



# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

### MAESTRÍA EN MARKETING

*Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020*

#### PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

---

**Título del proyecto:**

**Propuesta para el diseño de experiencia del usuario en la web del Instituto Superior Tecnológico de Fútbol (ISTFQ) en la ciudad de Quito.**

**Línea de Investigación:**

Inteligencia de Mercado y Marketing

**Campo amplio de conocimiento:**

Administración

**Autor/a:**

Lic. Luis Fernando Hernández Castro

**Tutor/a:**

Mg. Wilson German Nieto Aguilar

---

Quito – Ecuador

2023

## APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Wilson German Nieto Aguilar con C.I: 1714565015 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Propuesta para el diseño de experiencia del usuario en la web del Instituto Superior Tecnológico de Fútbol (ISTFQ) en la ciudad de Quito.

Elaborado por: Luis Fernando Hernández Castro de C.I: 1718812553, estudiante de la Maestría en: Marketing, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 10 de marzo de 2023



---

**Firma**

**DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE**

Yo, Luis Fernando Hernández Castro con C.I: 1718812553, autor/a del proyecto de titulación denominado: Propuesta para el diseño de experiencia del usuario en la web del Instituto Superior Tecnológico de Fútbol (ISTFQ) en la ciudad de Quito. Previo a la obtención del título de Magister en Marketing.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 10 de marzo de 2023



Firma

## Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE.....	iii
INFORMACIÓN GENERAL .....	7
Contextualización del tema.....	7
Problema de investigación.....	9
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos.....	10
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos: .....	11
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	12
1.1.    Contextualización general del estado del arte .....	12
1.2.    Proceso investigativo metodológico.....	15
1.3.    Análisis de resultados .....	16
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	21
2.1.    Fundamentos teóricos aplicados.....	21
2.2.    Descripción de la propuesta .....	22
2.3.    Validación de la propuesta .....	28
CONCLUSIONES.....	30
RECOMENDACIONES.....	31
BIBLIOGRAFÍA.....	32
ANEXOS 1 .....	34
ANEXOS 2 .....	35

## Índice de tablas

TABLA 1, VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA - 1, WEB ISTFQ. ....	28
TABLA 2, VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA - 2, WEB ISTFQ. ....	29

## Índice de figuras

ILUSTRACIÓN 1, DISPOSICIÓN DE MENÚ, WEB ISTFQ. ....	17
ILUSTRACIÓN 2, INFORMACIÓN NO FÁCIL DE ENCONTRAR, WEB ISTFQ, .....	17
ILUSTRACIÓN 3, INFORMACIÓN IMPORTANTE NO SE ENCUENTRA, WEB ISTFQ.....	18
ILUSTRACIÓN 4, PESTAÑAS NO ESTÁN BIEN LINKEADAS, WEB ISTFQ. ....	18
ILUSTRACIÓN 5, INFORMACIÓN MUY EXTENSA, WEB ISTFQ. ....	19
ILUSTRACIÓN 6, PÁGINA SIN CONTENIDO, WEB ISTFQ.....	19
ILUSTRACIÓN 7, PIE DE PÁGINA, WEB ISTFQ. ....	20
ILUSTRACIÓN 8, INFORMACIÓN SIN SIMPLIFICAR, WEB ISTFQ. ....	20
ILUSTRACIÓN 9, MAPA DEL SITIO EN IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA, WEB ISTFQ. ....	23
ILUSTRACIÓN 10, HOME, WEB ISTFQ. ....	23
ILUSTRACIÓN 11, CONTENIDO DEL HOME NOTICIAS IMPORTANTES, WEB ISTFQ.....	23
ILUSTRACIÓN 12, CONTENIDO DEL HOME SERVICIOS PARA ESTUDIANTES, WEB ISTFQ. ....	24
ILUSTRACIÓN 13, CONTENIDO DEL HOME TESTIMONIOS ESTUDIANTES, WEB ISTFQ. ....	24
ILUSTRACIÓN 14, PIE DE PÁGINA O FOOTER, WEB ISTFQ. ....	24
ILUSTRACIÓN 15, SITIO - HOME, WEB ISTFQ. ....	25
ILUSTRACIÓN 16, SITIO WEB - GESTORÍAS DE LA INSTITUCIÓN, WEB ISTFQ. ....	25
ILUSTRACIÓN 17, PESTAÑA DE LA CARRERA DIRECCIÓN TÉCNICA DE FÚTBOL, WEB ISTFQ. ....	26
ILUSTRACIÓN 18, PESTAÑA DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DEPORTIVA, WEB ISTFQ. ....	26
ILUSTRACIÓN 19, DIFERENTES PESTAÑAS, WEB ISTFQ.....	27

## INFORMACIÓN GENERAL

### Contextualización del tema

Una de las ventajas de la década a nivel mundial ha sido sin duda la implementación del internet en todas partes del mundo, esta herramienta nos ha permitido el vinculo mas cercano en la sociedad como organizaciones, familias e incluso geográficamente a negocios que están en otros países, según (Barrientos, 2017) “también las empresas ahora tienen la posibilidad más certera de estar más conectados con sus compradores. Las barreras han caído, el consumidor ahora está más cerca de la empresa”, como resultado de este avance tecnológico, ha potencializado a muchas entidades e incluso en el sector educativo.

Según (CEPAL-UNESCO, 2020) “a mediados de mayo de 2020 más de 1.200 millones de estudiantes de todos los niveles de enseñanza, en todo el mundo, habían dejado de tener clases presenciales en la escuela” Por ende la importancia que tomó la educación virtual en tiempo de pandemia fue implementar un plan de búsqueda de mejoras para impartir las clases, desde capacitación a los docentes para el buen manejo de las plataformas digitales, incluso al mejoramiento o creación de páginas web de cada institución, con el objetivo de que los estudiantes obtengan mayor información y tengan a la mano todo lo necesario. La utilización de la página web por lo general en el sector educativo nos sirve para informar, educar y realizar procesos administrativos de las instituciones, por esta razón la experiencia del usuario y la usabilidad de las plataformas digitales debe ser amigable para el estudiante e incluso para el docente que pueda guiar al estudiante dentro de las misma plataforma.

Las plataformas digitales dentro de la educación han puesto en práctica nuevas tendencias digitales, entre muchas preferencias se encuentran las usabilidad y la experiencia del usuario, también llamada (User Experience UX de sus siglas en inglés), según (Montero, 2015) “La usabilidad es un atributo de calidad de un producto que se refiere sencillamente a su facilidad

de uso”, asimismo, esto nos permite que el usuario tenga una experiencia buena y pueda regresar de nuevo; por otro lado, (Montero & Fernández, 2005) “podemos definir la Experiencia del Usuario como la sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario respecto a un producto”.

En el Ecuador no se ha quedado rezagado, ya que en tiempo de pandemia muchas empresas y emprendimientos se vieron en la obligación de trasladar sus negocios a la parte digital, según (Rodríguez y otros, 2020) “En Ecuador el 82,3% de las Mipymes utilizan la internet”, sobretodo la incidencia de evolución fue en los centros de educación ya que se vieron en la obligación de tomar esta iniciativa para la modalidad de clases virtuales, dentro de esto el mejoramiento de sus procesos visuales, la implementación de la usabilidad para el mejor manejo de las distintas plataformas para sus estudiantes, es así, que el sector educativo dio el salto a la nueva era de la educación virtual. Afirma (Moncayo y otros, 2018) “la comunicación y educación a distancia se han convertido en la actualidad en un binomio inseparable debido a que se requieren mutuamente para llevar a efecto, en cualquier parte del mundo, programas educativos exitosos a distancia”.

En tiempo de pandemia que se vivió en el 2020, El ISTFQ fue uno de los institutos que adoptó la virtualidad, ya que sus alumnos requerían tener continuidad de sus estudios, dentro de esa modernidad han tenido diferentes herramientas tecnológicas que permitieron comunicarse de forma directa a sus alumnos las cuales fueron: **Redes sociales** (Facebook, Instagram, Twitter); en estas comunidades digitales se crearon estrategias de comunicación efectivas donde se les informaba a los estudiantes cómo se iba a proceder con la continuidad de sus estudios. Otra oportuna comunicación fue su **Página web**; que en un principio pudo cumplir con las exigencias que se necesitaba en ese momento, hoy la página web no cuenta con un buen manejo de la usabilidad o se aplica la experiencia de usuario para los estudiantes, además, se quiere realizar estrategias que al aplicarlas se genere un mayor alcance de comunicación, entre esas, es

implementar la usabilidad, la experiencia de usuario, y también un posicionamiento orgánico aplicando estrategias SEO (Search Engine Optimization) en sus siglas en inglés, “optimización de los Motores de Búsqueda, asimismo, Es la tarea de ajustar la información de las páginas que se pretenden hacer aparecer en primeras posiciones de los resultados en los buscadores” (Jiménez y otros, 2018).

