Definición de Audiencia

Una vez que se ha terminado adecuadamente la etapa anterior con la generación de los objetivos del sitio, la guía establece un siguiente paso, que es el de determinar las principales audiencias (públicos) hacia las cuales se orientará el sitio.

A continuación se hacen algunas definiciones de audiencia, las que, sin importar las características del sitio, siempre deberán estar presentes, y por lo mismo, deben traducirse en acciones para poder atenderlas adecuadamente.

- ***Por capacidad física:*** la audiencia del sitio incluirá personas con discapacidades físicas, por lo que una de las metas que debe tener todo sitio es permitir el acceso de ellos, a través del cumplimiento de las normas de accesibilidad que se han recomendado como estándares internacionales.
- ***Por capacidad técnica:*** la audiencia que llegue al sitio se dividirá de acuerdo a la experiencia técnica que tenga; por ello se deben plantear accesos simples mediante enlaces y otros más complejos, por ejemplo, mediante el uso de buscador.
- ***Por conocimiento de la institución:*** los usuarios del sitio se dividirán entre quienes conocen la institución y quienes no la conocen. Por lo anterior, los primeros siempre sabrán dónde buscar lo que necesitan usando la terminología, siglas y nombres de departamentos internos; los segundos, en tanto, no entenderán nada de la nomenclatura interna y les será muy difícil acceder a la información que se les ofrezca de esa manera.

- **Por necesidades de información:** los usuarios del sitio también se dividirán entre quienes llegan a buscar contenidos determinados y quienes sólo llegan a ver si existe algo que les pueda servir en lo que estén realizando.

- **Por ubicación geográfica:** dentro de la audiencia siempre habrá usuarios que ingresan al Sitio Web desde diferentes lugares geográficos, por lo que los contenidos deben responder también a esta diversidad.

Definición de Contenidos del Sitio:

Una vez que se han identificado los objetivos del sitio y la audiencia, hacen definiciones más concretas que permitan decidir qué contenidos son los que va a tener el Sitio Web que se desarrolle. Los insumos derivados de los pasos anteriores son parte del material que define esta etapa, ya que están basados en las necesidades de los usuarios del sitio.

Las siguientes normas, pueden establecerse como las más importantes:

- **Acerca de la Institución:** entregar la información completa referida a Autoridades, Organigrama, Normativa legal asociada, Oficinas, Horas de Atención, Teléfonos, etc.

- **Productos / Servicios:** destacar las actividades principales que el usuario puede hacer en la institución; puede incluir una guía de trámites que facilite las acciones de las personas que acudirán a la institución y que considere servicios interactivos para hacerlos desde el Sitio Web.

- **Novedades de la Institución:** últimas actividades, noticias, etc.

Agrupar y Etiquetar el Contenido

A través de conjuntos coherentes y con las definiciones hechas hasta ahora, se ordenan los contenidos para darles nombres que los identifiquen. Este paso se denomina *etiquetado*.

Para lograrlo, la guía recomienda como mejor técnica para lograrlo; hacer pequeñas tarjetas de papel, anotando las principales áreas de contenido que se hayan detectado y revisado en el paso anterior. Una vez hecho, las cartas se ponen sobre una mesa y se van agrupando, hasta formar conjuntos de elementos coherentes entre ellos. Luego, a cada conjunto se le pone un nombre (idealmente una sola palabra) que identifique a todos sus contenidos.

Con esas agrupaciones hechas, se cuenta con los elementos adecuados para generar posteriormente el árbol de contenidos que, a su vez, permitirá hacer el sistema de navegación.

Definición de la Estructura del Sitio

Una vez que se ha hecho el trabajo de identificación de contenidos reseñado en las etapas anteriores de este documento, se debe avanzar hacia las definiciones relacionadas con la forma que tendrá el sitio que se está desarrollando. Ello implicará trabajar en tres áreas concretas, a través de las cuales se definirá la estructura del sitio, el árbol de contenidos y los sistemas de navegación que se ofrecerá a los usuarios para que avancen a través de sus contenidos.

- Creación de la Estructura: Se refiere al proceso de identificar la forma que tendrá el Sitio Web que se está desarrollando. Este concepto define básicamente cuál será la «experiencia» que tendrá un usuario cuando accede al sitio. De esta manera podremos determinar dónde estarán ubicados los servicios interactivos (buscador, sistemas, de encuestas, áreas de contenidos).
- Mapa del Sitio

“Se refiere al proceso de crear un «árbol de contenido» en el que se muestre de manera práctica cuántas secciones tendrá el sitio en desarrollo y cuántos niveles habrá dentro de cada uno. Cuando se usa la idea de crear un árbol, se refiere exactamente a generar un diagrama que cuente con un tronco, ramas y hojas, para mostrar las zonas principales, secundarias y contenidos finales que se irán incorporando. En este sentido se debe evitar a toda costa que el «árbol de contenidos» represente la estructura de la organización, dado que ésta es conocida y comprendida internamente, pero constituye una barrera de entrada para usuarios externos”.

En este sentido, este modelo sugiere el uso de dos tipos de «árboles» posibles: Árbol Organizacional y Árbol Funcional; siendo el primero el que agrupa los contenidos de la manera cómo se organiza la institución, pero no basado en su estructura de funcionamiento, sino en su lógica de actividad; y el segundo, el que concentra los contenidos de acuerdo a las tareas que se puedan realizar dentro del sitio.

