



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: Diseño gráfico

TEMA: Diseño de un sitio web y modelo digital integrado como soporte de información y difusión que se alinee a los cambios de la matriz productiva emprendida por la Ciudad del Conocimiento Yachay.

AUTOR: Erick Santiago Otalima Aldaz

TUTOR: Lic. Fabián Luna López

2014

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Diseño Gráfico Empresarial, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, agosto 2014

ESTUDIANTE

Firma:
Erick Santiago Otalima Aldaz
CC: 171581040-2

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años y han sido pilares principales en el camino de mi vida, a mi familia que ha sido ejemplo de esfuerzo y perseverancia.

Erick Santiago Otalima Aldaz

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Israel por la oportunidad que me dio para generar nuevos y amplios conocimientos, al Lic. Fabián Luna López por el apoyo brindado en el desarrollo de la tesis, a mis amigos y compañeros de estudio.

A mi familia por su apoyo y sacrificio incondicional.

Erick Santiago Otalima Aldaz

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

• Problema de investigación	1
• Objetivos	3
• Objetivo general	3
• Objetivos específicos	3
• Idea a defender	4

CAPÍTULO I

1.1 La ciencia e investigación como base del cambio de la matriz productiva.....	5
1.2 La ciencia e investigación en el Ecuador.....	6
1.2.1 La matriz productiva	7
1.2.2 Impulsar la transformación de la matriz productiva, según el Plan Nacional del Buen Vivir.....	8
1.2.3 Actividad Económica en el Ecuador	10
1.2.4 Ciudad del Conocimiento	13
1.2.4.1 Economía del conocimiento	14
1.2.4.2 Educación superior	15
1.2.5 Institutos de investigación	16
1.2.5.1 Parques tecnológicos.....	16
1.2.5.2 Ciudad planificada.....	17
1.2.5.3 Ciudad auto sostenible.....	18
1.2.6 Modelo digital integrado	18
1.2.7 Lenguaje de programación.....	21
1.2.8 Multimedia.....	22
1.2.9 SEO/SEM.....	23
1.3 Marco conceptual.....	23

CAPÍTULO II

2.1 Metodología de investigación	26
2.1.1 Tipo de investigación	26
2.1.2 Población a investigar	27
2.1.3 Técnicas de recopilación de información.....	28
2.1.4 Instrumentos para recopilar la información.....	28
2.2 Informe de resultados	30
2.2.1 Investigación cuantitativa	30

CAPÍTULO III

3.1 Elaboración de la propuesta.....	35
3.1.1 Marketing de contenidos	35
3.1.2 Modelo digital integrado	36
3.1.2.1 Canales digitales.....	36
3.2 Maquetación y diseño	36

3.2.1	Metodología de diseño	36
3.2.2	Desarrollo y estrategias de diseño	39
3.2.2.1	Concepto gráfico	39
3.2.2.2	Colores	39
3.2.2.3	Organización y estructura del Sitio	40
3.2.3	Herramientas de diseño	42
3.2.4	Directriz gráfica	43
3.2.5	Video promocional	50
3.2.6	Potencialidades.....	50
3.2.7	Canales digitales.....	51
3.3	Validación	53
•	Conclusiones	56
•	Recomendaciones	56
	Bibliografía.....	60
	Anexos.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1.1	Matriz Productiva	6
Gráfico 1.2	Composición del PIB por sector (1990; 2000; 2006-2012)	9
Gráfico 1.1	Remuneración y horas de trabajo	12
Gráfico 1.2	Tendencias globales: Penetración Internet	19
Gráfico 2.1	Porcentaje de tráfico por edades en la página web de Yachay	27
Gráfico 2.2	Interés por obtener mayor información	32
Gráfico 2.3	Información a encontrar	32
Gráfico 2.4	Diseño adecuado	33
Gráfico 3.1	Publicidad tradicional vs. Contenidos	37
Gráfico 3.2	Songdo IBD	37
Gráfico 3.3	City of Palo Alto	38
Gráfico 3.4	IFEZ Incheon Free Economic Zone	39
Gráfico 3.5	Paleta cromática principal	40
Gráfico 3.6	Paleta cromática secundaria	41
Gráfico 3.7	Paleta cromática secundaria	42
Gráfico 3.8	Estructura del sitio	44
Gráfico 3.9	Estadísticas de sesiones filtrado por Resolución de pantalla	45
Gráfico 3.10	Proceso conceptual del estilo gráfico	46
Gráfico 3.11	Maquetación del sitio	47
Gráfico 3.12	Diagramación para telefonía móvil	48
Gráfico 3.13	Estadísticas de sesiones filtrado por telefonía móvil	51
Gráfico 3.14	Aplicación al perfil de Facebook	51
Gráfico 3.15	Aplicación a publicación de Facebook	52
Gráfico 3.16	Aplicación al perfil de Twitter	52
Gráfico 3.17	Aplicación a publicación de Twitter	53
Gráfico 3.18	Aplicación al perfil de YouTube	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1	Medio por los cuales conoció la Ciudad del Conocimiento	30
Tabla 2.2	Visitas a la página web de la Ciudad del Conocimiento	31
Tabla 2.3	Información detallada y actualizada de la página web de la Ciudad del Conocimiento	31
Tabla 2.4	Interés por obtener mayor información.....	31
Tabla 2.5	Herramientas a implementar para mejorar la página web	32
Tabla 2.6	Intereses de nueva información	33
Tabla 2.7	Diseño mejorado del sitio web de la Ciudad del Conocimiento	33

INTRODUCCIÓN

- **Problema de investigación**

Se puede entender que la “difusión consiste en el proceso de distribución de la información sobre una innovación, o de la innovación misma a través de un mercado” (O’Shaughnessy, 1991, pág. 249), pero existen un sin número de factores que facilitan o impiden la comunicación clara de un servicio o producto como pueden ser; factores físicos, económicos, lingüísticos, culturales, políticos entre otros; por tal razón, la falta de difusión en este caso del proyecto Ciudad del Conocimiento Yachay se ha limitado en generar una publicidad promocional del servicio y no a ser un proceso de posicionamiento basado en el cambio de la matriz productiva; ya que dentro de las metas planteadas por el gobierno se deben orientar la búsqueda de nuevos profesionales que generen investigación y ciencia, en la formación de nuevas industrias como también la promoción de nuevos sectores de alta productividad; estos sectores diferentes al posicionamiento de la Universidad Yachay, y que son los institutos de investigación, sistemas de integración académica, atracción de inversiones, emprendimiento, desarrollo y reconversión productiva, entre otros, han sido enfocados hacia grupos objetivos segmentados, a los cuales no se ha logrado llegar con una difusión directa.

Se conoce también que la Empresa Pública Yachay es la institución encargada de desarrollar el Proyecto emblemático del gobierno llamado “Ciudad del Conocimiento Yachay”, que tiene como objetivo consolidar una ciudad dirigida a la generación del conocimiento con visión a ser una entidad enfocada al desarrollo y gestión de la ciudad, para consolidarse como el primer HUB de conocimiento de América Latina; priorizando la investigación, innovación y producción del conocimiento, contribuyendo a la riqueza del país y basándose en el cambio de la matriz productiva.

Hoy en día el internet no solo es una opción en la lista de aspectos a considerar por las instituciones, para posicionarse y potenciar su imagen o su marca dentro del país o en el exterior, es decir, no es suficiente contar con una página web para cumplir con lo que dictan las tendencias actuales o para estar a la par o un paso adelante de la competencia, en la actualidad las páginas web y cada una de las aplicaciones TIC’s utilizadas, son medidas no solo por su diseño, sino también por su usabilidad, es decir, no por lo atractivo de su diseño, sino por la cantidad de necesidades que satisfacen, ya que muchas ocasiones la contundencia de los contenidos cansan a los usuarios, al ser

una página poco amigable, por tal motivo es muy importante reflejar un valor agregado en los mismos, para que no exista un porcentaje de rebote, como lo expresan las estadísticas de Yachay E.P del 47,26%, (Google Analytics, 2014).

En general una página web diseñada adecuadamente permite a los internautas recorrerla con facilidad y al hablar de una página de tipo académica o diseñada especialmente para una universidad, la clave principal es la divulgación del conocimiento ofreciendo un alto grado de usabilidad y accesibilidad a la misma.

Gracias a estos avances tecnológicos en diseño y desarrollo web, el alcance de las aplicaciones TIC's, el uso de las herramientas para lograr productos digitales de difusión en medios de comunicación masivos, han permitido que la información se distribuya de manera atractiva visual y ágil al público; es por este motivo que se evalúa también la posibilidad de diseñar un sitio web con mayor flexibilidad en dispositivos móviles, mismos que acceden más rápidamente a cualquier tipo de información en cualquier lugar y de manera ágil para el usuario.

La Empresa Pública Yachay cuenta con una página web institucional que tiene un enfoque político y empresarial, alineándose a las páginas web institucionales, por tal motivo surgen limitantes con respecto a nuevas tecnologías, diseño, seguridades y flexibilidad con dispositivos móviles, y más aún si se habla del aspecto de imagen corporativa, la empresa pública tiene la necesidad de vender el proyecto al interior y al exterior del país, para obtener una mayor inversión pública y privada, y así lograr la conformación de nuevas industrias para promocionar los nuevos sectores estratégicos de alta productividad.

Yachay debe reflejar una adecuada actualización de su página web, puesto que debe cumplir con las demandas de información interna y, a la vez, ser espejo hacia el exterior de su prestigio y solidez de la labor que realiza.

Se ha logrado evidenciar que al tener una falta de continuidad y ordenamiento de difusión, sin un modelo digital integrado en la página web de Yachay, no permite una adecuada comunicación y un buen posicionamiento óptico social, provocando la no generación de alternativas económicas productivas del proyecto "Ciudad del Conocimiento Yachay", que permitan mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, la vida estudiantil y por ende, un bajo criterio nacional y conocimiento sobre este proyecto.

Además resulta difícil encontrar una bibliografía adecuada y profundizada acerca del diseño y desarrollo de sitios web, que generen proposiciones o conceptos en un esquema o modelo que abarque la totalidad de una factible estructuración y modelo digital integrado para la web.

Por lo expuesto, se plantea realizar este proyecto y estudio que pretende diseñar un sitio web y modelo digital integrado como soporte de información y difusión, que se alinee a los cambios de la matriz productiva emprendida por la Ciudad del Conocimiento Yachay, y que permitan conocer, comprender y explicar las actitudes, acciones, conducta, los motivos e intereses de la ciudadanía, que en muchas ocasiones reaccionan de una manera positiva ante la difusión de la información o comunicación de un servicio tan importante como es un Proyecto Emblemático.

- **Objetivos**

- **Objetivo general**

Diseñar un sitio web y modelo digital integrado como soporte de información y difusión que se alinee a los cambios de la matriz productiva emprendida por la Ciudad del Conocimiento Yachay.

- **Objetivos específicos**

- Recopilar información teórica que permita analizar y definir parámetros para el desarrollo del proyecto.
- Diagnosticar el problema para el adecuado desarrollo del producto.
- Diseñar el producto y crear una diagramación para su uso en plataforma virtual.
- Validar el proyecto por los grupos objetivos potenciales.

- **Idea a defender**

El estudio y proyecto a realizar parte desde el punto de vista principalmente teórico, ya que constituye un aporte respecto al conocimiento que tiene la población a cerca del proyecto “Ciudad del Conocimiento Yachay”, lo cual es posible adquirir herramientas e ideas claras para la medición de las distintas respuestas y el desenvolvimiento de los grupos objetivos, en un panorama real y actual, es por esta razón que se abre la posibilidad de posicionar al proyecto como un sitio de “Ciudad de Conocimiento”, a través del diseño de una página web y un modelo digital integrado, por medio de un estudio analítico que posibilite la búsqueda de elementos en los grupos objetivos inmersos en la práctica del proyecto, para posteriormente generar normas e implementarlas en la práctica profesional.

CAPÍTULO 1

1.1 **La ciencia e investigación como base del cambio de la matriz productiva**

El enfoque del presente trabajo está ligado a indagar teóricamente la situación del proyecto “Ciudad de Conocimiento Yachay” relacionado a la difusión, comunicación, web, modelo digital integrado y el cambio generado dentro de la matriz productiva.

La economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional y al mismo tiempo importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado. Los constantes e imprevistos cambios en los precios internacionales de las materias primas, así como su creciente diferencia frente a los precios de los productos de mayor valor agregado y alta tecnología, han colocado a la economía ecuatoriana en una situación de intercambio desigual sujeta a los vaivenes del mercado mundial, consciente de esta situación, el gobierno de la Revolución Ciudadana, liderado por el presidente Rafael Correa, impulsó desde el inicio de su gestión un proceso de cambio del patrón de especialización productiva de la economía que le permita al Ecuador generar mayor valor agregado a su producción en el marco de la construcción de una sociedad del conocimiento. (SENPLADES, 2012, pág. 5).