Es necesario que hoy en día la página del Instituto de Fútbol cuente con la experiencia de usuario y realizar un posicionamiento orgánico (SEO), ya que esta nos permitirá acceder a nuevos estudiantes, además, que una buena experiencia debe ser única y memorable con el objetivo de tener resultados que se convierta en lealtad a la marca, según (Luna, 2017) “La UX abarca todo el proceso de interacción de un usuario con una web y comprende, además, otras disciplinas que engloban aspectos más concretos de las interfaces, como son el diseño de interacción, la usabilidad o la arquitectura de la información.”

El Instituto Superior de Fútbol de la ciudad de Quito, nace el 5 de marzo del 2014, con la aprobación del Consejo de Educación Superior (CES), y acreditación del Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES), ofertando las carreras de Dirección Técnica de Fútbol y Administración Deportiva, con equivalencia a Tecnología Superior, y modalidades de estudio tanto Semipresencial como Híbrida, cuenta con 250 alumnos y más de 600 graduados, con 42 docentes a cargo de cátedras impartidas en las distintas carreras tecnológicas, y además, son los dos únicos institutos de la Federación Ecuatoriana de Fútbol que ofertan la carrera de Dirección Técnica de Fútbol.

### **Problema de investigación**

Como antecedentes de un manejo inadecuado de la usabilidad dentro de las páginas web es tener una navegación complicada, puesto que el usuario debe realizar muchos clics para llegar al objetivo de búsqueda; otro problema fundamental es no mantener una línea gráfica en todas sus plataformas digitales, redes sociales e impresos. Esto acarrea que, si se busca un incremento

en el valor de la marca, se debe utilizar la unificación de la misma; en ocasiones el problema surge por la falta de estrategia SEO, que hoy en día es necesario para un posicionamiento orgánico dentro de los buscadores, al no aplicar estas estrategias de posicionamiento se tiende a pensar que no hay un manejo adecuado de una Marketing Digital por ende es necesario que dentro de la web, en su código se pueda utilizar la aplicación del **Api de conversión y el Pixel**.

El Instituto Superior Tecnológico de Fútbol no cuenta con la usabilidad, la experiencia de usuario y estrategias de posicionamiento SEO en su página web, además, con relación con la unificación de la línea gráfica en la web esta no cuenta para dar un crecimiento al valor de la marca, en los procesos administrativos para los estudiantes y docentes, la navegación se torna complicada y confusa ya que no encuentra lo que se desea realizar, y no existe una guía precisa del proceso.

### **Objetivo general**

Proponer el diseño de experiencia del usuario en la web del Instituto Superior Tecnológico de Fútbol (ISTFQ) en la ciudad de Quito.

### **Objetivos específicos**

- Contextualizar los fundamentos teóricos sobre el marketing digital aplicado a la usabilidad en los productos web.
- Desarrollar la metodología de investigación a través de métodos cualitativos utilizando como herramienta el test de usabilidad.
- Presentar los resultados de investigación sobre la propuesta de la experiencia de usuario.
- Diseñar la propuesta de la experiencia del usuario en la web del ISTFQ.
- Validar los resultados que tuvo el diseño de la propuesta de la experiencia del usuario con expertos.

**Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:**

Esta investigación de la propuesta de diseño de la usabilidad y la experiencia del usuario, tendrá como resultado principal el crecimiento de la marca del ISTFQ, además, tiene como principal beneficiario a las autoridades, para la toma de decisiones en cuanto al incremento de la comunicación directa con el consumidor, y crear lealtad con la marca. Ayudará a los docentes para la simplificación de procesos administrativos y una atención más eficaz al estudiante, este mismo se beneficiara de un manejo más concreto y seguro.

También facilita los procesos administrativos, en cuanto a la fluidez de información, la accesibilidad de navegación y el ahorro de tiempo. Un beneficio importante para el ISTFQ, es el ahorro en valores económicos, al necesitar contratar un estudio de una auditoría web o auditoría SEO, con un valor estimado de \$1.600 USD a \$2.500 USD ya que con la implementación de este proyecto se simplifica los parámetros a realizar, como investigador existe un contacto directo con las necesidades del instituto. La propuesta ayudará a crear nuevos puestos de trabajo directos como Programador, Diseño Gráfico y Marketing para la implementación de estrategias de posicionamiento orgánico. Con la funcionalidad de la misma propuesta, poder replicar esta a cualquier entidad educativa que solicite una página web para una usabilidad eficaz.

## CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### 1.1. Contextualización general del estado del arte

En esta sección vamos a fundamentar las disciplinas que van relacionados a la propuesta de diseño de experiencia de usuario en la web del Instituto Superior Tecnológico de Fútbol, entre ellos sobre el comportamiento del consumidor, el marketing digital, la usabilidad, la experiencia de usuario, generación de contenido y posicionamiento SEO, con la finalidad de que la web aparezca en los primeros lugares en los buscadores, y principalmente que se perciba un buen manejo de la usabilidad y la experiencia de usuario.

Según, (Selman, 2017) “El marketing digital podría definirse como el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario”. El objetivos del marketing digital, es entregar y comunicar el valor de una marca a cada (buyer persona), es decir, crea relaciones duraderas con la marca, de manera que su objetivo es la fidelización de los clientes potenciales, y tener una relación larga con la marca al crear una necesidad de querer repetir el producto o servicio, por lo tanto, el marketing digital debe entender el mercado potencial realizando estrategias donde se integren las exigencias que el cliente lo requiera. Al referirnos al (buyer persona) según (Beltrán y otros, 2019) “En el marketing tradicional se define como target al público objetivo a quien se dirigirá la comunicación y que pueden ser nuestros clientes potenciales”, ahora ya no se le conoce como aún grupo de personas o target, ya que el Marketing Digital por la necesidad de saber más sobre nuestros consumidores, se va creando perfiles de cada persona como: edad, sexo, ubicación y así crear un producto o servicio personalizado para cada consumidor.

Si partimos desde este punto de vista, decimos que vamos analizando el comportamiento del consumidor utilizando estos perfiles, afirma (Virgüez y otros, 2020) “Las organizaciones deberán ejecutar habilidades de Comunicación de Marketing objetivas que permitan satisfacer las prioridades y necesidades de los clientes” para que nuestra comunicación sea efectiva

debemos realizar estrategias que al aplicarlas creen en los clientes una apreciación favorable sobre la organización que oferta servicios o productos, como un punto importante dentro del marketing digital ahora, es más importante el consumidor y sus necesidades, que el propio servicio o producto.

Dentro de las necesidades que el consumidor requiere en una página web, esta debe ser de fácil manejo, entre lo que conocemos como la usabilidad según (INEN, 2014) “La Norma ISO 9241-11 explica los beneficios que aporta la medida de la utilizabilidad en términos de resultados y satisfacción obtenidos por el usuario”, entendiéndolo un poco sobre la definición de la usabilidad y la importancia que toma la accesibilidad de información, lo que esta busca principalmente es que sea de manejo fácil y no requiera algún tipo de instructivo, que pueda ser utilizado por diferentes usuarios e incluso con usuarios con discapacidad, que al manejar alguna página web o distintas aplicaciones no se cometa algún tipo de error, llegando así a cumplir con la necesidad que el usuario desea realizar.

También se puede agregar a esto la experiencia del usuario (UX), según (Ramírez K. , 2017) “se refiere específicamente a la experiencia del usuario mientras la utiliza”, en ocasiones se suele confundir la experiencia del usuario con la interfaz de usuario (UI), que son conceptos diferentes pero que van de la mano para poder llegar al objetivo de un buen manejo de las plataformas web, entonces, podemos decir que el UI se refiere a la parte visual y estética de una página web y el UX se enfoca en el manejo del sistema, es decir, como se conectan las diferentes pestañas, enlaces, etc., se enfoca en la interacción de sistema.

Se puede decir que la interfaz de usuario (UI), según (Ramírez K. , 2017) “se refiere a la interfaz visual de una herramienta”, nos referimos a la parte estética, entonces, logramos relacionar con la gestión de contenidos, porque según (Villegas & Castañeda, 2017) “los contenidos digitales se han de comprender cómo los componentes estructurales de los mensajes con carácter comunicativo que se divulgan en el Social Media”, por lo tanto, con los

perfiles que se maneja del consumidor, se podrá crear una comunicación efectiva en la web, con la experiencia de usuario, la interfaz de usuario y la gestión de contenidos, estas van conjuntamente de la mano para garantizar la satisfacción al consumidor tanto visualmente como un manejo fácil.

El posicionamiento SEO según (Ruiz & Bastidas, 2017) “Cuanto mejor sea el posicionamiento orgánico para una determinada búsqueda, mayor será la posibilidad de que ese sitio sea visitado por un usuario que está realizando una consulta concreta.”, para lograr este posicionamiento se debe realizar ciertas técnicas y procedimientos, en cuanto a las técnicas es necesario trabajar muy bien la estructura del sitio web, también la implementación de palabras claves con enlaces de búsqueda relevantes dentro del sitio y también la aplicación de API de conversiones y el Pixel de las redes sociales; estas forman parte de las acciones de marketing digital que aplicándolas correctamente llegan a una buena presencia en el internet, redes sociales y en los diferentes buscadores, estas técnicas aportan al aumento de visitantes, en las conversiones y sobre todo en el ahorro de publicidad en medios tradicionales.