El modelo, también sostiene las siguientes recomendaciones para la generación de este árbol:

- **Secciones:** se debe intentar que sean las menos posibles, con el fin de concentrar las acciones del usuario en pocas áreas, se recomienda que las secciones se sitúen entre cinco y siete.
- **Niveles:** se debe intentar que el usuario esté siempre a menos de tres clicks del contenido que anda buscando. Por ello no se debería crear más de tres niveles de acceso; esto significa una portada, una portadilla de sección y contenidos.
- **Contenidos relacionados:** se debe considerar que habrá funcionalidades que estén presentes en todo el sitio. Entre ellas se incluyen elementos como Buscador, Preguntas Frecuentes y Formularios de Contacto. Se recomienda que este tipo de elementos quede fuera del «árbol» y «floten» sobre éste, con el fin de indicar que desde todas las páginas habrá enlaces a ellos.

Definición de los Sistemas de Navegación

Una vez obtenidos los árboles de contenido desarrollados en el paso anterior, el siguiente paso consiste en generar los sistemas de acceso a dichos contenidos en el Sitio Web. A través de estos, los usuarios podrán avanzar por sus diferentes áreas, sin perderse. En la generación de dichos sistemas se debe atender a dos elementos que serán muy importantes:

- **Textual:**

“Se refiere a que la navegación se hará a través de elementos concretos, tales como menús, guías, botones y otros elementos que deben ser claramente distinguibles dentro de la interfaz. Para generarlos se debe conseguir que cada uno de ellos represente claramente la función para la que fueron designados y no dejar lugar a dudas sobre su función”.

- **Contextual:** se refiere a cómo se presenta la información, utilizando elementos basados en texto, gráficos o de entorno. Los elementos relevantes en este caso, serán todos aquellos que permiten mostrar la navegación en la pantalla.

Características de los Sistemas de Navegación

- **Consistente:** el sistema debe ser similar en todo el sitio, en lo referido a su ubicación y disposición en las páginas. Esto se aplica también a aquellas instituciones que pueden tener más de un Sitio Web.
- **Uniforme:** el sistema debe utilizar similares términos con el fin de que el usuario que lo vea en las páginas, confíe en que sus opciones llevan siempre hacia los mismos lugares dentro del sitio.
- **Visible:** el sistema debe distinguirse claramente dentro del sitio, con el fin de que el usuario cuente con él, como si se tratara de una guía permanente en el área en que se encuentre del sitio.

Elementos de los Sistemas de Navegación

- **Menú General:** siempre presente en todo el sitio, permite el acceso a cada una de las áreas del sitio.
- **Pié de Página:** usualmente ubicado en la parte inferior de cada página, indica el nombre de la institución, teléfonos, dirección física y de correo electrónico.
- **Barra Corporativa:** ofrece diversas opciones de información respecto del sitio y tal como el anterior, se muestra en todas las páginas.
- **Ruta de Acceso:** listado que aparece en la parte superior de cada página y que muestra el trazado de páginas que hay entre la Portada del sitio hasta la página actual que se esté revisando.
- **Fecha de publicación:** para saber la vigencia de publicación del contenido desplegado.
- **Botón Home:** para ir a la portada
- **Botón Mapa del Sitio:** para ver el mapa del Sitio Web
- **Botón Contacto:** para enviar un mensaje al encargado del sitio.
- **Buscador:** presente en cada página si es que la funcionalidad existe en el sitio.
- **Botón Ayuda:** para recibir ayuda sobre qué hacer en cada pantalla del sitio.
- **Botón Imprimir:** para imprimir el contenido de la página.

Definición del Diseño Visual

Una vez que se ha terminado el trabajo en la estructura, ya se cuenta con los insumos suficientes como para avanzar hacia la generación del diseño visual de las pantallas del sitio, momento en que se utilizarán todos los insumos que se han ido generando en las etapas anteriores.

Etapas del Diseño Visual

- ***Diseño de las Estructuras de Páginas***

En esta etapa se realizan dibujos sólo lineales que describen los componentes de cada una de las pantallas del sitio, con el objetivo de verificar la ubicación de cada uno de ellos.

El ideal es que se dibujen diagramas con todas las pantallas que tendrá el sitio, ya que de esta manera será posible que diseñadores y desarrolladores tengan un documento concreto de trabajo, a través del cual resuelvan todas las dudas de los elementos que componen esta página.

- ***Bocetos de Diseño***

Esta etapa se generan los dibujos digitales acabados de la forma que tendrán las páginas principales del sitio que se desarrolla, considerando como tales la Portada, Portada de Sección y Página de despliegue de contenidos.