Se conoce que transformar la matriz productiva es uno de los retos más ambiciosos del Ecuador, porque permitirá al país superar el actual modelo de generación de riquezas: concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de los ecuatorianos, por tal motivo, es que hoy en día se está generando mayor inversión en ciencia, tecnología e investigación, para que la capacidad y talento humano sea competitivo para el mundo, es de esta manera que se puede apreciar el cambio en la matriz productiva:

Gráfico 1.3 Matriz Productiva



Fuente: *Publicación de la SENPLADES. (2012). Transformación de la Matriz Productiva. p.20.*

Elaboración: *El autor*

Este cambio no solo permite generar riqueza basada en la explotación de recursos naturales, de igual manera permite la utilización de las capacidades y conocimientos de la nación, al hablar de diseño de un sitio web y modelo digital integrado como soporte de información y difusión que se alinee a los cambios de la matriz productiva emprendida por la Ciudad del Conocimiento, aún hace falta gran difusión para que a nivel interno se conozca sobre el mismo, debido a que, al mencionar la palabra YACHAY, la mayoría de personas lo relacionan como una universidad y no como el Proyecto Emblemático ecuatoriano, el cual cambiará poco a poco la educación y los conocimientos adquiridos para generar tecnología y ciencia.

1.2 Ciencia e investigación en el Ecuador

La Secretaría de Educación Superior, tiene como misión "promover la articulación entre las instituciones de los sistema de educación superior y el de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales y los actores del sector productivo a nivel nacional e internacional, con el objetivo de desarrollar programas y proyectos de investigación y actividades científicas en áreas estratégicas que contribuyan al desarrollo del país, asumiendo el desafío de avanzar hacia una sociedad basada en el conocimiento", (SENESCYT, 2014), misión aplicable en la apuesta por la ciencia e investigación como motor del desarrollo social y cultural en el cambio de la matriz productiva.

SENESCYT, generó un proyecto denominado Prometeo, uno de los principales proyectos del Gobierno ecuatoriano, “cuyo objetivo es fortalecer las capacidades de docencia e investigación de las instituciones públicas y cofinanciadas ecuatorianas, a través de la vinculación de expertos de alto nivel académico, ecuatorianos y extranjeros, residentes en el exterior” (Cornejo, 2013), para que de esta manera se genere una mejor producción en el país y un adecuado fortalecimiento de los institutos técnicos, por tal motivo se debe contar con talento humano de primer nivel, desarrollados en universidades con ciencia, docencia e investigación.

El proyecto Prometeo tuvo resultados positivos, ya que se vinculó en las universidades del país a investigadores, académicos y expertos del más alto nivel, especializados en diferentes áreas del conocimiento, para el desenvolvimiento de proyectos de investigación y docencia, que fomentan los objetivos trazados en el Plan Nacional del Buen Vivir, rasgos que permiten cada vez más la aplicación de tecnología e investigación en las empresas tanto públicas como privadas.

1.2.1 Matriz productiva

Según definición de la SENPLADES, se menciona que es la “forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. A ese conjunto, que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos, se denomina matriz productiva.” (SENPLADES, 2012, pág. 7).

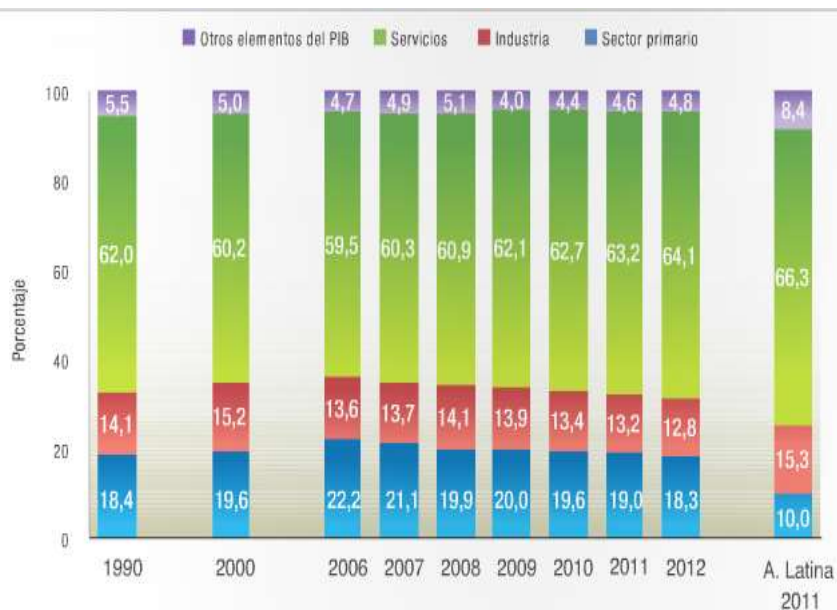
El Vicepresidente de la República, constantemente recalca la importancia del cambio de la matriz productiva, porque es necesario multiplicar el ingreso de divisas; es decir, “fabricar aquí aquello que hoy traemos de afuera”, para de esta manera exportar más y de mejorar calidad con producción nacional, insistiendo en reformar el sistema educativo, ya que, “la revolución no puede llevarse a cabo sin excelencia en la preparación de nuestros niños, niñas, y jóvenes” (Glas, 2014), frase que compromete a todos los ecuatorianos dedicados a estudiar, para desarrollar la capacidad de investigación científica de una manera integral, ética y profesional, para que de esta manera la producción, consumo y distribución de los bienes y servicios, lleguen

equitativamente a todos los sectores populares y se genere un mejor nivel de vida y buen vivir para los ecuatorianos, es por esto que es indispensable aplicar la matriz productiva para cambiar las viejas y caducas estructuras de producción y explotación.

1.2.2 Impulsar la transformación de la matriz productiva, según el Plan Nacional del Buen Vivir

El Buen Vivir consolida el cambio de la matriz productiva, ya que, permite la creación de industrias tecnológicas, mismas que generarán empleo, ciencia, tecnología y conocimiento, además de priorizar y ordenar la inversión pública, pensando en los territorios y en miras de la erradicación de la pobreza, reflejado así en su objetivo N°10, “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017), es decir, se busca una economía basada en el conocimiento que ayude a transformar la estructura de la producción, por tal razón, para potenciar la industria nacional se requiere fortalecer el sector productivo, la inversión pública, privada y compras públicas; para de esta manera sustituir las importaciones, cabe así mencionar la composición del PIB por sector, mismo que cuenta con una participación del 15% en el sector industrial, predominando así el sector de los servicios, mostrando de esta manera que se puede dar mayor valor a la generación económica a través de la implementación de servicios como universidades, es por esta razón, que la generación del Proyecto Emblemático del Gobierno: Ciudad del Conocimiento Yachay, es un reto de nuevas industrias, sectores con alta productividad, competitividad, sostenible y sustentable, con una gran visión territorial, por lo cual es indispensable implementar una adecuada difusión y posicionamiento a través de la creación de sitios web que contengan un alto grado de usabilidad, diseño e interactividad y que obedezca a un modelo digital integrado, para generar mayor conocimiento del adquirido hasta el momento sobre la Ciudad del Conocimiento.

Gráfico 1.4 Composición del PIB por sector (1990; 2000; 2006-2012)



Fuente: BCE, (2012)

Elaboración: SENPLADES

El Secretario Nacional de Desarrollo indicó que el “Plan apunta también a la excelencia de la educación y la formación del talento humano, necesario para hacer de este cambio de la matriz productiva y de esta lucha contra la pobreza amigable y responsablemente”, (Muñoz, 2013), frase que apunta directamente al proyecto de la Ciudad del Conocimiento Yachay, siendo el mismo un instrumento o herramienta flexible, viva y dinámica de evaluación de la gestión pública, por lo tanto, un proyecto de esta importancia requiere que las instituciones del Estado coordinen y concentren todos sus esfuerzos en el mismo objetivo común.

Según la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, los ejes de la transformación de la matriz productiva para alcanzar el Buen Vivir son:

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.

2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología, servicios ambientales y energías renovables.
3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya se producen actualmente y que serían capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología y metalmecánica.
4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos, particularmente de la economía popular y solidaria, o que incluyan mayor valor agregado, (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017).

Objetivos del gobierno de la Revolución Ciudadana para dar pasos hacia un nuevo orden económico, social y equitativo, impulsando decididamente la transformación del patrón productivo de la economía, retos que permiten visualizar poco a poco las mejoras en la educación, tecnología, infraestructura, desarrollo científico, energía, entre otros; que generan un cimiento estable para que se pueda construir adecuadamente la Ciudad del Conocimiento Yachay, a pesar de que el cumplimiento final de este proyecto sea un desafío histórico, ya que sus resultados demandan esfuerzos coordinados y planificados de largo plazo de las y los ecuatorianos, para que de esta manera, “la transformación de la matriz productiva convierta al país en generador y exportador de mayor valor agregado a través del aprovechamiento del conocimiento y el talento humano, con inclusión de nuevos actores sobre la base de una adecuada redistribución y equidad, asegurando de esta manera el Buen Vivir” (SENPLADES, 2012, pág. 25).

1.2.3 Actividad Económica en el Ecuador

“La economía no es avaricia, antes bien, es virtud el guardar para los tiempos calamitosos”, inicio de una frase dicha por el filósofo Juan Montalvo, frase que cabe mencionar para el presente tema, ya que, engloba los vaivenes que ha tenido la economía ecuatoriana en el tiempo, es decir, el comportamiento económico ha variado en el país por la gestión de cada presidente, pero hoy en día se vive una actividad económica distinta, que ha generado numerables beneficios para la ciudadanía.

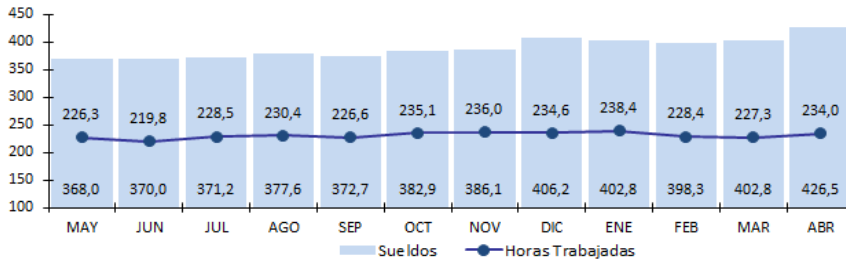
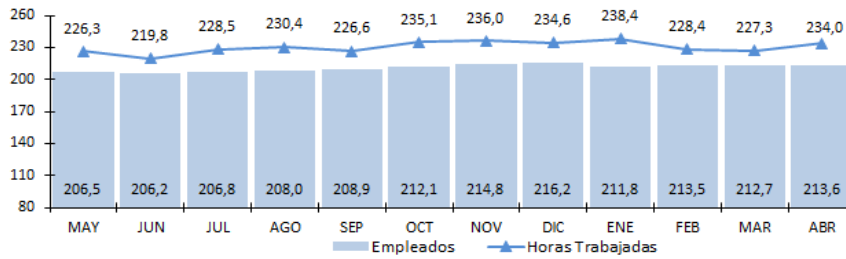
Se conoce también, que el turismo es la tercera actividad económica del Ecuador, luego del petróleo y el banano, es decir, “por cada dólar que se genera en la economía

nacional, 10 centavos corresponden al turismo, por otro lado un incremento de un dólar en la demanda turística, genera el incremento de la producción PIB” (Carrión, 2007), por lo tanto se genera un efecto multiplicador, generando un turismo responsable que puede ayudar a crear conciencia y apoyo para la conservación y la cultura local, además de llevar consigo oportunidades económicas al país y a las comunidades, y esta es una de las actividades que esta también potenciando Yachay, para que de esta manera los ciudadanos puedan visitar y conocer la Ciudad del Conocimiento y de paso la majestuosidad que se encuentra a su alrededor.

La “Ciudad del Conocimiento está siendo construida para mejorar la producción, mediante la tecnificación de los procesos y la inserción de la investigación científica en este campo, a través de nuevas inversiones, que consisten en ser un destino aduanero en una delimitación territorial con régimen especial de administración y un esquema de privilegios e incentivos tributarios para fortalecer el desarrollo productivo y económico” (Yachay E.P., 2014), es decir, la Ciudad del Conocimiento Yachay sustituirá las importaciones del Ecuador, ya que, permitirá ser una economía basada en recursos infinitos llamados hoy en día CONOCIMIENTO.