Desde el punto de vista del Marketing, producto o servicio se entiende según (Pérez & Pérez Martínez, 2006) “Un producto está formado por diferentes atributos, como hemos señalado, englobables entre los tangibles y los intangibles” entonces un producto es cualquier objeto tangible o intangible deseado o necesitado para un público objetivo específico, que el Marketing conjuntamente con herramientas como la publicidad y estrategias las promociona. Por último tenemos la investigación de mercados la cual es fundamental dentro del Marketing Digital, porque nos sirve para el desarrollo y la implementación de lo que se propone dar solución, ya que esta investigación nos permitirá identificar y conocer a nuestro público objetivo, tanto en sus preferencias, sus necesidades y deseos, tanto que los resultados que nos arroja permitirá una sostenibilidad de cualquier organización o negocio.

## **1.2. Proceso investigativo metodológico**

En esta sección vamos a ver el proceso de investigación sobre la propuesta de la experiencia de usuario, en primera instancia vamos a presentar la página actual que está funcionando en el Instituto Superior de Fútbol, en la ciudad de Quito, a expertos en el área para el desarrollo posteriormente de la propuesta, el método de investigación que vamos a utilizar es cualitativo, según (Cueto Urbina, 2020) “La investigación cualitativa, así, permite comprender la profundidad de un fenómeno a partir de la mirada de los actores sociales”, para definir el concepto de la investigación cualitativa esta trata de una investigación flexible, con la cual podemos utilizar relatos o discursos de expertos en la materia, y van en relación a las interrogantes y objetivos de trabajo que están dentro de la investigación, en cuanto al estudio del problema este es multidisciplinario porque aborda varias disciplinas dentro del Marketing Digital.

Por otro lado una de las herramienta que se utiliza en la investigación cualitativa es el de grupos focales (focus group), este tipo de herramientas nos da varias visiones del producto presentado, nos permite incluso como una técnica de profundización y que nos facilitará en el intercambio de ideas y soluciones a la problemática, afirma (Quintana, 2006) “Esta técnica de recolección de información es una de las más utilizadas en investigaciones "aplicadas" en los campos del Marketing o estudios de mercadeo,”.

Con la primera parte definida vamos a comenzar realizando una matriz, la cual se presentará a los especialistas, esto nos permitirá realizar un testeo del producto, en este caso vamos a generar un tipo de búsqueda dentro de la página web del Instituto Superior de Fútbol, esta matriz nos dará acceso a la recolección información importante y relevante, con la finalidad de poder garantizar y que se pueda aplicar de una mejor manera la solución de la propuesta sobre la usabilidad, la experiencia del usuario y el posicionamiento orgánico de la página web.

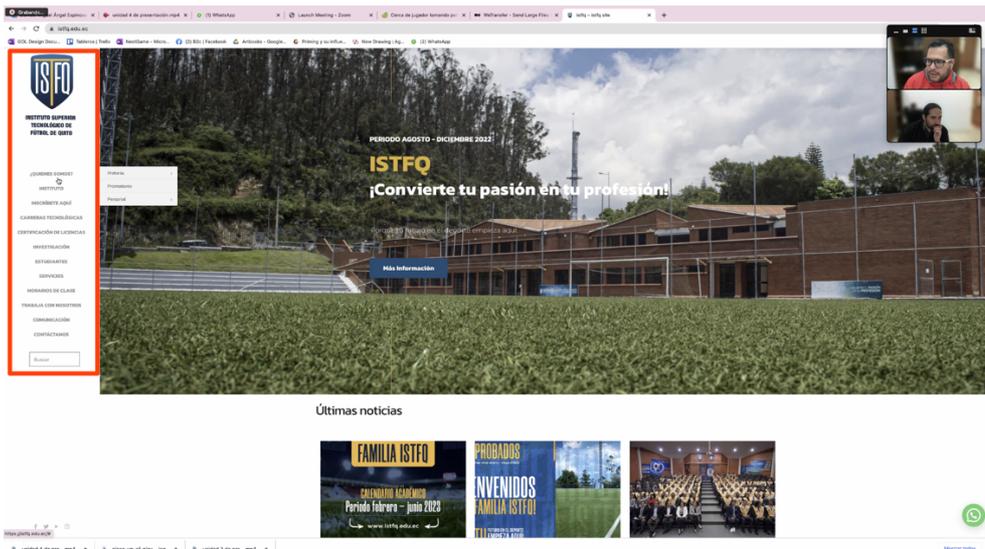
Además, en cuanto a la muestra se utiliza una técnica de muestreo intencional, según (Hernández & Carpio, 2019) “Este método se caracteriza por buscar con mucha dedicación el conseguir muestras representativas cualitativamente, mediante la inclusión de grupos aparentemente típicos. Es decir, cumplen con características de interés del investigador”, una de las ventajas al aplicar este método de muestreo el ahorro de tiempo y costos, se puede decir que es apropiado al tener una visión más objetiva de especialistas sobre el tema a estudiar y solucionar, ya que las personas que van a servir con la muestra deben cumplir con el perfil objetivo del estudio.

De acuerdo a la aplicación del método y la herramienta de investigación en el grupo focal (focus group) se determinó los siguientes resultados de parte de los especialistas, tomando en cuenta en base de las disciplinas de la usabilidad, la experiencia de usuario, el manejo de contenido y el posicionamiento orgánico, se planteó una simulación en la navegación dentro de la web del Instituto Superior de Fútbol.

Además, se utilizó la técnica de grupo focal que consiste en tareas dirigidas a grupos, en este caso realizados a cuatro personas con características iguales dirigida por una persona experta en la experiencia de usuario, la usabilidad y posicionamiento orgánico. La muestra se obtuvo entre hombres y mujeres de edades entre los 28 a 35 años pertenecientes al Instituto Superior de Fútbol de Quito, la dinámica se realizó entre los días del 6 al 9 de marzo del presente año.

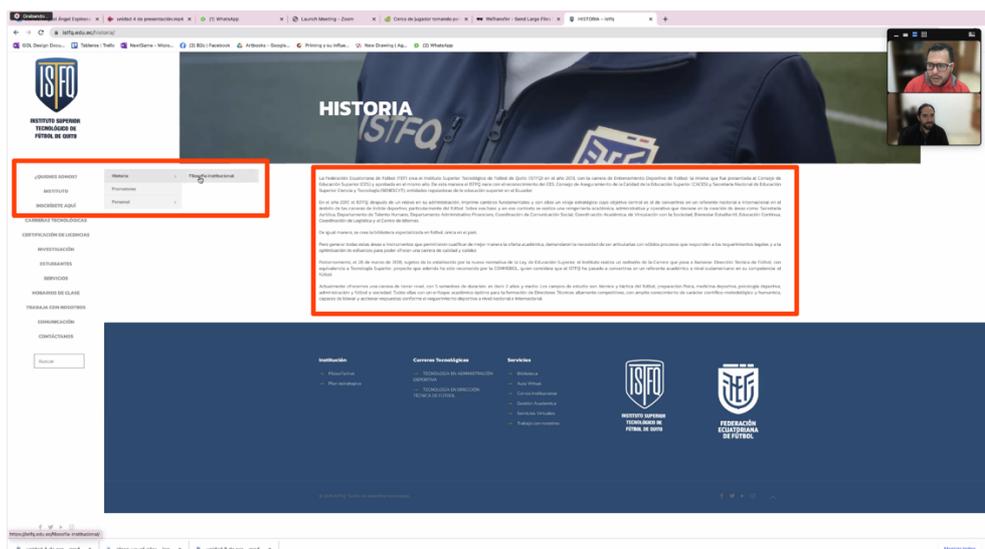
### **1.3. Análisis de resultados**

Los resultado de la simulación de navegación en el sitio web fue, que al digitar el siguiente enlace, [www.istfq.edu.ec](http://www.istfq.edu.ec), se despliega la página principal, en esta se observa que el menú principal está en una zona inusual en la parte izquierda de la pantalla, entendemos que muchas veces los usuarios desean que la posición del menú sea tradicional en la parte superior dentro del encabezado, ya que tienen un mejor manejo de las pestañas. (Ver ilustración 1).



**Ilustración 1, Disposición de menú, WEB ISTFO.**

Al buscar información sobre “antecedentes de la Institución” debe generar alrededor de cuatro clics, incluso en la pestaña la información se encuentra separada, nos da como resultado que la experiencia de usuario no está puesta en práctica, ya que lo primordial sería que el usuario realice máximo a unos dos clics, así el usuario puede informarse y buscar el contenido que desea. La información dentro de las pestañas de opciones no se encuentra con facilidad e incluso los enlaces no están actualizados. (Ver ilustración 2).