Éste diseño, debe asegurarse de considerar los siguientes elementos:

- ***Imagen Corporativa de la institución:*** se deben seguir los lineamientos de uso de colores, textos y otros elementos definidos para la entidad.
- ***Criterios de Usabilidad:*** se deben tener en cuenta los criterios descritos anteriormente en esta guía.
- ***Criterios de Accesibilidad:*** se deben tener en cuenta los criterios descritos anteriormente en esta guía

Resultados

Al finalizar los pasos anteriores, cumplidos los requisitos internos y concretadas todas las etapas de evaluación –correcciones, de ser necesarias- y presentación de esta propuesta a nivel académico e interno; se procederá a hacer entrega de éste producto a la Presidencia del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales, para que junto a la Coordinación de Tecnología discutan la pertinencia de esta propuesta, tomando en cuenta los aportes que hace la autora en este trabajo, los cuales, materializarían el último paso de convergencia digital dentro de dicha empresa. El paso anterior, finiquita la realización de los objetivos propuestos durante la gestión como Coordinadora de Mercadeo y Redes Sociales de la autora en el IUPG; los cuales siguieron desarrollándose a través de este Trabajo Especial de grado, a pesar de haber finalizado relaciones laborales con la empresa en julio del 2011, a meses de concebir esta propuesta.

Capítulo V

Desarrollo del Proyecto

Metodología para el Diseño del Sitio

Para el desarrollo de esta propuesta, se tomaron en cuenta los elementos descritos por García (2007) en su ensayo “Malas Prácticas en el Diseño de Webs Universitarias”. A través de este material, se identificaron las necesidades y carencias del sitio actual del IUPG; completando así, el primer objetivo específico, trazado en las etapas de realización de este TEG.

Debilidades detectadas en el sitio

Ubicadas dentro de los cuatro grupos de análisis que describe García (2007), se encontraron las siguientes debilidades:

Criterio político en el diseño:

- Encontramos que en el menú principal de la portada, se incluyen los submenús “Misión, Visión, Valores”, seguido de “Reseña Histórica”, “Coordinación de Adiestramiento” y “Coordinación de Trabajo Especial de grado”. De acuerdo al autor, ésta distribución es errada por cuanto “los contenidos no se organizan en base a clasificaciones temáticas que puedan ser útiles o entendibles por los usuarios, sino que se basan en el organigrama jerárquico de la institución, o la Relación de Puestos de Trabajo”.
- En la parte central, a modo de cabecera, se ubica el siguiente texto informativo: “El Instituto Universitario de Profesionales Gerenciales es una organización de Educación Superior de gestión privada, aprobada mediante decreto ejecutivo del Estado Venezolano No. 1611. de

fecha, Caracas, 11 de Diciembre de 1996". Dicho texto, ocupa un lugar de gran importancia pudiendo ubicarse en algún submenú que describa la institución.

Legibilidad

- El lenguaje de los contenidos del sitio carece de claridad y cercanía. Utilizando en ocasiones, un excesivo lenguaje administrativo. Los textos no son revisados antes de su publicación, arrojando errores graves que afectan la imagen de la institución, aún más considerando que se dedica al campo de la formación.
- De igual forma, los contenidos, al recorrer las distintas páginas, presentan fuentes y tamaños diferentes, afectando la homogeneidad del sitio y su organización. Transmitiendo escenarios de desorden, potencialmente perjudiciales en el caso de la audiencia externa. (Ver Anexo 3)
- El sitio está compuesto de documentos poco escaneables, carentes de párrafos cortos, listas, negrita, encabezados, tablas de resumen, etc.

Diseño

- En muchas ocasiones, como estrategia para llamar la atención del lector, se emplean imágenes con texto. Esta práctica se ha explotado de manera equívoca al utilizar este recurso en combinación con excesivos bloques de texto sin aire. Dificultando su comprensión.
- Se encontró una mala gestión de enlaces, por cuanto se emplean obviando el estándar de color que todos los usuarios reconocen como tal, usado además, sobre frases que se subrayan solo cuando el ratón pasa sobre ellas.

- Uso de frames: la página está construida a partir de este modelo, lo cual, resalta García genera problemas ya que “esconden la url real de la página que estamos consultando. Siempre aparece la misma url en el cajetín de localización, aunque las páginas en realidad van cambiando dentro de los marcos, pero el usuario puede tener problemas para percatarse de ello, pues en el cajetín de dirección siempre aparece la misma”.
- El sitio posee un ancho estático, a lo que el autor refuta: “Es recomendable crear las páginas con un diseño líquido, flexible, adaptable al tamaño de la pantalla sea éste el que sea”. Lo anterior dificulta también enlazar con dicha página, pues el enlace que tenderá a tomar como referencia el usuario será el de la página contenedora de marcos, pero le costará identificar la url de una página concreta que aparezca en uno de esos marcos.

Ayuda al acceso a la información

- El sitio no posee buscador.
- El sitio no posee suscripción a RSS o noticias.

Basados en estas deficiencias, detectadas a través de los indicadores de García (2007), se procede a la ejecución del resto de los objetivos específicos de la propuesta; teniendo en cuenta el no repetir las en la propuesta.

Arquitectura de la información

En el desarrollo de esta propuesta, se empleó la metodología de Arquitectura de Información publicada por el Ministerio de Economía de Chile (2004), en la que a partir de los procesos de Definición de objetivos, audiencia, contenidos, estructura, sistemas de navegación y diseño visual se estructuran los desarrollos de sitios Web en dicho país.

Dicho modelo ofrece una estructuración que hace la tarea del (re)diseño una labor más efectiva, precisa y encaminada dentro de conceptos tan fundamentales para esta disciplina, como la usabilidad, accesibilidad y esquema de la información.

Arquitectura propuesta para el sitio iupg.net.ve

Definición de los objetivos del sitio

Objetivo General:

- Difusión de de los procesos y servicios que ofrece el Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales.