Cabe mencionar que es importante tomar en cuenta el proceso positivo que se ha generado en cada provincia y ciudad del Ecuador, en relación a la economía, es decir, considerando los diversos índices producidos durante el año 2013-2014 con respecto a la remuneración y empleo existente, se debe notar que este estudio aborda el tema de alineación a los cambios de la matriz productiva emprendida por la Ciudad del Conocimiento Yachay, lo cual indaga en los empleos generados para jornaleros, conductores, albañiles y maestros mayores de las comunidades que se encuentran dentro del polígono de intervención, por lo tanto, se han “generado alrededor de 1.070 nuevas fuentes de trabajo de manera directa e indirecta en la construcción y adecuación del campus universitario” (Yachay E.P, 2013).

Gráfico 1.5 Remuneración y horas de trabajo



Fuente: INEC, información de remuneración y horas trabajadas de marzo (2013-abril 2014).

Elaboración: INEC

Aunque los porcentajes e índices de la clasificación de la remuneración y trabajo, pueden ser útiles, más importante que su denominación es la calidad y los procesos que involucra cualquier actividad económica, para de esta manera suministrar ingresos considerables a la población local y alentar a las comunidades a dar más valor a la vida comunitaria, a través del desarrollo y talento humano.

Uno de los objetivos mencionados en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, es el de consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible, es decir, promover el desarrollo equitativo y sustentable de la riqueza y de los recursos para acceder al mismo, lo cual refleja que el “régimen económico no tiene primacía en sí mismo, por el contrario, se subordina y sirve a la vida de los seres humanos y de la naturaleza” (SENPLADES, Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2014), por tal razón, gracias a varias actividades adecuadamente guiadas por el Econ. Rafael Correa han impulsado que Ecuador de pasos hacia una arquitectura financiera integral, y eso es lo que se busca en Yachay, una interacción social, equilibrando el empleo en actividades de servicios de alimentación, transporte, venta de materiales de construcción, hospedaje, entre otros, por estos motivos, se ha empezado a reducir poco a poco la pobreza y la desigualdad económica-social, temas reflejados hoy en día en su página web y en las redes sociales ligadas al proyecto.

1.2.4 Ciudad del Conocimiento

Según la página web de Yachay, se dice que es una ciudad planificada para la innovación tecnológica y negocios intensivos en conocimiento, donde se combinan las mejores ideas, talento humano e infraestructura de punta, que generan las aplicaciones científicas de nivel mundial necesarias para alcanzar el buen vivir.

Es parte del cambio de la matriz productiva, porque promueve la generación de conocimiento, tecnología y el uso sostenible de recursos naturales, para de esta manera promover un desarrollo equitativo en conocimiento, que genere ideas y resultados diferentes en términos de exportación y tecnología, por lo tanto, Yachay no solo cuenta cada día con un campus asombroso, sino que también es un conjunto de empresas del sector terciario ligadas a cadenas globales de producción; al igual que centros de investigación que posibilitan el intercambio de experiencias con universidades del extranjero.

Dentro de la ciudad se implementó y vinculó la Primera Universidad de Investigación de Tecnología Experimental, con los institutos públicos y privados de investigación, los centros de transferencia tecnológica, las empresas de alta tecnología, la comunidad agrícola y agro industrial del Ecuador, configurando de esta manera el primer HUB del conocimiento de América Latina, es decir, Yachay está guiada por el cambio de la matriz productiva, porque se orienta a desarrollar capacidades sociales para incrementar la base tecnológica nacional, fortalecer la economía social del conocimiento y promover el desarrollo de la ciencia.

El Consejo de Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación (CEAACES), considera que la creación de esta universidad fue un paso gigante en la formación de estudiantes, además de cumplir un rol de vanguardia para activar la matriz productiva, en otras palabras, “Yachay no puede ser concebido como un proyecto instrumental, sino como un instituto que posibilite nuevas dimensiones del concepto de desarrollo” (Figueroa, 2013).

1.2.4.1 Economía del conocimiento

“Nos estamos enfocando en el mayor y más importante proyecto en la historia del Ecuador. El futuro cambiará dependiendo del talento humano y las tecnologías científicas. YACHAY será una de las ciudades más representativas del mundo” (Correa, 2012).

Ecuador cada vez más está potenciando la Investigación y Desarrollo (I+D), basado en el conocimiento, para de esta manera generar una economía estable en la experimentación y desarrollo de tecnologías de última generación, es decir, transmitir, difundir y aplicar el conocimiento.

Según el Movimiento ALIANZA PAIS, “el conocimiento más que un medio para saber, es un instrumento para la libertad individual, para la emancipación social y para vivir y convivir bien; es decir para encontrar la libertad, satisfacer necesidades, garantizar derechos, cambiar el patrón de acumulación y redistribución, vivir en armonía y convivir en una democracia democratizada y de calidad” (Programa del Gobierno, 2012, pág. 99), es decir, la economía del conocimiento se fomenta con una adecuada educación, comprendida desde la educación inicial, básica, bachillerato y superior, para de esta manera vincular la investigación en las necesidades reales de la población, enfocándose en un futuro de desarrollo e innovación social, estos detalles observados a simple vista como pequeños, son el reflejo de un arduo trabajo gubernamental, ya que, desde hace mucho tiempo se ha venido luchando con el analfabetismo, mejora de las capacidades científicas, y una educación de calidad, por esta razón, Yachay es uno de los motores de crecimiento para el Ecuador.

El Buen Vivir, menciona en su objetivo N°4 que se necesita “fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017), es decir, Ecuador requiere profesionales con conocimiento, los cuales puedan ser aplicados en su país y de esta manera fortalecer la economía, para un mejor futuro social reflejo en las nuevas aplicaciones TIC's.

1.2.4.2 Educación superior

“El Ecuador irá hacia donde su Universidad vaya” (Oswaldo Hurtado Larrea)

El Sistema Nacional de Educación Superior está conformado por universidades y escuelas politécnicas, creadas por ley; y, por los institutos superiores técnicos y tecnológicos, creados por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP), por tal razón, la misión de la educación superior es el desarrollo de una cultura universal en ciencia y tecnología, a través de docentes capacitados y la vinculación de una adecuada ley educativa que permita la igualdad de derechos.

Según el Presidente del Consejo Nacional de Universidades, “el desafío de la competitividad es inexcusable en un mundo internacionalizado: sin competitividad estamos condenados al atraso y al subdesarrollo. Competitividad implica conocimiento, tecnología, manejo de información, destrezas, significa elevar la calidad de nuestros sistemas educativos, ponerlos al nivel de sus similares internacionales, flexibilizar los sistemas de reconocimiento, armonización de estudios y movilización de profesionales, docentes y estudiantes” (Baquero, 2004) frase que cada vez se está garantizando en el Ecuador para la vida estudiantil, es decir, la misión que hoy en día se debe tomar en cuenta, es que no solo se debe aprender sino también emprender, reto que el gobierno ecuatoriano quiere reforzar y paralelizar con la educación, porque no se educa para la vida, sino que se educa durante toda la vida.

La Ley Orgánica de Educación Superior en su Art. 13, de las Funciones del Sistema de Educación Superior, menciona que se debe “garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia” (Lima, 2013, pág. 11), motivo por el cual, la Ciudad del Conocimiento Yachay pretende reflejar el liderazgo hacia una nueva educación, con innovación, equidad y competitividad, para alcanzar logros y resultados educativos después de un período de tiempo, es decir, el principal reto es generar profesionales competitivos con conocimiento para enfrentar el acelerado cambio del mundo tecnológico y económico.

En fin la educación superior del Ecuador pretende armonizar y facilitar la misma a la población, para que de esta manera accedan tanto a una educación de calidad de manera interna o en el extranjero mediante becas de gran capacidad para un adecuado Buen Vivir.

1.2.5 Institutos de investigación

Yachay, cuenta con una planificación de espacio donde se implementó la Primera Universidad de Investigación de Tecnología Experimental, también se vincularán los institutos privados y públicos de investigación, centros de transferencia tecnológica, y varias empresas de tecnología, comunidad agrícola y agro industrial, obedeciendo a estándares internacionales para integrar la actividad científica, académica y económica para el Ecuador, estructuradas en la economía del conocimiento.

Eloy Alfaro Delgado ya lo mencionó hace más de cien años: “Si buscamos la causa del prodigioso incremento de las industrias en la Gran República, hallaremos que no es otra que el sistema proteccionista, a cuyo amparo se vigoriza y multiplica la actividad industrial, y llegan a realizarse los más hermosos anhelos del patriotismo, en orden a la riqueza de las naciones. Hasta en los pueblos europeos que se hallan en pleno desarrollo, en que las industrias están perfeccionadas, como en Francia, por ejemplo, observamos todavía un prudente proteccionismo; sistema económico del que no es posible apartarse por completo, en ningún caso, sin perjudicar en algo los intereses industriales del país” (Paz y Miño, Juan José, 2012)

Hoy en día, no se cuenta con varios institutos que promuevan la investigación, Yachay, al ser una de las principales ciudades del conocimiento que promueve este tema, se debería recalcar de una manera más llamativa en su web, o difundir más a fondo este tema, para posicionar a Yachay como una Ciudad del Conocimiento, en la cual se genera ciencia e investigación, ya sea científica o tecnológica.

1.2.5.1 Parques tecnológicos

Al hablar del Proyecto Yachay como la Ciudad del Conocimiento, es importante destacar que en la misma se presentan condiciones favorables como el ambiente, las conexiones viales y potencialidad de las localidades o comunidades, para ser dividida en tres tipologías; tecnológica, industrial y logística, tres aspectos que mantienen formales relaciones como centros o parques tecnológicos, ya que estarán diseñadas para alentar el crecimiento de trasferencias o tipos de emprendimientos para el desarrollo tecnológico, innovación electrónica y mejoramiento ambiental y de esta manera impulsar los centros de investigación entre las empresas que están formando parte de este proyecto a través de alianzas estratégicas.

“Hasta la fecha se cuenta con cien cartas de intención de empresas privadas para establecerse en la misma, las cuales se distribuyen en tres grupos: Start up; nuevos emprendimientos, proyectos de I+D+i de empresas nacionales y centros de I+D empresas internacionales” (Yachay E.P, 2013), por esta razón el parque tecnológico de Yachay contará con una vasta gama de operaciones y organismos para transferencia tecnológica, fomentación de innovación entre las organizaciones y empresas usuarias del parque.

1.2.5.2 Ciudad planificada

Una ciudad planificada es una ciudad que surge de lineamientos previamente establecidos, como resultado de una preparación para un propósito específico, es decir se construye en un terreno planificado, auto sostenible y territorialmente delimitado, y así fue como se empezó a crear Yachay.

La Ciudad del Conocimiento al contar con un Plan Maestro elaborado por la firma Coreana IFEZ (Incheon Free Economic Zone), reflejó dichos lineamientos para su construcción, para de esta manera brindar comodidad al ser humano, en armonía con la naturaleza y con espacios adecuados para la generación de conocimiento, en una “ciudad” compacta, verde, caminable, ubicua, integradora, humana y resiliente.

Para ser una ciudad planificada se debe contar con productos que se alineen a la misma como:

- **Plan Metropolitano de Desarrollo.-** Este producto conceptualiza a la ciudad planificada “Yachay” y la define en cuatro zonas, estableciendo el uso de las metodologías de desarrollo urbanístico con el propósito de minimizar las intervenciones en el medio ambiente.
- **Plan de Movilidad Metropolitana.-** Se prioriza los ejes de circulación peatonal y de bicicletas para estructurar una Ciudad Metropolitana, basada en una red de movilidad segura que puede ser compartida con espacios delimitados para la circulación vehicular.
- **Desarrollo e Instrumentalización de la Planificación Urbana.-** Se determinan las etapas de desarrollo de la ciudad y su implementación.

1.2.5.3 Ciudad autosostenible

En la actualidad escuchamos constantemente el término autosostenible, mismo que deja de ser una moda a ser una alternativa de vida en equilibrio entre la sociedad y el medio ambiente, es decir, dicha palabra refleja la capacidad de mantener algo por medios propios y dependiendo lo menos posible de medios externos, para que lo sustentado sea muy resistente, para de esta manera satisfacer las necesidades básicas cuidando de la naturaleza y el ser humano.

En general una ciudad autosostenible se genera en la misma lo que se requiere, por propios medios y a un ritmo propio, utilizando sus propios talentos y recursos, para de esta manera beneficiar a todos los que participan, pensando o siendo un espejo multiplicador, re-utilizador, reciclador y compartidor.