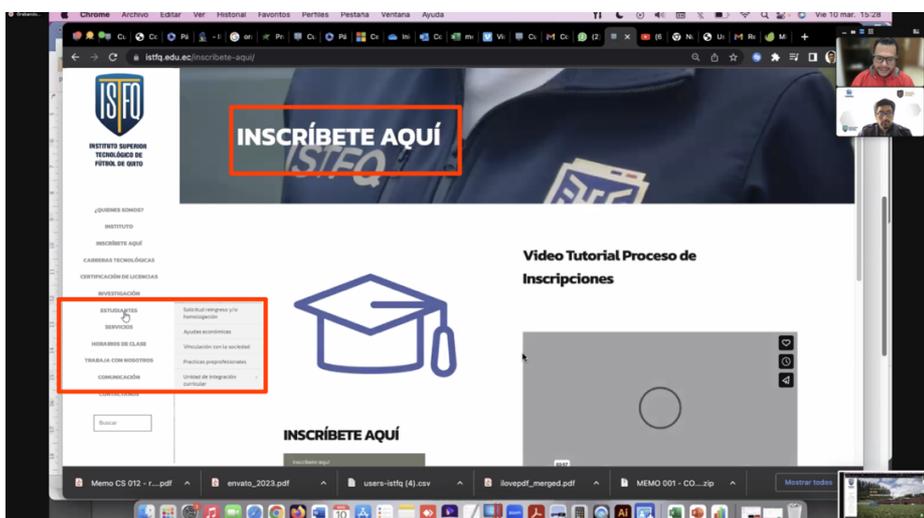
**Ilustración 2, Información no fácil de encontrar, WEB ISTFO,**

Los anuncios y comunicados vigentes no se encuentran en primera instancia como información principal en cuanto a matrículas, inscripciones, eventos y noticias, esto genera que el contenido no esté actualizado y se pierda tiempo en buscar información actual, puesto que si el Instituto Superior de Fútbol desea incrementar alumnos se debe renovar cada periodo académico la actualización de la información global del instituto. (Ver ilustración 3).



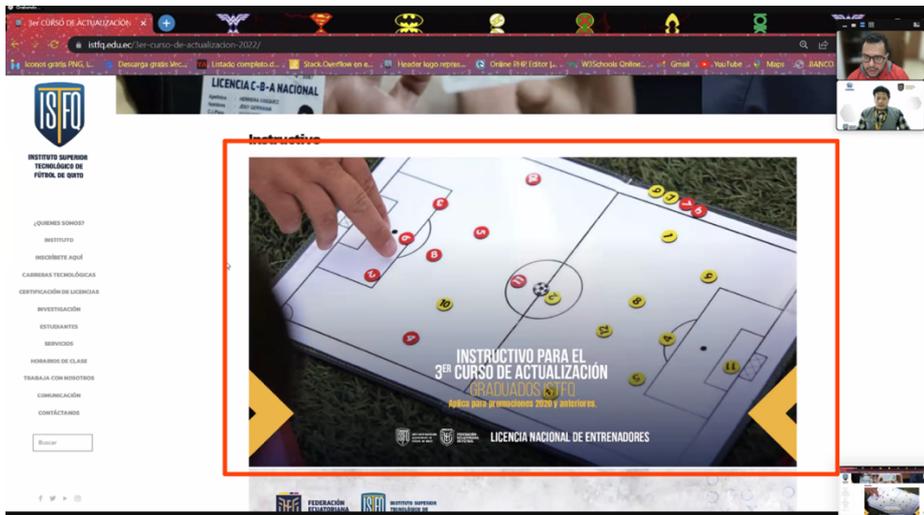
**Ilustración 3, Información importante no se encuentra, WEB ISTFQ.**

Las pestañas no se encuentran concatenadas con la información que se desea impartir, las pestañas secundarias no concuerdan con la pestaña principal a buscar, por lo general esto se genera por la falta de planificación en la creación del mapa del sitio o estructura de navegación. (Ver ilustración 4).



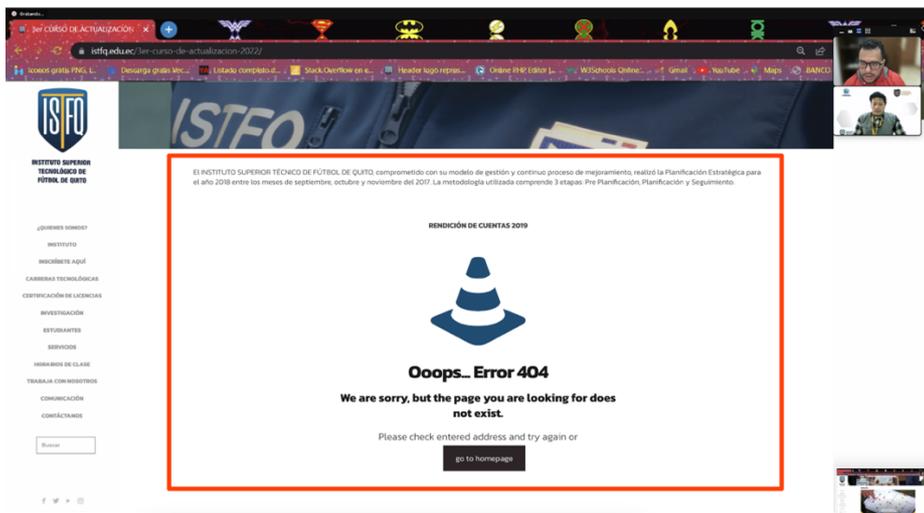
**Ilustración 4, Pestañas no están bien linkeadas, WEB ISTFQ.**

Al buscar contenido sobre “Certificación de Licencias” existe información muy extensa que de alguna manera inquieta y despista al usuario, en ocasiones mucha información no relevante tiende a que el usuario deje de buscar, de igual manera no existe información de la persona o área que se encuentra coordinando la certificación. (Ver ilustración 5).



**Ilustración 5, Información muy extensa, WEB ISTFQ.**

Existen pestañas que se encuentran vacías, se necesita actualizar el contenido constantemente, en la simulación se pidió que ubiquen “Plan estratégico” la cual no se pudo acceder a esta pestaña. (Ver ilustración 6).



**Ilustración 6, Página sin contenido, WEB ISTFQ.**

En la sección del pie de página o también llamado Footer no existe un contenido que le sirva al instituto como: Promotores, Redes Sociales, Correo y áreas de apoyo, se debe ubicar en esta sección información relevante. (Ver ilustración 7).

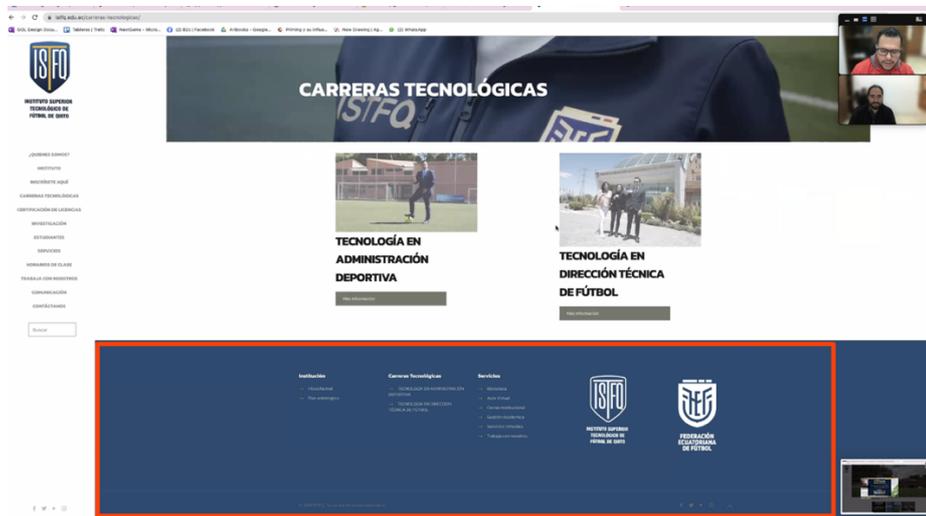


Ilustración 7, Pie de página, WEB ISTFQ.

Al buscar información específica sobre las “Carreras ofertantes”, existe un contenido poco simplificado y confuso donde existe información irrelevante. (Ver ilustración 8).

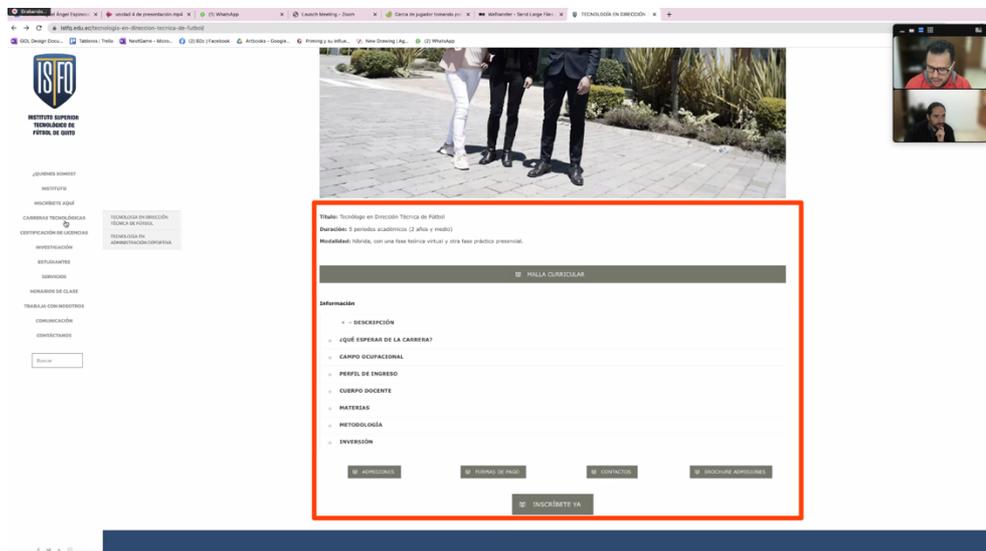


Ilustración 8, información sin simplificar, WEB ISTFQ.