Objetivos Específicos:

- Promocionar los servicios educativos que presta el IUPG al público.
- Facilitar la comunicación y la transmisión de información entre el alumnado y la institución.

- Ofrecer al público interno y externo información oficial, acerca de procesos, actividades,
- Agilizar procesos internos (inscripciones, solicitudes).

Definición de la audiencia

Esta propuesta está encaminada a satisfacer a aspirantes y estudiantes del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales, así como profesionales en búsqueda de oportunidades de adiestramiento.

En el modelo de Arquitectura de la Información empleado en este TEG, se exhorta a tener en consideración - más allá de las características del sitio- acciones para atender estos grupos de audiencia:

- **Audiencia por capacidad técnica:** la propuesta atiende sus necesidades por cuanto se emplean términos, palabras y accesos simples que garantizan que ubicará la información necesaria. En consideración a este grupo, se incluye también el campo de búsqueda.
- **Audiencia por conocimiento de la institución:** Se tuvo consideración especial en este caso para que tanto usuarios que conocen o están dentro del instituto, como el público en general, pueden comprender rápidamente el sitio y ubicar en él lo que necesitan.

- **Audiencia por necesidades de información:** Esta audiencia, fue atendida en la propuesta a través de la sencillez de los menús y la inclusión del campo de búsqueda.
- **Audiencia por ubicación geográfica:** Este punto en particular se atendió en la propuesta visual por cuanto, en el sitio actual no se determina dónde está ubicada la institución. En el pie de página de la propuesta visual se incluye “Caracas, Venezuela” en el pie de página.

Definición de contenidos

Se toma el modelo de Joffre (2011), usando un cuadro de contenidos para presentar los actuales y los propuestos:

Contenidos del sitio actual:

Sección	Categoría
Menú Principal	Inicio
	Misión/Visión/Valores
	Reseña Historica
	Modalidades de Estudio
	Requisitos para Inscripciones
	Reglamento
	Adiestramiento y Desarrollo
	Foros IUPG
	Descargas
	Trabajo Especial de Grado
	Contáctenos
Gerencia Mención	Gerencia Procesos Hospitalarios
	Gerencia Financiera
	Gerencia Industrial
	Gerencia Pública
	Gerencia de condominios
	Gerencia Hotelera

Propuesta de contenidos:

A raíz del estudio de contenidos, se realiza la siguiente propuesta, la cual está realizada en base a 7 categorías, organizadas de forma que tanto usuarios internos como externos puedan comprenderla e intuirlos. En ella, se agrupan contenidos similares que en la distribución actual carecen de jerarquía.

Siguiendo el modelo metodológico, se destacan en esta etapa las informaciones referidas a: la institución, productos que ofrece, trámites, noticias, etc. El lenguaje empleado para denominar las categorías, es sencillo e intuitivo.

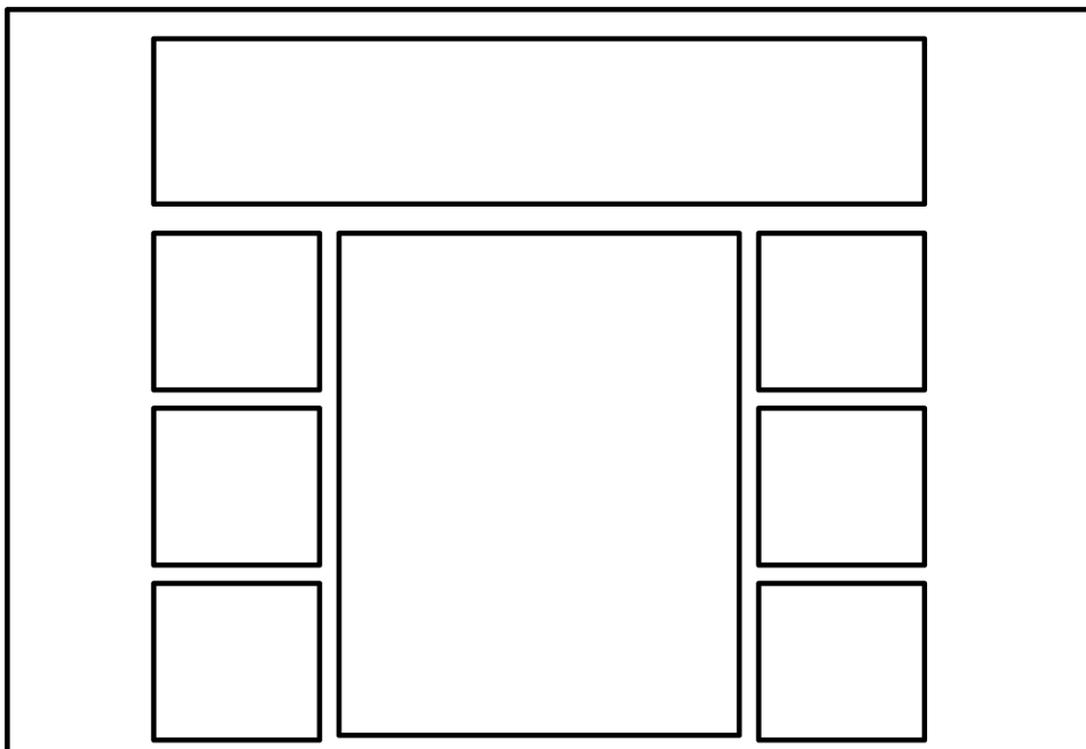
Sección	Categoría
IUPG	Historia
	Misión/Visión/Valores
	Modalidades de Estudio
	Reglamento
Menciones	Gerencia de Procesos Hospitalarios
	Gerencia Industrial
	Gerencia Pública
	Gerencia de Condominios
	Gerencia Hotelera
Inscripciones	Fechas de Inscripción
	Requisitos
Extensión	Objetivo
	Programa
	Diplomados
	Agregando Valor
	Portafolio Gerencial