La Ciudad del Conocimiento Yachay es autosostenible y congruente con todas las normas y reglas del Buen Vivir, ya que cuenta con talento humano, infraestructura de soporte, tecnología de punta, servicios públicos y privados, e instrumentos financieros, que facilitan la investigación básica y aplicada, el desarrollo experimental, la transferencia y manufactura tecnológica, y la innovación.

1.2.6 Modelo digital integrado

El modelo digital integrado engloba una serie de canales digitales que se alinean a una óptica general o a la estrategia de comunicación afín, donde uno de los canales sea el eje central, utilizando los otros canales como redes sociales, para crear activaciones con los usuarios creando flujo en las comunidades y direccionamiento de tráfico al portal o eje central.

“En la actualidad las empresas no ven únicamente el desarrollo web como un mero escaparate o medio publicitario de enorme difusión, la utilización de tecnologías web permite agilizar los procesos, mejorar la productividad y aumentar la eficiencia” (Gómez, 2011, pág. 21), es decir, la web abre enormes posibilidades en el mercado global y hoy en día es lo que se refleja cada vez más, por ejemplo se ha disminuido la prensa escrita y se utiliza diariamente el internet para acceder a la misma, ejemplo reflejado en el Diario Hoy y en el New York Times.

La web se define como “un amplio sistema multimedia de acceso a información heterogénea distribuida por toda la red en forma de documentos hipertextuales” (Cobo, 2005, pág. 4), mediante el cual se puede mantener una idea global de internet para de esta manera plantear estrategias claras y precisas que sean reflejadas en un social y online media, es decir, aplicar estrategias de marketing como el SEO/SEM, social media marketing de contenidos y CM, en palabras más sencillas la web es un medio digital tan masivo en el cual se puede transmitir ideas y estrategias tan innovadoras que posibilitan la afiliación de los usuarios, un gran impacto, generar ventas en porcentajes adecuados y fidelizar a cada uno de los clientes a través de las páginas web, plataformas móviles, buscadores y redes sociales.

Gráfico 1.6 Tendencias globales: Penetración Internet



Fuente: Ministerio de Telecomunicaciones 2013 y de cada Red

Elaboración: Dream Quest

Se puede mencionar también los sistemas de Gestores de Contenidos (CMS) principales o más utilizados como:

- **Joomla;** “consta de una serie de ficheros dentro del CMS que controlan la presentación del contenido, realiza todo el trabajo de colocar el contenido en las páginas” (Gil, 2011, pág. 168).
- **Wordpress:** es un software para crear blogs, es decir, no se trata de una plataforma para crear blogs, sino un potente sistema que permite administrar gestores de contenidos (CMS), sistemas de plantillas, manejo de enlaces y optimización para buscadores.

- **Drupal:** “es un sistema de gestor de contenidos (CMS) y código fuente abierto distribuido bajo licencia GNU General Public” (Gil, El Gran Libro de Drupal 7, 2012, pág. 2), este sistema permite compartir noticias y acontecimientos, es decir, abarca gran cantidad de programas como el e-commerce, redes sociales, aplicaciones TIC's y multimedia, de esta manera se puede compartir o publicar contenidos, crear usuarios, menús, foros, sondeos, en pocas palabras se gestiona un sitio basado en la web.

Cabe mencionar el decreto No. 1014 dictado por el Presidente Constitucional de la Republica, Econ. Rafael Correa, para alcanzar la soberanía y autonomía tecnológica es indispensable los siguientes artículos:

Art 1.- Establecer como política pública para las Entidades de la Administración Pública Central la utilización de Software Libre en sus sistemas y equipamientos informáticos.

Art 2.- se entiende por Software Libre, a los programas de computación que se pueden utilizar y distribuir sin restricción alguna, que permitan su acceso a los códigos fuentes y que sus aplicaciones puedan ser mejoradas.

Dos de los principales artículos del mencionado decreto, los cuales reflejan que las instituciones públicas tienen libertad a mejorar sus sitios web alineados a la imagen corporativa, para de esta manera atraer más fácilmente al público objetivo y poder alcanzar un costo-beneficio razonable, ya que, “a primera vista lo que antes percibe el usuario es el diseño gráfico, el aspecto que causa mayor impacto en su experiencia será la organización de la web” (Lynch & Horton, 2000, pág. 23), es decir, es muy importante el adecuado diseño del sitio web y un modelo digital integrado para generar un aspecto y diseño interactivo para el usuario, mediante un sencillo clic en los diferentes vínculos de información estructurados en la página, por tal razón, “si la estructura es un desastre, no habrá diseño que la repare” (Nielsen, 2000, pág. 198), en otras palabras la estructuración y la accesibilidad de una web son la columna vertebral del diseño y desarrollo de la misma, en donde cada vertebra es una pauta o norma para el diseño del sitio web.

Se debe tomar en cuenta, que los diseñadores desarrollan los sitios web de acuerdo a su experiencia como usuarios, ya que reflejan su experiencia y aprendizaje de un sencillo papel a la web, es decir, generan un conjunto de sugerencias, consejos o propuestas sobre algún aspecto puntual del diseño web, tales como optimizar el peso de las imágenes, incluir palabras claves en las páginas para facilitar su detección por parte de los motores de búsqueda, elaborar una home page atractiva o desarrollar un código en lenguaje Java para agregar una función específica en la página, es decir, se diseña la web responsablemente.

Un tema muy importante que cabe mencionar es la evolución del marketing a lo largo de la historia, evolucionando desde el marketing 1.0, 2.0 al tan mencionado hoy en día, marketing 3.0, en el cual “las empresas deben dirigirse a los consumidores como seres humanos integrales y completos, los cuales constan de 4 elementos básicos, un cuerpo físico, una mente capaz de razonar y analizar de manera independiente, un corazón que siente las emociones y el centro fisiológico” (Kotler, 2010, pág. 10), es decir, el marketing 3.0 se aplica a través de los valores, para de esta manera proporcionar una red de marketing colaborador de contenidos, cultural y espiritual. Además proporciona medios sociales de expresión que influyen en la creación de un servicio o producto por las opiniones y experiencia de los consumidores, esto genera bajos costos y libertad de sesgos, por otro lado, también se generan medios sociales de colaboración, ideas de los consumidores aplicables en las empresas, estos medios se generan simplemente por canales digitales.

1.2.7 Lenguaje de programación

- **HTML5:** es un “nuevo concepto para la web y aplicaciones en una era que combina dispositivos móviles, computación en la nube y trabajos en red” (Gauchat, 2012, pág. 2), es decir, permite integrar los estándares de cada aspecto de la web teniendo un propósito para cada una de las tecnologías de la información y comunicación, en otras palabras gracias a HTML5 han desaparecido las barreras entre sitios web y aplicaciones haciendo que el internet sea una plataforma líder en desarrollo, por esta razón, la construcción de sitios java son fácilmente insertadas en el HTML5, la misma que hace que sea una perfecta combinación para el diseño de la web.

En este momento no todos los ordenadores soportan HTML5 y la mayoría de sus funciones se encuentran en estado de desarrollo. Las últimas versiones de Google Chrome ya implementan muchas de las aplicaciones de HTML5 y además es una buena plataforma para pruebas, por otro lado Firefox es uno de los mejores navegadores para desarrolladores, mismo que provee total soporte para el HTML5.

En conclusión el HTML5 proporciona estilo, estructura y funcionalidad, tomando en cuenta lo ya mencionado anteriormente, todo tipo de programa o aplicación debe basarse en una estructura bien definida y con claros fundamentos para hacer de la web un total éxito.

- **Javascript:** hoy en día llamado ECMAScript donde sus siglas significan Asociación Europea de Fabricantes de Ordenadores, se utiliza principalmente en su forma del lado del cliente, implementado como parte de un navegador web permitiendo mejoras en la interfaz de usuario y páginas web dinámicas, es decir, es un lenguaje de programación dinámico, “establece una comunicación con los objetos del navegador” (Aumeile, 2000, pág. 19), por esta razón, las imágenes realizadas con Javascript que pasan por encima de los menús o páginas emergentes de la web responden inmediatamente a las acciones de los usuarios, de este modo se refleja la rapidez de este lenguaje de programación, dicho también por Juan Diego Gauchat (2012), “Javasript es la mejor manera de mejorar la experiencia de los usuarios y proveer funcionalidad para la web” (p.3)

1.2.8 Multimedia

- **Video:** Internet es por el momento el último eslabón de una larga serie de tecnologías de la información y de la comunicación (TIC's), a través del cual la tecnología tiene la capacidad interactiva de comunicar por la combinación de textos, gráficos, audio, iconos, imágenes, entre otros, por esta razón, el video “es una sucesión de imágenes mostradas una detrás de otra y que producen en el ojo del ser humano una sensación de movimiento” (Pastori, 2013).

Cabe señalar el conocido cono de experiencias de Edgar Dale, el cual fue creado para explicar las relaciones existentes entre los individuos y los medios audiovisuales, al hablar de los porcentajes tomados en cuenta en dicho cono, se

puede notar que los porcentajes se los divide en un 10% lo leído, 20% lo que se oye, 30% de lo que se ve, 50% lo que se oye y se ve, el 70% de lo que se dice y el 90% de lo que se dice y se hace, por esta razón el video juega un papel muy importante, ya que si reflexionamos uno de los mayores porcentajes está dirigido a lo que se oye y se ve, una dupla para formar una actividad visual y generar un comportamiento de aprendizaje en el usuario al aplicar las tecnologías de la información y comunicación, para de esta manera hacer y aprender de las mismas.

- **Flash:** se utiliza en gran medida para animaciones con música y efectos, es decir, es un programa de animación multimedia, misma que ocupa poco ancho de banda para mostrarse ante los sitios web a través de un plug-in.

1.2.9 SEO/SEM

Al mencionar la palabra difusión, se puede pensar en las adecuadas estrategias de marketing para que un diseño web no pase desapercibido, es decir, si no existen adecuados esfuerzos para desarrollar una comunicación online o por la web, seleccionando correctamente tanto el contenido como el beneficio de la misma, de nada sirve un marketing en buscadores, por esta razón, es necesario conocer y entender el significado de SEO/SEM, para integrar adecuadamente estas acciones:

“SEM: (Search Engine Marketing- Marketing en Buscadores), se ocupa de todas aquellas acciones encaminadas a garantizar la presencia de una empresa u organización en los motores de búsqueda.

SEO: (Search Engine Optimization- Optimización para Motores de Búsqueda), engloba todas aquellas técnicas que se utilizan para mejorar la posición de la empresa en el ranking de los buscadores”. (Gálvez, 2010, pág. 195)

1.3 Marco conceptual

- **Yachay:** palabra que en kichwa significa conocimiento, ciudad planificada para la innovación tecnológica y negocios intensivos en conocimiento.
- **Reconversión productiva:** mejora constante de la productividad y competitividad sistémica.

- **HUB:** dispositivo que permite centralizar el cableado de una red y poder ampliarla, esto significa que dicho dispositivo recibe una señal y repite esta señal emitiéndola por sus diferentes puertos.
- **TIC's:** Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC's, conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos, óptica o electromagnética.
- **Sitios Web:** colección de páginas de internet relacionadas y comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet (WWW), es decir, es un documento HTML/XHTML que es accesible generalmente mediante el protocolo HTTP de Internet.
- **Plataforma virtual:** se refieren a la tecnología utilizada para la creación y desarrollo de cursos o módulos didácticos en la Web, que se usan de manera más amplia en la Web 2.0 mejora de la comunicación y aprendizaje.
- **Valor agregado:** en términos de marketing, es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor.
- **Buen Vivir:** es una apuesta de cambio que se construye continuamente desde reivindicaciones por reforzar la necesidad de una visión más amplia, la cual supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo, que permita la aplicación de un nuevo modelo económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación, es decir, que incorpore a los procesos de acumulación y redistribución, así como a aquellas formas de producción y reproducción que se fundamentan en principios diferentes a dicha lógica de mercado.
- **Emancipación social:** toda aquella acción que permite a una persona o a un grupo de personas acceder a un estado de autonomía.
- **Parques tecnológicos:** son modelos para capitalizar el conocimiento en desarrollo regional y nacional, son instrumentos eficaces en la transferencia de tecnología, creación y atracción de empresas con alto valor agregado.
- **Ciudad del conocimiento:** son ciudades cuya economía se basa en el conocimiento y proveen un ambiente favorable para su creación y difusión.
- **Recipiente:** ciudad innovadora que perdura en el tiempo, adaptable al cambio tecnológico, económico, cultural y social.
- **Ubicua:** tecnología de punta aplicada en diferentes dispositivos para generar y garantizar diversos servicios como; agua potable, electricidad, movilidad, conectividad entre otros.