## CAPÍTULO II: PROPUESTA

### 2.1. Fundamentos teóricos aplicados

En la actualidad toda organización o negocio que requiera aumentar sus ventas o también sea visualizado necesita una página web, según (Lozano, 2020) “Actualmente, la Web es un espacio preparado para el intercambio de información diseñado para el consumo humano”, una página web es un documento electrónico el cual se encuentra en el internet, es capaz de incluir textos, blogs, videos y diferentes elementos que puedan aportar a la información de un sitio, existiendo una clasificación por tipo de páginas web, estas pueden ser estáticas, dinámicas, educativas, gubernamentales y tiendas en línea.

Una página web por lo general se compone principalmente de un dominio, según (Ortega, 2017) “El dominio de Internet se define como un código que traduce la dirección IP en una URL compuesta por cifras y letras, de manera que el usuario no especializado pueda recordarla e introducirla más fácilmente.” El dominio no es más que el nombre y dirección de la página web, es esencial pues si no existiera no podríamos encontrar el contenido que esta tendría. También se compone de un servidor de alojamiento, el cual es un espacio que nos permitirá hospedar nuestra página web y poder estar disponible en el internet.

Estructuralmente una página web está conformada por un **Encabezado**; esta es la primera parte que vemos de una web, en ella podemos encontrar el logotipo o nombre de la institución, además, en la actualidad esta se puede ubicar las redes sociales e iconos de enlaces como también el eslogan de la marca. **Menú** o también llamada barra de navegación; aquí encontraremos una distribución del contenido, donde se organiza la navegación dentro del sitio, podemos organizar los contenidos por categorías, subcategorías y también se puede crear catálogos interactivos para tiendas en línea, el funcionamiento de estos menús pueden ser tradicionales como también se puede acoplar al tipo de usuario que manejemos. En el **Área de contenido**; en esta sección se puede poner toda clase de contenido, ya sea estático, interactivo,

como un sin fin de posibilidades para poder comunicar aspectos importantes de la organización. Por último tenemos la parte del **pie de página o Footer**; este se encuentra en la parte inferior de la página web, juntamente con el encabezado estos dos aparecen en todas las pestañas o en la navegación del sitio web, dentro de esta se puede localizar la información de contacto incluso enlaces relevantes como también el mapa de sitio que es la estructura de navegación que la web cuenta, aquí también se encuentra la políticas de privacidad de la instituciones.

## **2.2. Descripción de la propuesta**

Lo que se pretende hacer conjuntamente con el análisis de resultado es la implementación de la propuesta de la experiencia de usuario en el Instituto Superior de Fútbol, con el objetivo de solucionar en cuanto a toda la problemática que existe en la web del ISTFQ, realizando en primera instancia la estructura de navegación o mapa de sitio que va tener la propuesta, implementando el buen manejo de la usabilidad, para que la navegación sea fácil, sencilla e intuitiva, además, los usuarios al realizar alguna consulta puedan encontrar con facilidad la información exacta sin tener que realizar muchos clics y así resolver la experiencia del usuario. Y por último poner en práctica en el código de programación el Api de conversiones y el Pixel de redes sociales, esto nos permitirá unificar los canales de comunicación de la institución y con la implementación de técnicas y estrategias obtener un posicionamiento SEO.

### **a. Estructura general**

El diseño de la propuesta de la página web, con las observaciones que se realizó con el grupo focal, implementando las disciplinas como la usabilidad, la experiencia de usuario y estrategias de posicionamiento orgánico, comenzamos presentando y poniendo en prácticas para una construcción de un sitio web que cumple con las necesidades de los usuarios. por lo tanto, se propone como estructura principal el mapa de sitio o estructura de navegación, luego de la aceptación, se procede con la elaboración del menú principal, continuando con la elaboración

del contenido dentro de cada pestaña y subpestaña como el Inicio o Home, ISTFQ, Oferta Académica entre otras.

- Mapa de sitio o estructura de navegación, en la nueva web ISTFQ.

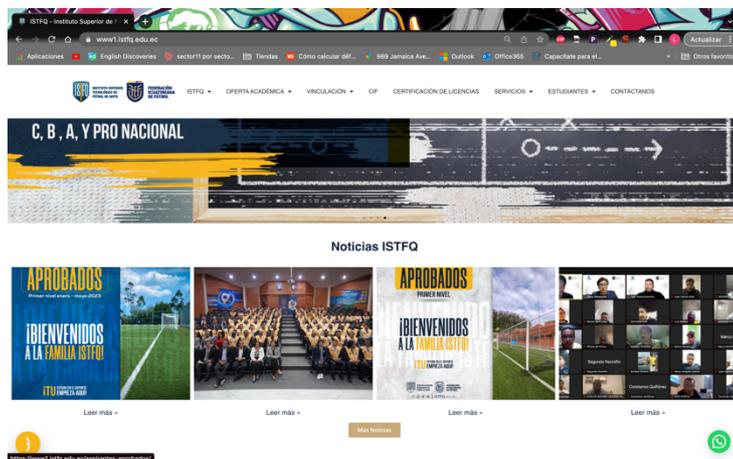


**Ilustración 9, Mapa del sitio en implementación de la propuesta, WEB ISTFQ.**

- Páginas



**Ilustración 10, Home, WEB ISTFQ.**



**Ilustración 11, Contenido del Home noticias importantes, WEB ISTFQ**

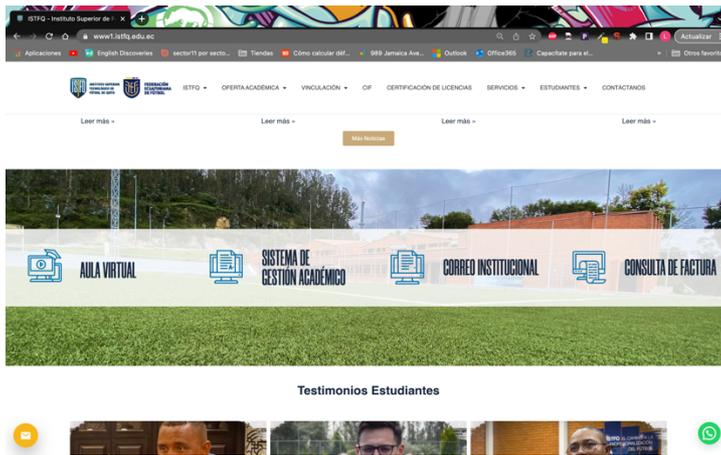


Ilustración 12, Contenido del Home servicios para estudiantes, WEB ISTFQ.

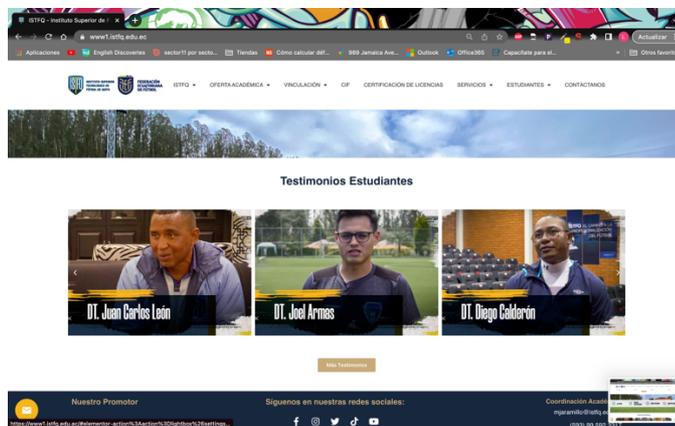


Ilustración 13, Contenido del Home testimonios estudiantes, WEB ISTFQ.