TEG	Novedades
Descargas	Planilla Inscripción
	Solicitud Pasantías
	Planilla Servicio Comunitario
	Recursos
Contacto	Dirección – Contacto Administrador – Teléfonos

Definición de la estructura del sitio

En esta etapa se propone el nuevo esquema de distribución, así como el mapa de sitio, creado a partir de la organización de contenidos resultante del paso anterior.

Estructura actual:



Estructura Propuesta:

Para la propuesta de este punto, se incluyeron los siguientes elementos (algunos se detallarán mejor en la propuesta gráfica):

Menú General: presente en todo el sitio.

Botón Home: establecido en el logotipo de la institución.

Pie de Página: incluye nombre de la institución, teléfonos, dirección.

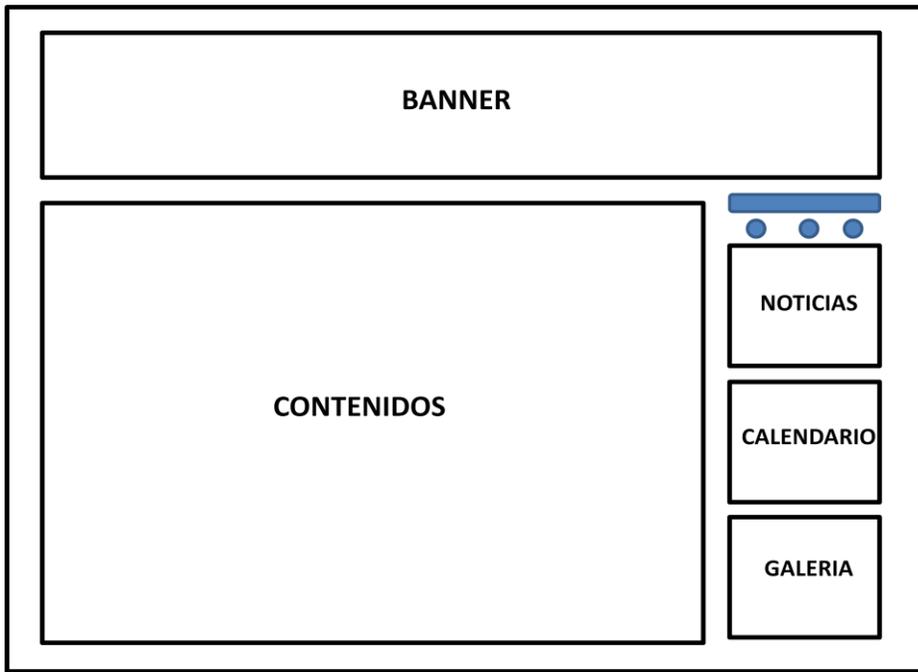
Ruta de Acceso.

Botón Contacto: presente en el menú principal

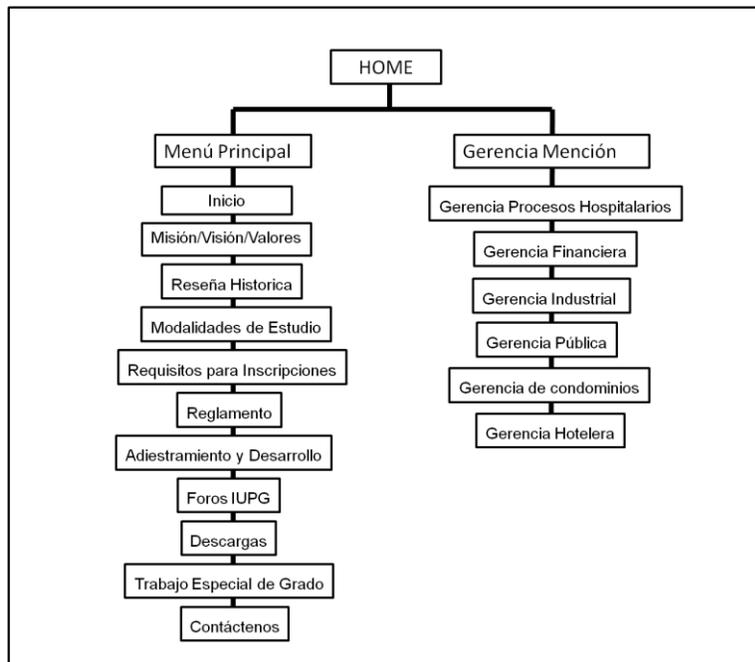
Botón Imprimir: presente en las páginas en las que tenga coherencia su uso.

Botones de Redes Sociales: presente en las páginas que tenga coherencia su uso, empleado para compartir contenido en Twitter o Facebook.