- **Gestores de contenidos:** permite crear una estructura de soporte para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás usuarios.
- **Responsive Design:** corresponde a una tendencia de creación de páginas web que pueden ser visualizadas perfectamente en todo tipo de dispositivos, desde ordenadores de escritorio hasta smartphones o tablets. Con este tipo de diseño no se necesita tener una versión para cada dispositivo, una sola web se adapta a todos ellos.
- **CSS:** hojas de estilo en cascada (Cascading Style Sheets), es un mecanismo simple que describe cómo se va a mostrar un documento en la pantalla, o cómo se va a imprimir, o incluso cómo va a ser pronunciada la información presente en ese documento a través de un dispositivo de lectura, ofrece a los desarrolladores el control total sobre estilo y formato de sus documentos.
- **Pantone:** código para identificar los colores a fin de facilitar la comunicación e impedir que se cometan errores.
- **Scroll:** desplazamiento, movimiento en 2D de los contenidos que conforman el escenario de una ventana que se muestra en una aplicación informática.
- **Parallax Scrolling:** es una técnica de animación utilizada en diversos medios, consigue crear un efecto de profundidad mediante la superposición de varias capas.
- **CMS:** Content Management System, es un programa que permite crear una estructura de soporte para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás usuarios.
- **Community management:** es el arte de gestión eficiente de la comunicación online con clientes actuales o potenciales de una marca o empresa a través de las diferentes herramientas sociales.
- **Animación Rollover:** hace referencia a un anuncio expandible, el cual al paso del cursor sobre el mismo se activa el contenido del anuncio encima del sitio.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.1 Metodología de investigación

2.1.1 Tipo de investigación

La investigación es inicialmente de tipo exploratorio, ya que el tema no ha sido tratado a profundidad y sirve para sentar bases para el estudio descriptivo, puesto que se pretende valorar, cuantificar y conocer cómo se presentan algunas variables relacionadas con el diseño de un sitio web y modelo digital integrado como soporte de información y difusión alineándose a los cambios de la matriz productiva de la Ciudad del Conocimiento Yachay, para concluir con un detalle de temas o saberes que benefician al enfoque puntual por cada grupo objetivo dentro del proyecto a diseñar.

La metodología dentro del proceso se basa en un enfoque analítico, en el cual se genera una búsqueda de elementos como son los grupos objetivos, temas de interés, temas conceptuales característicos de un determinado grupo social, avances del proyecto, visiones puntuales del proyecto, dentro de los que caben los hablados o escritos. Los análisis que generen la búsqueda de los elementos se configuran a través de un sistema de interrelación integrada instalada en dicho grupo.

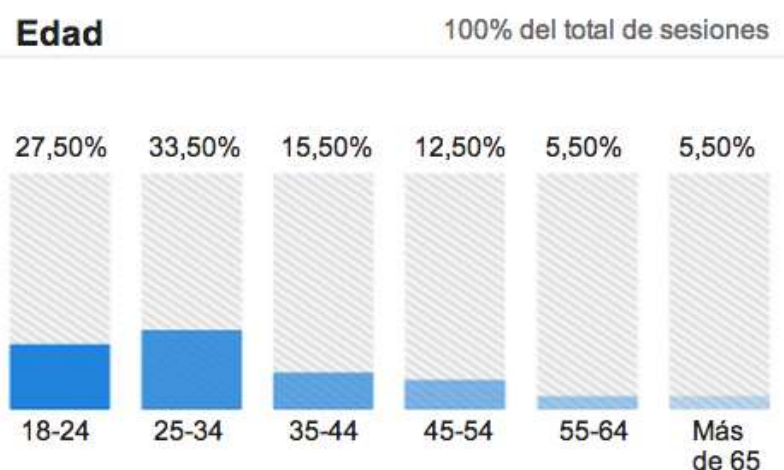
Las variables que permitan despejar la idea a defender son las siguientes:

1. Sitio web actual, análisis necesario que permitirá saber la calidad de información que genera la web actual.
2. Medio de información del proyecto, establece el medio de difusión de llegada al proyecto.
3. Flujo del sitio web, brinda un panorama de activación que tiene la comunidad.
4. Información y difusión, este dato permitirá conocer el posicionamiento de Yachay en el medio.
5. Índice de interés, nos proporcionará el dato de atracción para con la audiencia.
6. Herramientas Web, dato necesario para conocer con que herramienta tiene afinidad la audiencia y que herramienta se desea incluir en el sitio.
7. Servicios, brinda información sobre qué servicios espera encontrar los grupos objetivos al entrar al sitio web.
8. Canales digitales, se conocerá el interés de la audiencia por los otros canales de Yachay.

2.1.2 Población a investigar

Para determinar la población se ha tomado primero como información del INEC, las tendencias globales, lo cual indica que el 67% de la población pertenece a la Generación Y, aquellos nativos digitales, es decir, son más tecnológicos, ya que han crecido completamente online, mismos que pasan mayor tiempo interactuando con personas o empresas de manera online y encuentran lo que necesitan con un clic, es decir, de acuerdo al porcentaje de tráfico de la página actual de Yachay filtrado por edades, muestra que más del 60% pertenece a la generación mencionada, por lo tanto se justifica la investigación a este tipo de población.

Gráfico 2.1 Porcentaje de tráfico por edades en la página web de Yachay



Fuente: Google Analytics, Estadísticas Yachay E.P

Elaborador por: Google Analytics

Por otro lado se va a tomar en cuenta a los inversionistas y académicos/investigadores de la Empresa Pública Yachay y de la Ciudad del Conocimiento Yachay, quienes son usuarios ocasionales de la página web, es decir, serán parte de la validación del producto final, ya que este tipo de usuarios se sienten intimidados por menús muy complejos, buscan que la página principal sea clara, y que le permitan visualizar un conjunto más claro de información. Los íconos y gráficos a utilizar deben ser susceptibles de ser retenidos con gran facilidad y su utilización debe ser intuitiva. Es importante colocar mapas jerárquicos con la información, un glosario de términos técnicos y una sección donde se responda a las preguntas más frecuentes formuladas por los usuarios.

2.1.3 Técnicas de recopilación de información

Una de las técnicas utilizadas para una investigación cualitativa es la sesión de grupo, por esta razón, se realizó dos sesiones grupales compuestas por inversionistas académicos/investigadores de la Empresa Pública Yachay y de la Ciudad del Conocimiento Yachay, una de las sesiones fue realizada en Urcuquí y la otra en la ciudad de Quito, mediante actividades grupales y preguntas guías se pudo determinar el conocimiento, preferencias, disposición, experiencias, sentimientos, motivos y pensamientos sobre el diseño web y el modelo digital integrado.

Además se recopiló información a través de la entrevista en profundidad, obteniendo datos relativos de las preferencias, opiniones, motivos, creencias y comportamiento de la población objetivo, para de esta manera llegar fácilmente a lo que se busca comunicar y lo que desea ver el grupo objetivo.

2.1.4 Instrumentos para recopilar la información

Para la investigación cualitativa se utilizó el siguiente cuestionario guía:

Focus group		
Tema (pregunta)	Actividad	Respuestas
Bienvenida y presentación.	Se presenta el moderador, se explica el desarrollo del <i>focus group</i> .	
¿Considera que el sitio web actual brinda información clara y agradable visualmente?	Determinar la importancia del sitio Web.	
¿Le interesaría conocer más del proyecto?	Determinar el canal correcto de difusión.	
¿Cree usted que el video promocional como presentación del proyecto, es la cara principal del sitio?	Determinar la efectividad de la estrategia.	
¿Le interesaría conocer las siguientes fases del sitio web?	Determinar el flujo del usuario.	
¿Considera que la gráfica del nuevo sitio web está acorde con el proyecto Yachay?	Determinar la línea gráfica.	
¿La imagen del nuevo sitio web brinda un aspecto de	Determinar las experiencias del usuario.	

innovación, tecnología y emprendimiento?		
¿Considera que la gráfica utilizada es apta para los otros canales digitales?	Determinar la integración de nuestro modelo digital	
¿Cree usted que con la información presentada conoce el panorama general del proyecto?	Determinar la información y difusión del sitio web y modelo digital integrado.	
¿Le interesaría seguirnos en otros canales de difusión digital?	Determinar el interés de nuestra audiencia.	
Cierre y agradecimiento.	Sacar conclusiones y finalizar agradeciendo por la participación.	

Para la entrevista en profundidad se utilizó el siguiente cuestionario:

Universidad Tecnológica Israel

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del conocimiento, preferencias y mejoras del diseño web y modelo digital integrado de la Ciudad del Conocimiento Yachay, para lo cual solicito su valiosa colaboración.

1. ¿Por qué medio conoció de la Ciudad del Conocimiento?

- 1.1 Radio
- 1.2 Impresos
- 1.3 Redes Sociales
- 1.4 Web
- 1.5 Tv

2. ¿Ha visitado la página web de la Ciudad del Conocimiento?

- 2.1 Sí
- 2.2 No

3. ¿Cree usted que la Ciudad del Conocimiento brinda la información detallada y actualizada en su página web?

- 3.1 Sí
- 3.2 No

4. ¿La página de la Ciudad del Conocimiento genera en usted interés en obtener mayor información?

- 4.1 Sí
- 4.2 No

5. ¿Qué tipo de herramientas le gustaría que se implementara o se mejorara en la página web?

- 5.1 Video
- 5.2 Audio
- 5.3 Animación
- 5.4 Redes Sociales
- 5.5 Otros especifique _____

6. **Cuando visita una página Web de una empresa que ofrece servicios, ¿qué información le interesa encontrar? (marcar todas las que le interesen)**
- 6.1 () Contacto con la empresa (teléfono, dirección electrónica, domicilio, ubicación geográfica)
- 6.2 () Fotos de los eventos que se han presentado
- 6.3 () Infografías animadas
- 6.4 () Noticias de nuevos servicios
- 6.5 () Agenda de eventos y capacitaciones
7. **El diseño de un sitio web se puede realizar de varias maneras, dependiendo del tipo de información y los objetivos del servicio. Por favor enumere la siguientes características de un diseño de acuerdo al orden de importancia que usted le adjudica**
- 7.1 () Sencillez y claridad para visualizar la información
- 7.2 () Alto impacto en la presentación de los contenidos
- 7.3 () Incorporación de elementos multimedia como animaciones, sonidos, gráficos, videos, etc.
- 7.4 () Rapidez en la descarga de la página.
- 7.5 () Accesibilidad desde computadoras viejas y con baja velocidad de conexión.

2.2 Informe de resultados

2.2.1 Investigación cuantitativa

Los resultados de las entrevistas a profundidad revelan los siguientes datos:

Tamaño de la muestra: 15 personas

Pregunta 1.- ¿Por qué medio conoció de la Ciudad del Conocimiento?

Tabla 2.1 Medio por los cuales conoció la Ciudad del Conocimiento

Variable	fa	fr%
Radio	0	0
Impresos	2	13
Redes Sociales	6	40
Web	2	13
Tv	5	34
Total	15	100

Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

El medio de información por el cual la mayoría de los entrevistados conoció sobre Yachay fue a través de las redes sociales con un 40%, seguido por la televisión con un 34%, a continuación aparece la web y los medios impresos con un 13%.

Pregunta 2.- ¿Ha visitado la página web de la Ciudad del Conocimiento?

Tabla 2.2 Visitas a la página web de la Ciudad del Conocimiento

Variable	fa	fr%
Si	5	33
No	10	67
Total	15	100

Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

El 33% de las personas entrevistadas manifiestan que han visitado la página web de la Ciudad del Conocimiento Yachay y el 67% responde lo contrario.

Pregunta 3.- ¿Cree usted que la Ciudad del Conocimiento brinda la información detallada y actualizada en su página web?

Tabla 2.3 Información detallada y actualizada de la página web de la Ciudad del Conocimiento.

Variable	fa	fr%
Si	4	27
No	11	73
Total	15	100

Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

El 27% de las personas entrevistadas manifiestan que la página web de la Ciudad del Conocimiento Yachay brinda información actualizada y el 73% responde lo contrario.

Pregunta 4. ¿La página de la Ciudad del Conocimiento genera en usted interés en obtener mayor información?

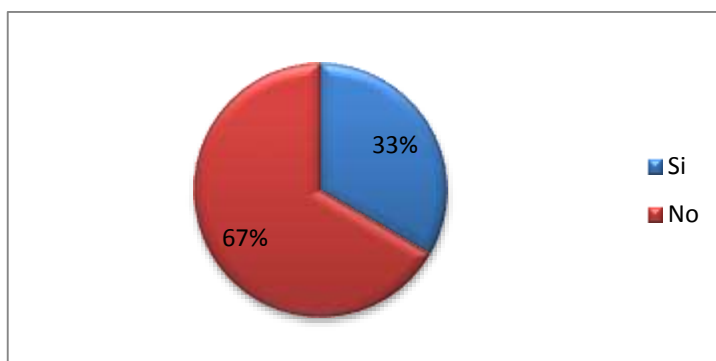
Tabla 2.4 Interés por obtener mayor información

Variable	fa	fr%
Si	5	33
No	10	67
Total	15	100

Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

Gráfico 2.2 Interés por obtener mayor información



Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

De los entrevistados que ha visitado la página web de Yachay, el 67% manifiesta que dicha página no genera interés por obtener información, mientras que el 33% manifiesta lo contrario.