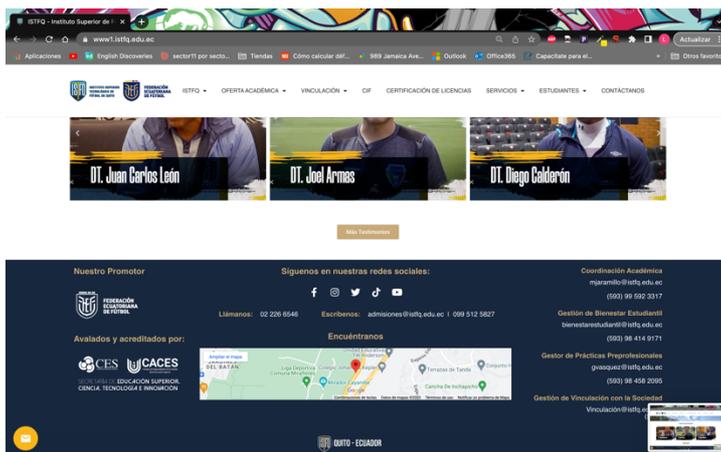
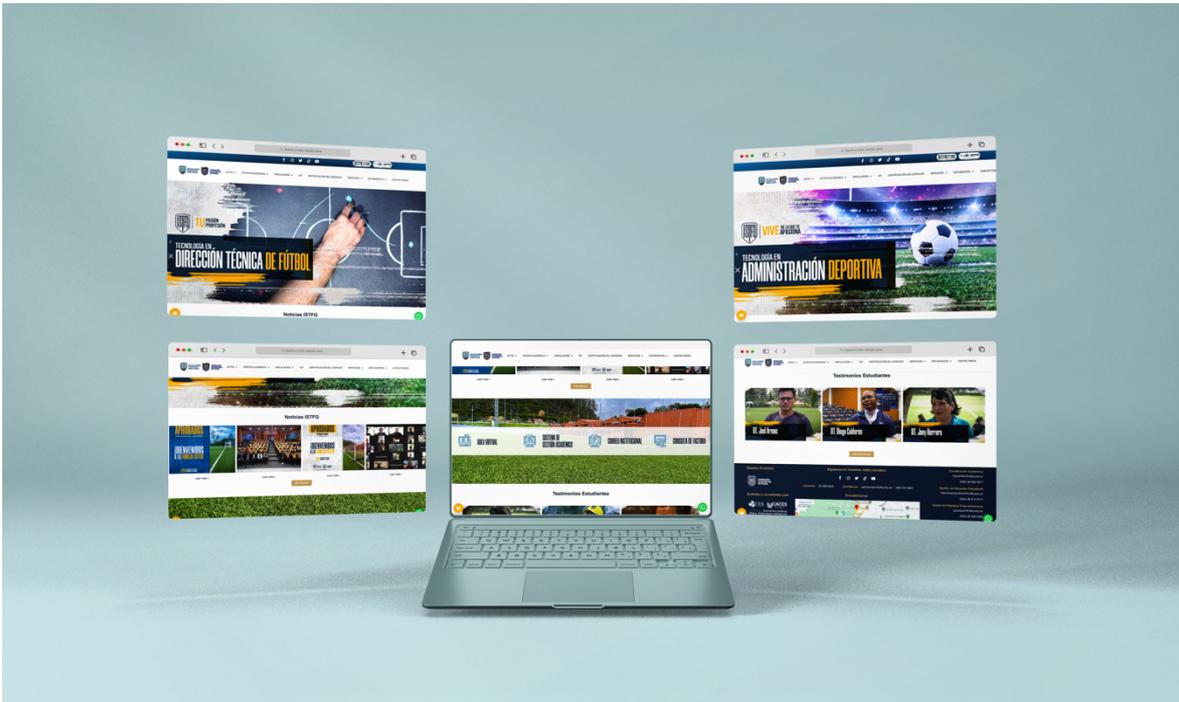
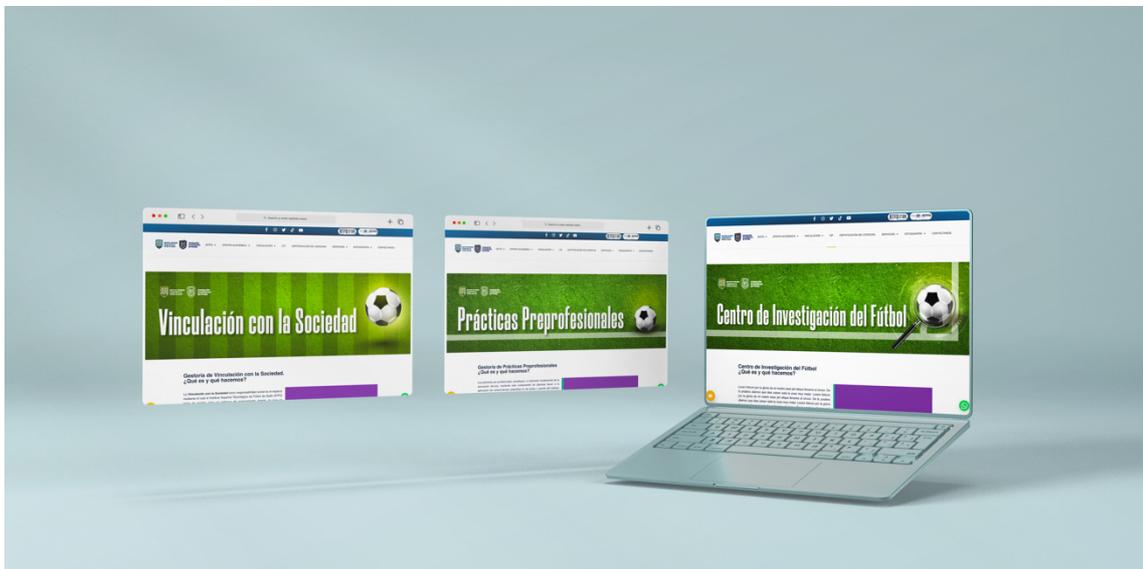


Ilustración 14, Pie de página o Footer, WEB ISTFQ.

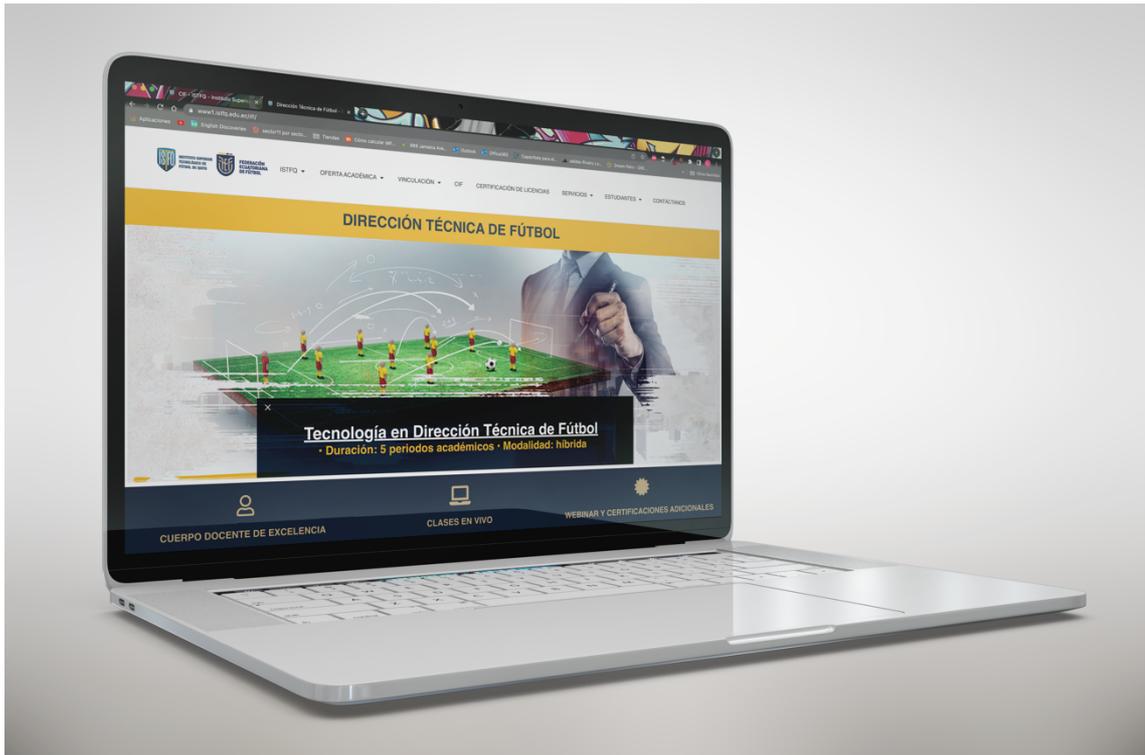
- Montajes de la web.