La estructura se mantendrá durante el recorrido en el sitio ya que las páginas mantendrán la misma distribución, indiferentemente de si se emplearán textos – textos + imágenes – o imágenes.

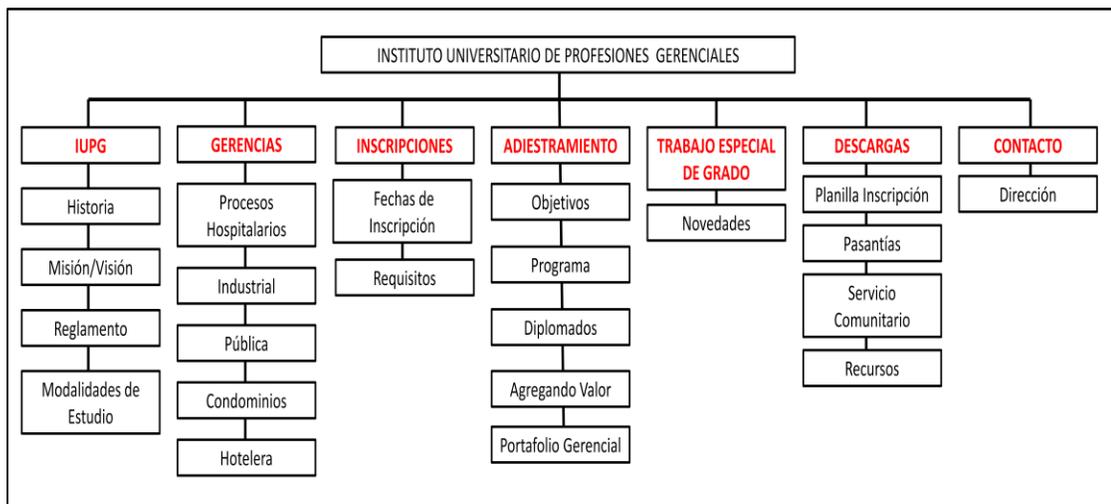


Mapa del Sitio Actual:



Propuesta de Mapa de Sitio:

En esta etapa, se propone el siguiente mapa de navegación, compuesto de 7 secciones (tal como propone el modelo del Ministerio de Economía de Chile) con un máximo de 5 niveles en algunos casos. Lleva la información requerida al usuario, empleando menos de tres clicks; lo cual supone un ahorro de tiempo para los visitantes, que a su vez, establecerán hábitos de ingreso al sitio, gracias a su efectividad. Se utilizó la estructura de un árbol funcional, adecuando los contenidos de acuerdo a las tareas que se realizan en el sitio.



Definición de los Sistemas de Navegación

Utilizando las recomendaciones de la metodología de Arquitectura de la Información empleada, en los sistemas de navegación propuestos para www.iupg.net.ve se emplea una estructura textual que incorpora una barra superior de menús en sustitución de los módulos laterales que se encuentran a la derecha del sitio. Esta tarea, también tomó en consideración las zonas de prioridad visual resultantes de los estudios de eye-tracking (Hassan,

Herrero; 2007), por ello se ubicaron las secciones de forma que el ojo pueda encontrarlas rápidamente en la esquina superior izquierda donde convergen la barra de menús y el campo de contenidos.

En esta barra de menús, las categorías se despliegan en forma de listas, sin exceder un estimado de 5, de acuerdo a la propuesta metodológica.

Los contenidos del sitio también pueden ser abordados a través de los eventos del calendario y la inclusión de una barra de búsqueda en la esquina superior izquierda, que facilitará el acceso a la información del sitio.

5.1.3.7.- Definición del diseño visual del sitio

El sitio actual del IUPG se estructuró visualmente a través de Joomla! (Ver Anexo 2). Esta propuesta puede ser aplicada por la institución manteniendo la plataforma o empleando programación HTML.

Para esta propuesta de diseño (Ver Anexo 4), siguiendo con el diseño visual, se han empleado los colores y logotipo característicos de la institución, para mantener identidad gráfica entre su material publicitario, perfiles de redes sociales, y publicaciones internas. Asimismo, se utilizaron fotografías de las instalaciones y de graduandos para incentivar motivacionalmente a quienes no son alumnos, a inscribirse.

Los perfiles de redes sociales que se encontraban en la página de entrada, fueron sustituidos por botones, ya que en el caso del timeline de Twitter, se repetían las informaciones que arroja la casilla de “Noticias”; igualmente el enlace a Facebook se muestra de forma inadecuada, así que en esta

propuesta visual, se llevará a forma de botón, que junto a Twitter y el acceso a fuentes RSS se encuentran justo debajo del campo de búsqueda.

Para el banner superior, se sugiere en esta propuesta, un diseño menos plano que el actual, usando imágenes propias, que en esta ocasión sirva de enlace al inicio o home, desde todas las páginas del sitio, detalle que se sugiere, a partir de la evaluación de otros sitios universitarios realizada por la autora.

Conclusiones

Los procesos educativos en nuestro país se han adaptado lentamente a la aplicación de nuevas tecnologías; en parte por desconocimiento de la gama de ventajas que esta adhesión conlleva y por adhesión a las prácticas tradicionales que supone costos menores y empleo de menor recurso humano. Esto se refleja en la gran cantidad de sitios educativos que al ser visitados evidencian desorganización, falta de jerarquización, contenidos distantes al usuario y diseño enfocado en la impresión visual, en detrimento de la accesibilidad y usabilidad.