Pregunta 5. ¿Qué tipo de herramientas le gustaría que se implementara o se mejorara en la página web?

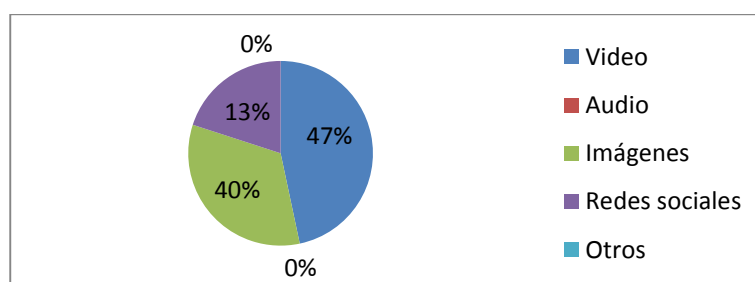
Tabla 2.5 Herramientas a implementar para mejorar la página web

Variable	fa	fr%
Video	7	47
Audio	0	0
Animación	6	40
Redes sociales	2	13
Otros	0	0
Total	15	100

Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

Gráfico 2.3 Información a encontrar



Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

El 47% de los entrevistados le gustaría que se mejoren los videos en la página web de la Ciudad del Conocimiento, un 40% la animación y el 13% las redes sociales de la misma. Cabe señalar que esta fue una pregunta de respuesta múltiple.

Pregunta 6. Cuándo visita una página Web de una empresa que ofrece servicios, ¿qué información le interesa encontrar? (marcar todas las que le interesen)

Tabla 2.6 Intereses de nueva información

Variable	fa	fr%
Contacto con la empresa	5	33
Fotos de los eventos	0	0
Infografías animadas	7	47
Noticias de nuevos servicios	3	20
Agenda de eventos y capacitaciones	0	0
Total	15	100

Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

De los entrevistados el 47% les interesa encontrar la reseña historia, visión, misión objetivos y valores corporativos en la página de la Ciudad del Conocimiento, un 33% el contacto de la empresa, y el 20% las noticias de nuevos servicios brindados. Cabe señalar que esta fue una pregunta de respuesta múltiple.

Pregunta 7. El diseño de un sitio web se puede realizar de varias maneras, dependiendo del tipo de información y los objetivos del servicio. Por favor enumere las siguientes características de un diseño de acuerdo al orden de importancia que usted le adjudica.

Tabla 2.7 Diseño mejorado del sitio web de la Ciudad del Conocimiento

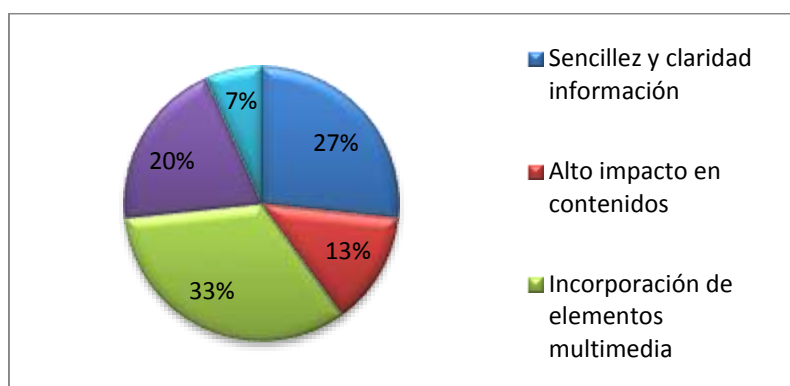
Variable	fa	fr%
Sencillez y claridad para visualizar la información	4	27
Alto impacto en la presentación de los contenidos	2	13
Incorporación de elementos multimedia como animaciones,	5	33

sonidos, gráficos, videos, etc.		
Rapidez en la descarga de la página	3	20
Accesibilidad desde computadoras viejas y con baja velocidad de conexión	1	7
Total	15	100

Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

Gráfico 2.4 Diseño adecuado



Fuente: Encuesta realizada en junio de 2014

Elaboración: El autor

El 33% de los encuestados les interesa que en el diseño de la página web se incorpore elementos multimedia como animaciones, sonidos, gráficos, videos, etc., un 27% la sencillez y claridad para visualizar la información, el 20% la rapidez en la descarga de la página, un 13% el alto impacto en la presentación de los contenidos y el 7% la accesibilidad desde computadoras antiguas y con baja velocidad de conexión. Cabe señalar que esta fue una pregunta de orden de importancia.

Mediante la investigación realizada se refleja una deficiencia de contenidos e información en el sitio web para posicionar el proyecto como Ciudad del Conocimiento, además al hablar de la página web institucional la información en todas sus presentaciones es estática y en muchas ocasiones no es posible alinearla a una estrategia atractiva de atracción de inversiones o de academia, es decir, al buscar información clara y específica del proyecto es obligada la navegación de varias páginas para llegar al contenido deseado, de tal manera que la necesidad se encuentra en

determinar una solución gráfica para la estrategia de contenidos que maneja la institución en el posicionamiento de la esencia del proyecto.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL PRODUCTO

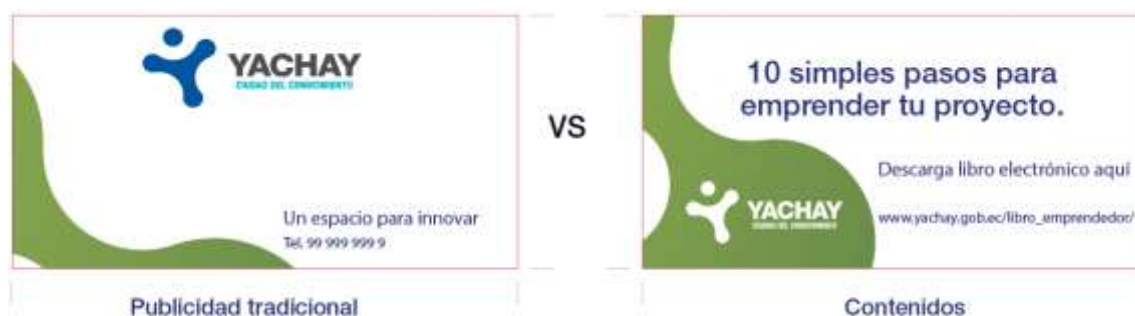
3.1 Elaboración de la propuesta

Considerando que a través del método analítico se puede tomar en cuenta los resultados de la investigación del principal grupo objetivo (generación Y), se ha realizado una propuesta de diseño óptimo al proyecto, misma que contiene el diseño gráfico de un modelo digital integrado con marketing de contenidos y canales digitales de Yachay, en la cual el eje central es el nuevo sitio web, mismo que brindará contenidos detallados en infografías y como herramienta principal del sitio web se acoplará a la estructura y diseño del sitio un video promocional del proyecto Ciudad del Conocimiento Yachay.

3.1.1 Marketing de contenidos

Es una estrategia para generar mayor comunidad en canales digitales con información referente a lo que se desea potenciar, atrayendo a una audiencia específica, siendo más efectiva, ya que no es una publicidad saturada.

Gráfico 3.1 Publicidad tradicional vs. Contenidos



Los contenidos generados agregan valor a la difusión, ayudan a aumentar la comunidad del proyecto Yachay en canales digitales y generar mayor flujo al sitio web.

Para la estrategia se integran los siguientes componentes:

- Atracción con contenidos: Generar interacción alrededor de cada publicación, usar la información para atraer y participar con la audiencia.
- Estrategia de contenidos: Crear una estructura organizada para el contenido a publicar, atendiendo así a la experiencia de la comunidad.

- Estrategia editorial: Definir con el equipo de periodismo, a quién y cómo publicar.

3.1.2 Modelo digital integrado

Contiene el diseño gráfico de los canales digitales que administra la Empresa Pública Yachay, estos estarán alineados al sitio web actuando como eje central del modelo digital integrado, alineándolos en una gráfica general y ejecutando en el proceso la estrategia de contenidos.

3.1.2.1 Canales digitales

La Empresa Pública Yachay cuenta con los siguientes canales digitales que se integran a la propuesta:

- Facebook: actualmente cuenta con más de 63.200 seguidores y es miembro desde el 03 de enero del 2012
- Twitter: actualmente cuenta con 17.500 seguidores y es miembro desde noviembre del 2011
- YouTube: actualmente cuenta con más de 1.100 suscripciones y es miembro desde febrero del 2012
- Flickr: la administración de esta red es netamente institucional y cuenta con alrededor de 1.300 fotos desde febrero del 2012

3.2 Maquetación y diseño

3.2.1 Metodología de diseño

La metodología para el diseño web del proyecto parte del método y proceso de diseño de Jorge Frascara, el cual cuenta con procedimientos claros en áreas de conocimiento para llegar al mensaje visual, se adapta al proyecto mencionado desde la estrategia comunicacional y visualización hasta la producción de la solución gráfica, en cuanto a etapas del proceso se cuenta con las siguientes:

- A. Necesidad de comunicación.-** la necesidad consiste en diseñar una solución gráfica que permita informar y difundir contenidos relevantes del proyecto Yachay, para posicionarlo en la audiencia como proyecto de ciudad, ya que, el grupo objetivo se establece con nativos digitales, a los cuales es necesario brindarles mayor difusión de los contenidos de Yachay.

B. Recopilación y análisis de la información.- las referencias recolectadas hacen énfasis a otras ciudades de conocimiento alrededor del mundo.

“Songdo IBD”, ciudad creada en Corea del Sur, cuenta con sitio web y canal digital en YouTube con baja actividad en audiencia.

Gráfico 3.2 Songdo IBD



“City of Palo Alto”, creada en Silicon Valley, California (Estados Unidos), cuenta con sitio web, y redes sociales con bajo nivel de actividad.

Gráfico 3.3 City of Palo Alto



“IFEZ Incheon Free Economic Zone” zona de libre comercio ubicada en Corea, con una extensión de 51.739 hectáreas, cuenta con sitio web y canal digital en YouTube con un flujo de actividad bajo.

Gráfico 3.4 IFEZ Incheon Free Economic Zone



Conclusiones:

Las 3 referencias poseen su sitio web, pero solo IFEZ refleja un poco de acierto al hablar del aspecto tecnológico, manejo multimedia y actualidad web, sin embargo visualmente en la página principal la información carece de claridad a pesar de que presenta un video promocional, es decir, el sitio no se reproduce con la velocidad necesaria para que el mensaje llegue claro y esto hace que se pierda el hilo del contenido, por otro lado todas las referencias se caracterizan por un bajo nivel en uso de redes sociales y por último ninguna cuenta con un modelo digital integrado.

C. Determinación de objetivos gráficos

Objetivo General:

- Diseñar el modelo digital integrado que permita una difusión de contenidos claros para posicionar el proyecto como ciudad.

Objetivos Específicos:

- Diseñar el sitio web acorde con el proyecto e investigación desarrollada.

- Establecer un estilo gráfico que integre a los canales digitales.
- Implementar el presente trabajo como referencia para posteriores modelos integrados en la Universidad Israel.

D. Determinación del sitio web y modelo digital integrado.- el diseño más adecuado para las necesidades del proyecto es un sitio web con infografías animadas que incorpore como herramienta principal de difusión e información un video promocional, es decir, todo aquello estandarizado al marketing de contenidos desarrollado para la comunicación del proyecto Yachay.

3.2.2 Desarrollo y estrategias de diseño

3.2.2.1 Concepto gráfico

El presente trabajo está orientado al principal grupo objetivo, denominado generación Y, debido a que el producto específicamente es digital, por lo tanto se espera llegar directamente a la mencionada población, por otro lado el flujo de actividad se define para inversionistas y académicos-investigadores, donde el criterio visual se orienta a presentar un trabajo formal, de soberanía tecnológica y claro en el manejo de sus contenidos, ya que la difusión e información está dirigida a posicionar el proyecto como ciudad planificada para la innovación tecnológica de negocios en conocimiento, donde todas las aplicaciones científicas están enfocadas a alcanzar el Buen Vivir.