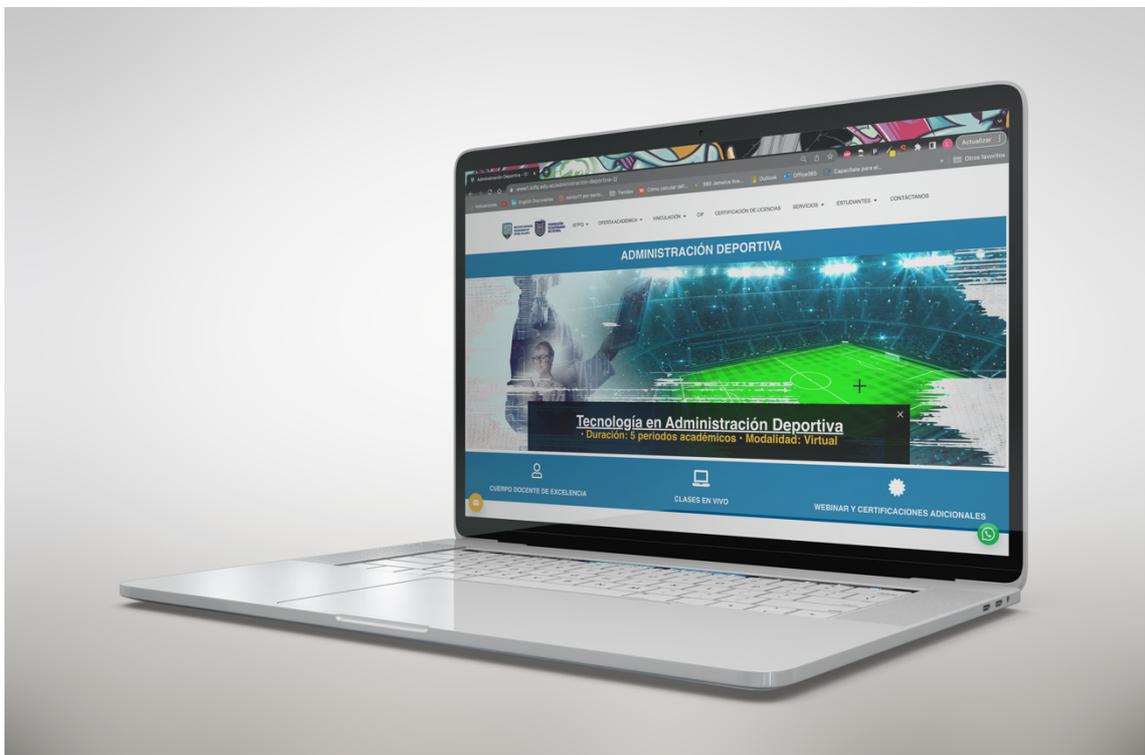
**Ilustración 15, Sitio - Home, WEB ISTFQ.**



**Ilustración 16, Sitio web - gestorías de la institución, WEB ISTFQ.**



**Ilustración 17, Pestaña de la carrera Dirección Técnica de Fútbol, WEB ISTFQ.**



**Ilustración 18, Pestaña de la carrera Administración Deportiva, WEB ISTFQ.**



*Ilustración 19, Diferentes pestañas, WEB ISTFQ.*

## **b. Explicación del aporte**

Como aporte principal la implementación de la usabilidad en la web de ISTFQ, esto dará apertura a que nuevos usuarios de la web puedan localizar con facilidad la información requerida, al igual que se tendrá una experiencia de usuario más amigable, además, ayudamos a implementar una interfaz con un contenido acorde a la exigencia del usuario siguiendo e implementando una línea gráfica en toda plataforma digital o impresa para reforzar una comunicación efectiva, como un aporte estratégico para el cumplimiento de lo antes descrito, es el posicionamiento orgánico implementando técnicas esenciales que aportan a que la web y el Instituto se puedan visualizar en los buscadores. Por último un aporte económico en el ahorro de este tipo de estudio para el Instituto Superior de Fútbol de la ciudad de Quito

### 2.3. Validación de la propuesta

Para validación se presentó la propuesta a las autoridades del Instituto Superior de Fútbol, como autoridad principal tenemos a la Mgtr. Alexadra Orozco, Rectora de ISTFQ.

*Tabla 1, Validación de la propuesta - 1, WEB ISTFQ.*

Criterios	Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inaceptable
La propuesta está clara y cumple con el objetivo	X				
Claridad en la propuesta de contenidos	X				
Pertinencia del contenido de la propuesta	X				
Coherencia entre el objetivo planteado y la solución	X				

#### **Observación:**

Resuelve la problemática muy bien con los objetivos planteados y efectuados en el campo, con el diseño y estructura en sí de la página web ya que, como instrumento aplicado en la institución para contacto con los estudiantes y docentes, resuelve muchas inquietudes orientadas hacia el logro determinado.

Luego de haber leído el proyecto, mediante este documento lo válido como apto para su desempeño en el área.

Mgtr. Alexadra Orozco, Rectora de ISTFQ.

Para validación se presentó la propuesta a la especialista del departamento de Marketing del Instituto Superior de Fútbol, a la señora Lic. Ana Belen Bravomalo, Coordinadora del departamento de Marketing ISTFQ.

*Tabla 2, Validación de la propuesta - 2, WEB ISTFQ.*

<b>Criterios</b>	<b>Muy adecuado</b>	<b>Bastante adecuado</b>	<b>Adecuado</b>	<b>Poco adecuado</b>	<b>Inaceptable</b>
<b>La propuesta está clara y cumple con el objetivo</b>	X				
<b>Claridad en la propuesta de contenidos</b>	X				
<b>Pertinencia del contenido de la propuesta</b>	X				
<b>Coherencia entre el objetivo planteado y la solución</b>	X				
<b>Observación</b>					
Resuelve la problemática muy bien con los objetivos planteados y efectuados en el campo, con el diseño y estructura en sí de la página web ya que, como instrumento aplicado en la institución para contacto con los estudiantes y docentes, resuelve muchas inquietudes orientadas hacia el logro determinado.					

Luego de haber leído el proyecto, mediante este documento lo válido como apto para su desempeño en el área.

Lic. Ana Belen Bravomalo, Coordinadora del departamento de Marketing ISTFQ.

## CONCLUSIONES

1. Con la contextualización de los fundamentos teóricos se pudo afirmar lo que se necesita para generar la propuesta ya que esta información abrió una brecha aún más importante entre el concepto y la acción.
2. La aplicación de la metodología de experiencia de usuario mejora la validación de los aspectos funcionales de diseño web en el ISTFQ, ya que permite que los alumnos, docentes y el personal administrativo, tengan la posibilidad de agilizar diferentes instrumentos y procesos administrativos de determinada necesidad.
3. Concluyó que la aplicación del presente proyecto, trajo consigo grandes beneficios al Instituto como obtener una página web inteligente, ordenada, estéticamente armónica y congruente con la línea gráfica, ya que cubre las necesidades del consumidor por generar procesos más precisos, rápidos y entendidos como primera necesidad. Genera al estudiante esa expectativa y tranquilidad por obtener un servicio como aula virtual, gestión académica y demás información eficaz. Beneficia al docente ya que puede gestionar de una manera más rápida su usuario y poder ahorrar tiempo en ciertas actividades, y por último al personal administrativo que visualiza información actualizada y precisa en una página web solvente.
4. Por último concluyó que la validación de la siguiente propuesta es generada por el ente primordial en la institución ya que sin su respaldo en el conocimiento impartido no sería posible, de esta manera la propuesta se aplicará a partir de Abril 2023, con resultados positivos.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que en futuros estudios relacionados sobre la usabilidad en las páginas web y el aprendizaje a nivel Técnico Superior, se tome a la metodología de experiencia de usuario, como herramienta importante para el proceso de diseño de este tipo de proyectos. Además esta metodología puede ser aplicable a otras especialidades donde se tenga que analizar el comportamiento y características del usuario con el fin de obtener información de calidad relevante para el proyecto en ejecución.
2. Recomiendo la socialización del resultado final ya que se puede visualizar los rasgos importantes de cambio entre el diseño web vigente y el diseño web actualizado, proporcionando una inducción en cuanto a nuevas opciones de información, pestañas nuevas, para una relación, uso adecuado y oportuno de la página web. Recordar que como punto clave es la actualización de la página web en un determinado tiempo en cuanto diseño gráfico e implementación de un marketing digital estratégico en el posicionamiento orgánico.
3. A futuro generar una actualización de la página con información relevante y espontánea para así generar una mejora en el impacto en los usuarios. Al igual realizar un seguimiento sobre la aplicación de las estrategias y el rediseño de las mismas en función al posicionamiento orgánico SEO.