Lo anterior, influye en la rentabilidad de las instituciones, más aún en las privadas en las que la presencia del sitio, es clave, por cuanto, es la primera impresión que tiene el usuario y potencial alumno. Se hace necesario, en tanto, la convergencia digital de estas instituciones, tomando conciencia de sus ventajas y de la influencia cada vez mayor de estos procesos.

La propuesta de rediseño de www.iupg.net.ve, es concebida a partir de experiencias de la autora durante su gestión como Coordinadora de Mercadeo y Redes Sociales, labor que permitió detectar estas necesidades y a partir de su incorporación a la Especialización en Periodismo Digital, encontrar los medios para elaborar esta propuesta de soluciones para dicha institución.

Una vez entregada esta propuesta, se sugiere a la directiva del Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales, establecer una planificación dinámica, ambiciosa y a gran escala, para promocionar estas mejoras (de ser aplicadas), junto al aprovechamiento de sus redes sociales, para así proceder a la explotación de sus perfiles oficiales en todos los niveles de la organización y también de manera externa.

Recomendaciones

Para fortalecer las propuestas antes presentadas, se sugiere a la empresa tomar en cuenta las siguientes acciones:

1. Comprometer a todos los niveles de la institución a constituir un equipo de actualización del sitio Web.
2. Realizar las gestiones necesarias para inactivar el portal inicial.
3. Recuperar el dominio .edu, que clasifica a la dirección Web de acuerdo a su naturaleza; en este caso: sitio educativo.
4. Considerar la implementación de esta propuesta a través de la plataforma de blog, a fin de prescindir de personal especializado para programar en html.

Fuentes Consultadas

- Camus, J.C. (2009). Tienes 5 segundos [Documento en línea]. Disponible:<http://tienes5segundos.cl/> [Consulta: 2011, enero 26].
- Dervin, B. (1999). Chaos, order, and Sense-Making: A proposed theory for information design. In R. Jacobson (Ed.), Information design (pp. 35-57).
- García, Juan Carlos (2007). Malas prácticas en el diseño de Webs universitarias. En: Usalo <usalo.es>.
- Hassan Montero, Yusef; (2002). Introducción a la Usabilidad. En: No Solo Usabilidad, nº 1, 2002. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592
- Hassan, Martín & Iazza. Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información [en línea]. "Hipertext.net", núm. 2, 2004. <http://www.hipertext.net>
- Hassan, Yusef; Herrero, Víctor; (2007). Eye-Tracking en Interacción Persona-Ordenador. En: No Solo Usabilidad, nº 6, 2007. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592
- Martín, Francisco; (2005). Diseño de Información. En: No Solo Usabilidad, nº 4, 2005. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592
- Ministerio de Economía de Chile, Secretaría Ejecutiva de la Estrategia Digital (2004). Guía para Desarrollo de Sitios Web [Documento en línea]. Disponible: <http://www.guiaWeb.gob.cl> [Consulta: 2010, abril 19]
- Ortega, Sergio; (2005). Comunicación y Usabilidad. En: No Solo Usabilidad, nº 4, 2005. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592
- Valarino, E., Yáber, G., & Cemborain, M. S. (2010). *Metodología de la Investigación Paso a Paso*. México: Trillas.
- Wikipedia, La enciclopedia libre. Arquitectura de la información. (2012, 11 de abril). Fecha de consulta: 03:04, mayo 20, 2012 desde

http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Arquitectura_de_la_informaci%C3%B3n&oldid=55303775.

- Wikipedia, La enciclopedia libre. Diseño de información. (2012, 18 de abril). Fecha de consulta: 03:41, mayo 20, 2012 desde http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Dise%C3%B1o_de_informaci%C3%B3n&oldid=55482191.
- Wikipedia, La enciclopedia libre. Diseño Web. (2012, 18 de mayo). Fecha de consulta: 16:54, mayo 19, 2012 desde http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Dise%C3%B1o_Web&oldid=56290978.
- Wikipedia, La enciclopedia libre. Experiencia de usuario. (2012, 16 de marzo). Fecha de consulta: 05:59, mayo 20, 2012 desde http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Experiencia_de_usuario&oldid=54617916.
- Ortega Santamaría, Sergio; (2006). La experiencia de un rediseño en comunicación. En: No Solo Usabilidad, nº 5, 2006. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592

Anexos

Anexo 1

Primer sitio del IUPG

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE PROFESIONES GERENCIALES

El Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales es una Institución de Educación Superior de gestión privada, aprobada mediante decreto ejecutivo del Estado Venezolano No. 1611.

La misión de ésta organización es formar el recurso humano que el desarrollo demanda, teniendo como desideratum que en este proceso confluyan valores, excelencia académica y uso de tecnologías de punta, en correspondencia con la evolución del conocimiento científico, el proceso gerencial y la pertinencia ocupacional.