3.2.2.2 Colores

En base al manual de marca institucional de la Empresa Pública Yachay y el correcto uso de colores corporativos y escala cromática, se concluye que se debe usar la paleta cromática principal, con un manejo distintivo en tonos para el aspecto creativo, por lo tanto los colores a usar son:

Gráfico 3.5 Paleta cromática principal



PANTONE REFLEX BLUE
 CMYK 100/73/0/2
 RGB 0/84/164



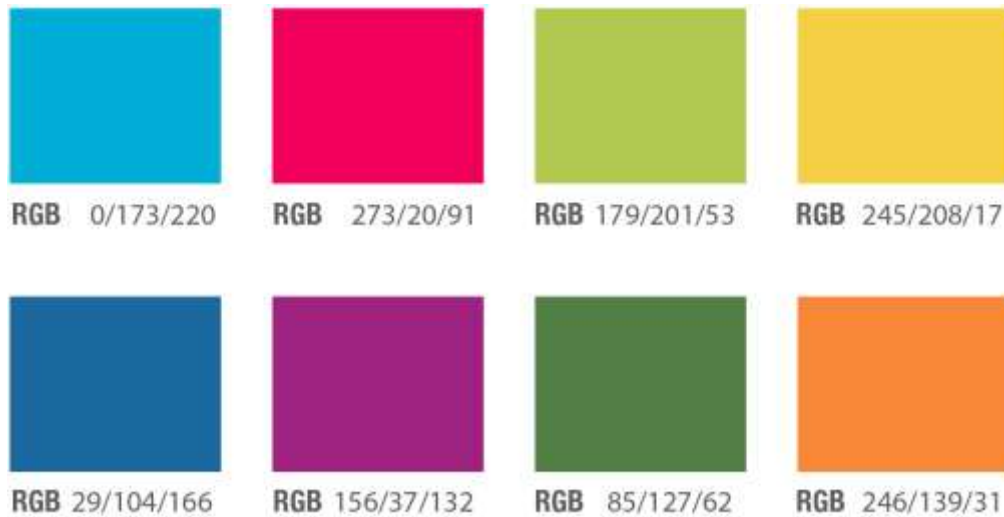
PANTONE 3125 C
 CMYK 83/0/21/0
 RGB 0/181/204



PANTONE BLACK 85%
 CMYK 0/0/0/85
 RGB 77/77/79

La paleta cromática secundaria con un manejo distintivo en tonos para el aspecto creativo, los colores a usar son:

Gráfico 3.6 Paleta cromática secundaria



3.2.2.3 Organización y estructura del Sitio

De acuerdo al lineamiento de marketing de contenidos se debe seguir una línea de comunicación dentro del home principal, para posteriormente continuar el contenido dentro de los módulos de una manera jerárquica, por lo cual, el menú del sitio contiene 7 módulos en los que se distribuye toda la información, estos están organizados en escala de mayor a menor, los colores y tonos a usar se han elegido en base al manual de marca institucional, para cada área los módulos con su organización son:

- **Página de inicio.-** presentará el video promocional, con botón para dar inicio al recorrido en base al lineamiento de contenidos a determinar.

Se usará los pantones principales: Reflex Blue y tonos / “Turquesa” 3125 C

- **Ciudad del conocimiento.-** enfocará a Yachay como una gran ciudad planificada, que genera un ecosistema de innovación en Sudamérica para el cambio de la matriz productiva del Ecuador.

Usará el pantone: “Violeta” 275 C y su variación en tonos.

- **Academia.-** los contenidos reflejarán el mensaje de una ciudad con fortaleza en aspectos académicos y con un sistema integral de educación, en el cual se tomará en cuenta el ciclo de vida del habitante para llegar al desarrollo del mejor talento humano con altos estándares de calidad para la universidad Yachay,

Se usará los pantone principal: “Turquesa” 3125 C y su variación en tonos.

- **Inversiones (área productiva empresarial).-** este módulo se enfocará en la información y en los incentivos para el desarrollo productivo a través de inversiones, es decir, se reflejará la creación de proyectos de emprendimiento para promover la instauración de pequeñas, medianas y grandes empresas comprometidas con la innovación.

Se usará el pantone: Reflex Blue y su variación en tonos.

- **Turismo.-** se mostrará la riqueza turística del país y posteriormente la majestuosidad de Yachay, alineándola a si, a la nueva campaña de turismo ecuatoriano (All You Need Is Ecuador)

Usará la gama magenta del manual gráfico All You Need Is Ecuador: “Reflex Blue” y su variación en tonos.

Gráfico 3.7 Paleta cromática secundaria



- **Urbanismo.-** se encargará de implementar la planificación urbana de la ciudad con conceptos que permiten el uso apropiado de espacios, respetando el ambiente y al ser humano como eje principal para lograr el Buen Vivir.

Usará el pantone: “Verde” 381 C y su variación en tonos.

- **Comunicamos.-** este módulo incluye noticias, eventos, galería imágenes y video.

Usará el pantone: Black 85% y su variación en tonos.

- **Contacto.-** muestra datos generales de la empresa pública y formularios de contacto, por los cuales el usuario puede enviar mensajes a la institución.

Usará el pantone: Reflex Blue y su variación en tonos.

La estructura del sitio será de la siguiente manera:

Gráfico 3.8 Estructura del sitio



3.2.3 Herramientas de diseño

En el reto del sitio web a nivel de desarrollo es, la facilidad de administración, por lo tanto en el manejo de la gráfica se tendrá niveles de administración a través de Java Script y en la parte no administrable existirá un lenguaje de programación HTML5.

- **Lenguaje primario HTML5.-** lenguaje de programación a utilizar en el sitio web, ya que, genera sencillez en el desarrollo y compatibilidad para solucionar problemas, por otro lado en animación es necesario contar con un lenguaje avanzado al momento de desarrollar sitios web.
- **CSS3.-** para complementar las hojas de estilo y tener un control centralizado de la presentación del sitio web, se utilizará CSS3, esta herramienta ayuda con agilidad al diseño del sitio, ya que se alinea a los parámetros de optimización al modificar el estilo sin alterar los contenidos, por esta razón, es indispensable recalcar que el responsive design es de gran aporte, porque se puede crear hojas de estilo dependiendo el dispositivo.

- **Java Script y framework JQuery.**- el lenguaje de programación de complemento para el sitio es Java Script, ya que permite generar animación o experiencia en el usuario, aportando con interactividad y dinamismo, mientras que el complemento del lenguaje de programación es JQuery, mismo que funciona como librería de estilos para Java Script y permite a través de programas aplicar funciones de animación e interacción.
- **Sistema de gestor de contenidos.**- para la sección de boletines de prensa, galería de fotos y video, se contará con la administración en WordPress, mismo que es manejado por las instituciones adscritas al gobierno.
- **SEO.**- según un estudio de marketing, SEO permite la optimización por medio de palabras claves en programación, por otro lado, a través del uso ortográfico se especifica el manejo para imágenes y contenidos al subirlos en la plataforma.
- **Adobe Illustrator CS6.**- se lo utilizará para la composición del sitio web en general, por la facilidad de mover, modificar y cambiar elementos gráficos además de la precisión y rapidez de los procesos.
- **Adobe Photoshop CS6.**- ideal para la edición y efectos fotográficos.
- **Adobe In Design CS6.**- óptimo al maquetar y armar el manual de estilos, por su tratamiento tipográfico y automatización de procesos editoriales.
- **Adobe Kuller.**- herramienta web ideal para crear composiciones de colores, basándose en valores exactos al aplicar reglas cromáticas como: análogos, monocromías, triadas, complementarios, compuestos y tonos.

3.2.4 Directriz gráfica

Maquetación para resolución tradicional en monitores y tabletas digitales

Tomando en cuenta que el mundo digital se encuentra en constante cambio y las nuevas tecnologías se posicionan a las pantallas de 1280px, es indispensable que la maquetación del sitio sea de un ancho de 1280px por 800px y con responsive design, ya que, el índice más alto en visitas al sitio web institucional es de resolución 1024px de

ancho, misma que es la resolución de los monitores tradicionales y también el ancho de las franquicias potenciales en tabletas digitales como son Samsung y Apple.

Gráfico 3.9 Estadísticas de sesiones filtrado por Resolución de pantalla

Resolución de pantalla	Sesiones	% Sesiones
1. 768x1024	835	16,19%
2. 360x640	667	12,93%
3. 320x568	544	10,54%
4. 320x480	475	9,21%
5. 480x800	325	6,30%

Fuente: Google Analytics, Estadísticas Yachay E.P

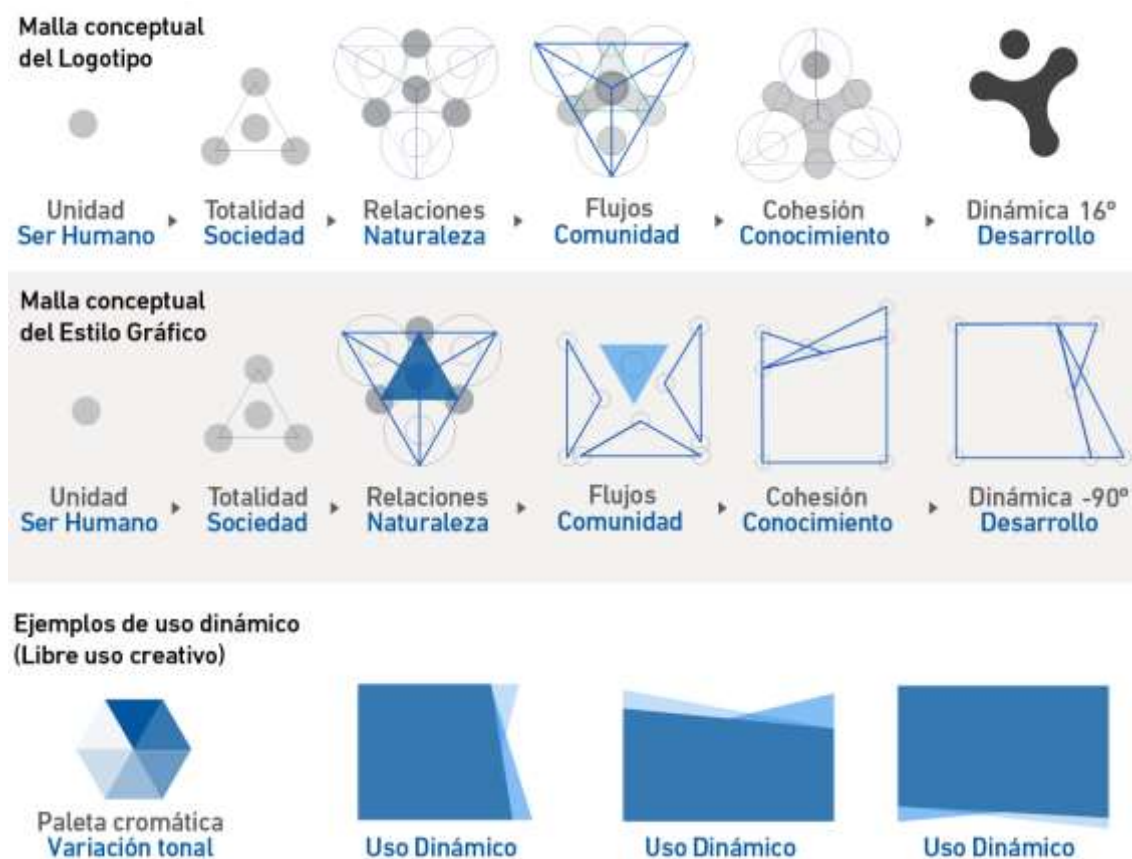
Elaborador por: Google Analytics

Retícula base y diagramación.- se establece una retícula para cada página o módulo del sitio, en la cual, dependiendo de la información a difundir se tomará en cuenta la experiencia del usuario desde la página principal hasta la página de contactos, por lo tanto, el diseño cambiará dependiendo del marketing de contenidos que se maneje para cada área, tomando en cuenta como base el modelo digital integrado en el diseño.

Estilo gráfico.- en cuanto a la experiencia del usuario, se introduce un estilo formal, acorde al marketing de contenidos, por lo tanto, para la imagen digital de Yachay se trabajará con triángulos, que al alinearlos a la marca de identidad de la institución simbolizan la perfección de la unidad, búsqueda del equilibrio en su totalidad con relaciones de sus zonas y cohesión del conocimiento, el uso del estilo gráfico es de libre creatividad en cuanto a su dinámica, pero en esencia la base conceptual se prima en el diseño.