## BIBLIOGRAFÍA

- CEPAL-UNESCO. (2020). *La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19*. CEPAL.
- Montero, Y. (2015). *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*. editor no identificado.
- Montero, Y., & Fernández, F. J. (7 de Septiembre de 2005). *La Experiencia del Usuario*. No solo la usabilidad: [https://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia\\_del\\_usuario.htm](https://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm)
- Rodríguez, K., Ortiz, O., & Quiroz, A. &. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100-118.
- Moncayo, N., Pereira, J., & González, M. (2018). Las actividades de aprendizaje y el rendimiento académico en la educación a distancia. Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. *UNIMAR*, 36(1), 33-47.
- Jiménez, I., Aguilar, P., Sánchez, G., & Pérez, M. G. (2018). Experiencia de usuario y medios de comunicación. La regla de los tres clics en las webs de periódicos para smartphones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 595-613.
- Luna, A. C. (2017). *Posicionamiento web (seo/sem)*. ICB editores.
- Selman, H. (2017). *Marketing digital*. Ibukku.
- Beltrán, M., Parrales, V., & Ledesma, G. (2019). El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial. *Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 3(3), 659-681.
- Virgüez, J., Sánchez, D., & Rodríguez, S. (2020). La comunicación de marketing en el comportamiento del consumidor para las organizaciones: revisión sistemática de literatura. *Boletín Redipe*, 9(1), 174-183.
- Ecuadoriana, I. -N. (2014). *REQUISITOS ERGONÓMICOS PARA TRABAJOS DE OFICINA CON PANTALLAS DE VISUALIZACIÓN DE DATOS (PDV). PARTE 11: GUÍA SOBRE UTILIZABILIDAD (ISO 9241-11:1998, IDT)*.
- INEN. (2014). *REQUISITOS ERGONÓMICOS PARA TRABAJOS DE OFICINA CON PANTALLAS DE VISUALIZACIÓN DE DATOS (PDV). PARTE 11: GUÍA SOBRE UTILIZABILIDAD (ISO 9241-11:1998, IDT)*. Norma Técnica Ecuatoriana.
- Ramírez, K. (12 de 15 de 2017). Interfaz y experiencia de usuario: parámetros importantes para un diseño efectivo. *Tecnología en marcha*, 30(5), 49–54.
- Ramírez, K. (2017). Interfaz y experiencia de usuario: parámetros importantes para un diseño efectivo. *Tecnología en Marcha*, 30, 49-54.
- Villegas, M., & Castañeda, W. (2017). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *KEPES*, 17(22), 257-276.
- Cueto Urbina, E. (2020). Investigación cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).
- Pérez, D., & Pérez Martínez, I. (1 de 1 de 2006). *ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL*. Savia: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/77714/el-producto-concepto-y-desarrollo>
- Quintana, A. (2006). *Metodología de Investigación Científica Cualitativa*.

- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Científica del Instituto Nacional de Salud - ALERTA*, 2(1), 75 - 79.
- Lozano, A. (2020). *Ontologías en la Web semántica*. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3393>
- Ortega, J. (2017). Régimen jurídico de los dominios en Internet (I): introducción, funcionamiento y naturaleza. (4), 91 - 95.
- Barrientos, P. (2017). Marketing + internet = e-commerce: oportunidades y desafíos. *Finanzas y Política Económica*, 9(1), 41-56.
- Ruiz, E., & Bastidas, L. (2017). Posicionamiento SEO mediante la optimización de sitios web para el marketing digital. *Producción, Ciencias e Investigación*, 1(1), 6-9.

## ACTA DE REUNIÓN

**Fecha:** 22 de septiembre de 2022

**Asistentes:** Mgtr. Alexandra Orozco - Rectora

Ana Belén Bravomalo - Comunicación y Marketing

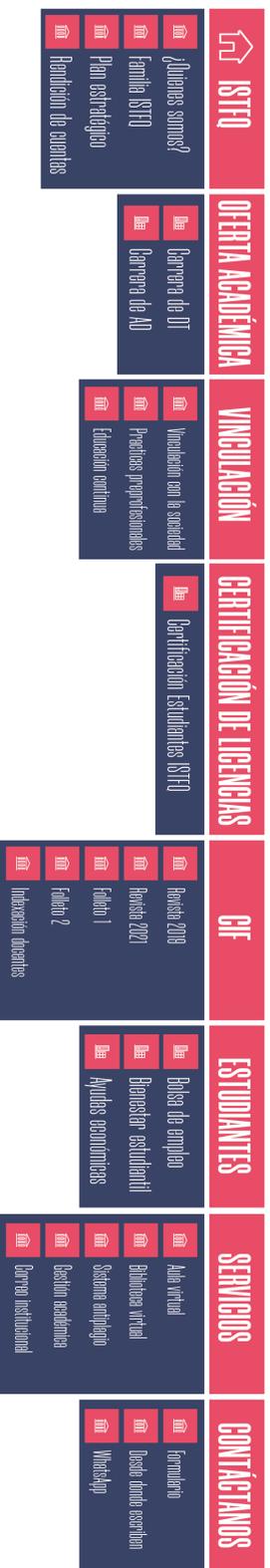
Luis Hernández Castro - Diseñador Gráfico

Juan Fernando Rojas - Soporte TICS

**Tema:** reestructuración de la página web ISTFO.

De acuerdo a la reunión que se mantuvo el día de hoy, envió el mapa de sitio que se aceptó para reestructurar la página web del ISTFO, así obtener usabilidad web que nos permitirá la facilidad para acceder y navegar por una página de forma intuitiva, sencilla y rápida.

# MAPA DE SITIO



## Comunicación y RRPP ISTFO

www.istfo.edu.ec  
 Dir. Casa de la Selección Av. Simón Bolívar s/n, Junto a Camposanto Montecolivo  
 Telef: 02 286 5476 - 02 240 201 - 096 1484182  
 Quito - Ecuador

**TU PASIÓN  
 TU PROFESIÓN**

## ANEXOS 2

Acta de reunión, en cuanto a correcciones del contenido.



### ACTA DE REUNION - PÁGINA WEB ISTFQ

<b>Fecha</b>	23 de enero de 2023
<b>Asistentes</b>	Msc. Alexandra Orozco - Rectora Psico. Juan Hermoza -Vicerrector Diego Masapanta - Tics Juan Fernando Rojas – Tics Luis Hernández - Comunicación Migue Espinosa - Comunicación Ana Bravomalo – Comunicación Marketing
<b>Tema</b>	Validación de página web nueva
<b>ACUERDOS</b>	
<b>QUIENES SOMOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Actualizar misión y visión por la nueva</li><li>• Estructurar diferente la parte de filosofía corporativa, poner en bloques o cuadritos</li><li>• La foto del aula desde la puerta cambiar por una q se vea desde adentro (pizarra de cancha)Eliminar promesa de Valor</li></ul>	
<b>FAMILIA ISTFQ</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cambiar disposición de imágenes principales, no en carrusel sino en galería.</li><li>• Al poner el curso en cada uno que salga la imagen estática en grande en calentador con los datos de cada uno, sin animación.</li><li>• Docentes: solamente los de tiempo completo, si se repiten administrativos no importa.</li><li>• Falta Magus, Migue, Gianella en administrativos.</li><li>• Solicitar listado de docentes tiempo completo a Talento Humano.</li></ul>	
<b>BOTÓN WHATS APP Y ESCRÍBENOS</b>	
Los dos direccionarán a la persona encargada de atención al cliente, para que sean respondidos lo antes posible.	
<b>GESTIONES Y COORDINACIONES</b>	
<b>PESTAÑA VINCULACIÓN</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Vinculación de modificará a Vinculación con la sociedad y se pondrán los convenios.</li><li>- Dentro de prácticas va convenios y ahí hay dos divisiones: prácticas pre profesionales</li><li>- Servicio comunitario</li></ul>	



- Aumentar pestaña de Educación continua y colora el curso único actual que se tiene de forma permanente en modalidad ISTFQ MOOC del profesor Encalada.
- Solicitar objetivo de EC a Ing. Lenin Masapanta para poner la web.

#### **CENTRO DE INVESTIGACIÓN**

- Hacer una pestaña independiente que se llame CIF por las siglas que representa.
- Dentro de esta colocar pestañas de :
  - o Publicaciones: 3 revistas y 2 folletos.
  - o Líneas de investigación, solicitar a Homero y Julito las líneas ya aprobadas.
  - o Y descripción, solicitar a Coordinadores del centro.

#### **LICENCIAS**

- Solicitar a la persona responsable ¿Por qué es importante tener una licencia?
- Añadir enlace para ver más información del tema que redireccione a la sección de Licencias en FEF.
- Utilizar videos de invitación a estudiar en el ISTFQ de los entrenadores que hicieron el curso de actualización Pro Conmebol para nueva campaña de inscripciones.

#### **ESTUDIANTES**

- Pestaña de bolsa de empleos, deberá estar lista para el lanzamiento de la nueva web, esto se deberá coordinar entre TICS y Bienestar Estudiantil. Se utilizará como modelo la bolsa de empleos de la UDLA.

#### **OTROS**

- Se colocará una subpestaña llamada Primeros auxilios emocionales, para dar soporte psicológico a comunidad académica ISTFQ. Esta deberá estar en la pestaña servicios y en estudiantes.
- Se pondrá el plug in para las últimas publicaciones en redes sociales que saldrán al ingresar en noticias.
- Al final de la página web poner Quito Ecuador más grande
- No se colocará a presidente y vicepresidente FEF en ningún lugar.
- Está PENDIENTE por entregar:
  - o Plan Estratégico ISTFQ
  - o Rendición de Cuentas
  - o Políticas de Privacidad
  - o Información del Centro de Investigación
  - o Listado completo de convenios



- Objetivo de Educación Continua
- Desarrollar pestaña de Bolsa de empleo

**FOOTER WEB**

- Al final se pondrá promotores e instituciones que avalan y acreditan al ISTFQ, En una segunda columna van redes sociales, dónde encontrar al instituto, contacto para llamar y para escribir.
- Al lado izquierdo irá contactos de las 3 gestiones y coordinación académica.

**FIRMAS DE LOS PRESENTES:**