CARRERAS
-Financiera
-Industrial
-Pública
-Oficinas
-Condominios
-Hotelera
-Procesos
-Hospitalarios

www.iupg.edu.ve

Anexo 2

Sitio Actual IUPG

Menú principal

- Inicio
- Mapa / Visión / Valores
- Razón Histórica
- Modalidades de Estudio
- Requisitos para Inscripciones
- Reglamento IUPG
- Adaptamiento y Desarrollo
- Para IUPG
- Descargas
- Trabajo Especial de Grado
- Cartógrafos

Gerencia Mención

- Gerencia de Procesos Hospitalarios
- Gerencia Financiera
- Gerencia Industrial
- Gerencia Pública
- Gerencia de Construcción
- Gerencia Hotelería

Galería de Fotos IUPG

Información

El Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales es una organización de Educación Superior de gestión privada, aprobada mediante decreto ejecutivo del Estado Venezolano No. 1611, de fecha, Caracas, 11 de Diciembre de 1996.

Estudiante si culminaste la carga académica en abril del 2012 "examen", verifica en la sede respectiva si tu expediente tiene los documentos que leemos a continuación para formar parte de la Promoción 200/III Diciembre 2012.

- Foto tamaño carnet.
- Cédula de Identidad (vigente y ampliada)
- Copia de la Período de Nacimiento
- Formulario de inscripción al título de bachiller debidamente autorizado por la institución educativa de procedencia o sede educativa.
- Formulario de inscripción a las notas certificadas de bachiller debidamente autorizado por la institución educativa de procedencia o sede educativa.
- Fotocopia del Registro al Sistema Nacional de Ingresos (S.N.I.)
- Haber aprobado Trabajo Especial de Grado, Pasantía y Servicio Comunitario.

Inscripciones Abiertas de Lunes a Viernes II-2012

Alumnos Nuevos

Inicio: 16 de Abril de 2012

Fin: 31 de Julio de 2012

Noticias

desde las 6:00pm a 7:00pm.

Foro La Ética y el Gerente con el ponente Prof. Enrique Ramírez a realizarse el 22/05/2012 en la Biblioteca del IUPG Caracas, Venezuela.

Calendario de Eventos

Mayo 2012

Do	Lu	Mi	Ju	Vi	Sa
	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29
30	31				

Síguenos en:

facebook

I.U.P.G.

www.ipug.net,ve

Anexo 3

Diferencias de texto

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE PROFESIONES DE GERENCIALES

CONTACTENOS

Sede Centro:
Dirección: Avenida Universidad, Salida del Metro la Hoyada, Edificio IUPG, Caracas.
Teléfonos Máster: 212-541.24.32 / 543.16.57 / 541.65.09 / 541.03.23 / 541.90.23 / Ext. 101-103-106-111-112-115

Sede Sabana Grande:
Dirección: Boulevard de Sabana Grande, Calle Villafar, Centro Comercial Sabana Grande, Edif. IUPG, Caracas.
Teléfonos Máster: 212-761.37.25 / 761.75.98 / 761.73.34 / Ext. 102-103-107-111-112
Email: iupgonline@gmail.com

Menú principal

- Inicio
- Misión / Visión / Valores
- Razón Histórica
- Modalidades de Estudio
- Requisitos para Inscripción
- Reglamento IUPG
- Adaptamiento y Desarrollo
- Para IUPG
- Descargas
- Trabajo Especial de Grado
- Contactos

Gerencia Plena

- Gerencia de Procesos Hospitalarios
- Gerencia Financiera
- Gerencia Industrial
- Gerencia Pública
- Gerencia de Condominios
- Gerencia Histórica

Noticias

Calendario de Eventos

Mayo 2012

Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Síguenos en:

Anexo 4

Propuesta de Home para iupg.net.ve



The image shows a proposed homepage layout for the Instituto Universitario de Profesiones Gerenciales (IUPG). The layout is contained within a dark grey border. At the top, there is a header banner with the IUPG logo on the left, the text "INSTITUTO UNIVERSITARIO DE PROFESIONES GERENCIALES" in the center, and a photograph of five smiling students on the right. Below the banner is a horizontal navigation menu with the following items: "IUPG", "Gerencias", "Inscripciones", "Adiestramiento", "Trabajo de Grado", "Descargas", and "Contacto". The main content area is divided into three columns. The left column features a large photograph of a smiling female graduate in a black cap and gown. The middle column contains the text "GRADÚATE DE T.S.U EN GERENCIA" in large, bold, red-outlined letters, followed by a list of specialties: "HOTELERA", "PÚBLICA", "INDUSTRIAL", "FINANCIERA", "DE CONDOMINIOS", and "DE PROCESOS HOSPITALARIOS". At the bottom of this column is a red banner with the text "INSCRIPCIONES ABIERTAS" in white. The right column contains a search bar labeled "Búsqueda", social media icons for Twitter, Facebook, and RSS, a "Noticias" section with a small text snippet, a "Calendario" section with a calendar grid, and a "Galería" section with a group photo of students.

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE PROFESIONES GERENCIALES

IUPG **Gerencias** **Inscripciones** **Adiestramiento** **Trabajo de Grado** **Descargas** **Contacto**

GRADÚATE DE T.S.U EN GERENCIA

HOTELERA
PÚBLICA
INDUSTRIAL
FINANCIERA
DE CONDOMINIOS
DE PROCESOS HOSPITALARIOS

INSCRIPCIONES ABIERTAS

Búsqueda

Noticias

Calendario

Galería