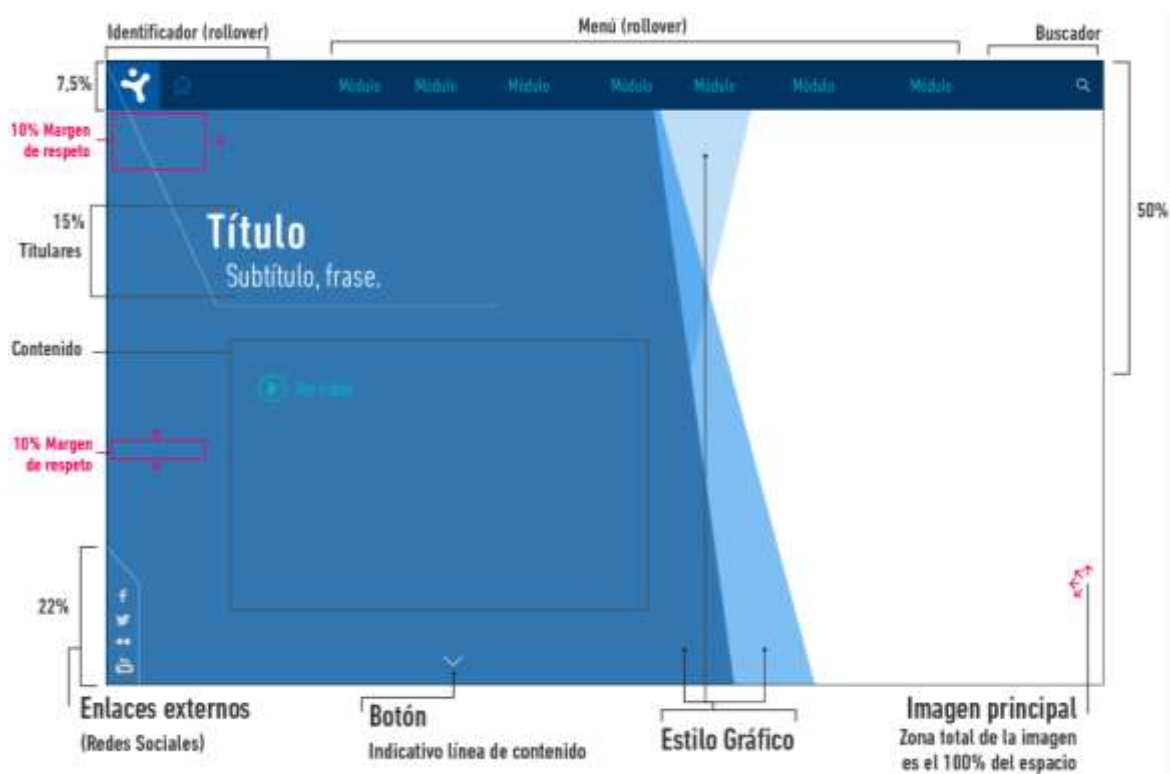
La idea creativa se aprobó en su totalidad, por lo tanto el proceso del estilo gráfico se desarrolló de esta manera:

Gráfico 3.10 Proceso conceptual del estilo gráfico



Adicionalmente se establecerán normas generales para el manejo del contenido en el sitio, como; el manejo de titulares, contenido y posición o espacio del estilo gráfico, uso líquido en porcentaje con relación a los contenidos que se desee mostrar, es decir, si se muestra un video que sea en el total del espacio de trabajo, por lo tanto todos los módulos tendrán enlaces para redes sociales, mientras que las medidas y modelo de diagramación son las siguientes:

Gráfico 3.11 Maquetación del sitio

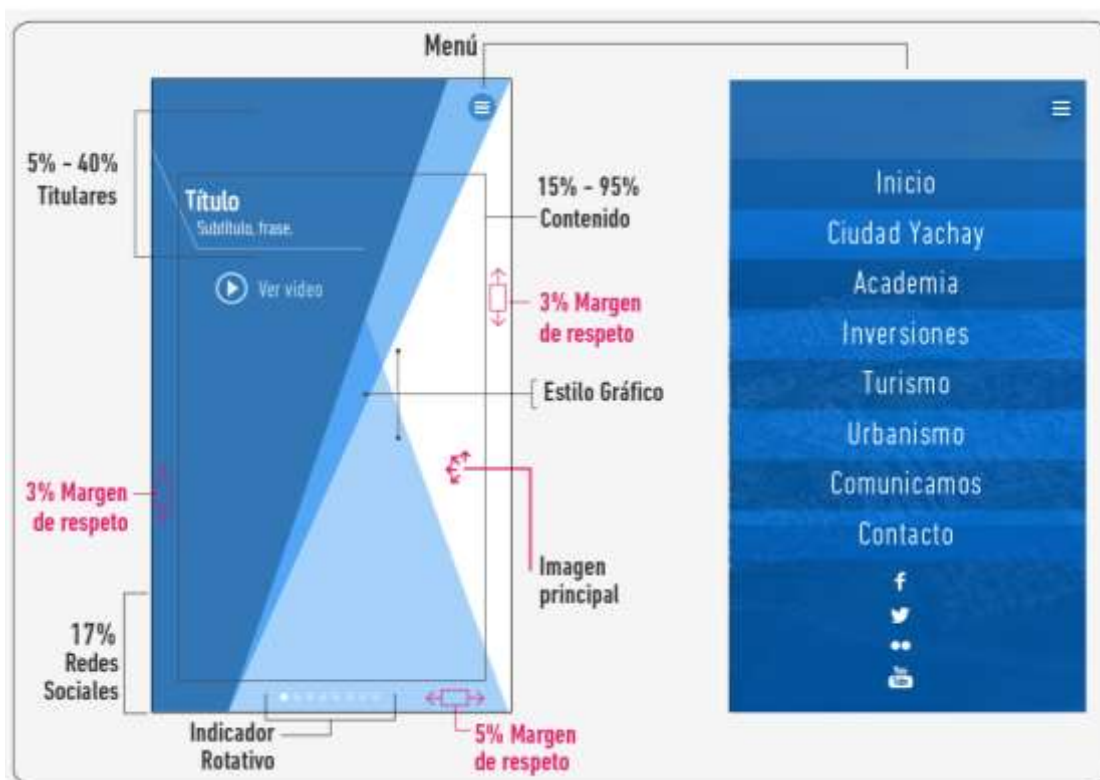


En la página principal y en toda la trayectoria de contenidos existirá la barra de menú, misma que se activará al pasar el cursor por la parte superior y usará el 7,5 % desde el margen superior, donde se encontrará el icono del identificador de Yachay, icono indicativo para regresar a la página principal, los enlaces a los diferentes módulos, y el buscador de contenidos, todos ellos con animación rollover.

Maquetación telefonía móvil

La maquetación para telefonía móvil se realiza en base al índice de visitas que se encuentran en el sitio web institucional, es decir, no varía en cuanto a las potencias en venta de telefonía móvil como; son Android e iOS, mismas que representan más del 90% de las visitas en dichos dispositivos al sitio, mientras que la estadística de visitas totales filtrado por resolución, arroja el dato que el segundo y tercer lugar de visitas son de resolución de Samsung y Apple, de tal manera que la resolución será de 320px de ancho por 568px, esta resolución es de un móvil iPhone, de esta manera se realizará el diseño con “responsive design”, abarcando así un diseño más limpio para cuando la navegación sea en Samsung o teléfonos móviles de mayor resolución, la diagramación del sitio será la siguiente:

Gráfico 3.12 Diagramación para telefonía móvil



La diagramación se aplicará para todas las páginas del sitio, exceptuando la barra de menú que tendrá su página para cambiar de páginas y enlaces a redes sociales, el botón de menú posará en la parte superior derecha, para los lados tendremos un margen de respeto del 3% y en el inferior un 5%, ya que en la parte central inferior estará el indicador rotativo de las páginas faltantes por recorrer, para el manejo de contenidos tendremos un alto de entre 15% al 95% desde el margen superior, donde el titular podrá estar entre el 5% al 40% desde el margen superior, para los enlaces solo la página principal tendrá enlaces a redes sociales usando el 17% de la parte inferior izquierda, de igual manera que en la diagramación de la página principal una imagen ocupará el 100% del fondo, que de acuerdo al estilo gráfico del manual se usará el estilo gráfico determinado, hay que tener en cuenta que el estilo gráfico a usar se tendrá total libertad de diseño y creatividad, sin perder la esencia del concepto con el que se desarrolló y los colores determinados para cada área, en el manual se encontrarán colores y diseños para cada página del sitio, de acuerdo al sitio web.

Gráfico 3.13 Estadísticas de sesiones filtrado por telefonía móvil

Sistema operativo	Sesiones	% Sesiones
1. Android	2.833	 54,91%
2. iOS	1.813	 35,14%
3. Windows Phone	157	 3,04%
4. BlackBerry	127	 2,46%
5. Windows	113	 2,19%

Fuente: Google Analytics, Estadísticas Yachay E.P

Elaborador por: Google Analytics

Fuente tipográfica y normas de uso ortográfico

El estilo tipográfico se enfocará en generar una apariencia limpia, clara y formal, para esto se usará la fuente DIN Next, la cual fue inspirada en los diseños clásicos de la ingeniería industrial en Alemania y esta misma se diferencia de la tipografía usada para la comunicación visual del gobierno en curso (Helvética).

DIN Next se alinea a los objetivos del producto visual y experiencia de usuario, se caracteriza por sus cambios significativos en legibilidad, por esta razón, para el tratamiento de párrafos tomará en cuenta los criterios básicos de normas editoriales:

Tamaño.- se trabajará con estilos CSS3 para especificar los tamaños de las fuentes y familias, se realizará ficheros para cada resolución recomendada en “responsive design”, se tomará en cuenta que los mensajes sean claros y cortos, el tamaño de la tipografía será de 14px a 30px, ya que es óptimo para lectura continua y clara, para titulares y subtítulos se mantendrá una tipografía entre 30px a 60px dependiendo del diseño en módulo.

Los párrafos deberán posar en la mitad de la pantalla de trabajo y comenzar a una distancia del margen izquierdo entre 10% al 20%, por orden de lectura.

Un estudio de Jakob Nielsen, experto en experiencia del usuario en web, demuestra que el “69% de usuarios dedica su tiempo a mirar la mitad izquierda de la pantalla, por otro lado para dispositivos móviles se empezará a una distancia del margen izquierdo de entre 10% al 30%”.

Amplitud de línea.- no más de 20 palabras por línea para párrafos de lectura continua, por otro lado para titulares y subtítulos no más de 15 palabras, consiste en el ancho del renglón.

Interlineado.- “para un cuerpo de letra de 10 (12) puntos y una amplitud de composición normal, la interlineación usual es de 2 (12/14) puntos de acuerdo con el tipo y el espacio o el papel disponibles” (Kapr, 1976). Este esquema se utilizará en un interlineado de 14 pixeles tomando como referencia un tamaño de letra de 12 pixeles, es decir, dependiendo del tamaño se realizará la escala.

Normas generales de uso ortográfico.- se considera el manual de estilo para uso de sitios web en las entidades adscritas al gobierno, ya que Yachay EP es una entidad adscrita, se debe tomar en cuenta ciertas normas del manual para uso ortográfico y enlaces externos, por lo cual:

- Siempre se tildarán las mayúsculas.
- Al nombrar movimientos, partidos políticos, asambleas, congresos o cumbres se usarán mayúsculas, si integran una denominación oficial como: Partido Liberal, Cumbre del ALBA.
- Al poner fechas importantes se realizará con mayúscula la primera letra del mes y en orden de día, mes y año, como por ejemplo: 10 de Agosto de 1809.
- Al nombrar al presidente de la república se pondrá con mayúscula su primera letra, más no su cargo: presidente Rafael Correa.
- En citas textuales deberán ir entre comillas (“”), y de ser el caso en abrir otras comillas dentro de la cita, usar comillas sencillas (“”).
- Al referirse a dólares o el uso de moneda se realizará utilizando la referencia del país de origen (US) y posteriormente el signo (\$): El análisis desarrollado determina un costo es de US \$999.
- Al usar imágenes se utilizará palabras clave, sin mayúsculas, tildes o caracteres especiales, y deben estar separadas por guiones, norma que permitirá el proceso de optimización en SEO.

Infografías animadas.- Según los lineamientos de contenidos y de pureza visual, las animaciones web se realizarán en HTML 5 y para la experiencia del usuario se usará únicamente parallax scrolling. También se encontrará animación tradicional manejada de manera sutil de tipo banner rotativo y rollover, por otro lado se contará con animaciones en video para una difusión a fondo.

3.2.5 Video promocional

Según el cono de experiencias citado anteriormente, se aprende el 50% lo que se oye y se ve, por esta razón el video promocional de Yachay juega un papel muy importante para este proyecto.

Según la investigación realizada se observó que a la mayoría de personas les interesa encontrar elementos multimedia, por esta razón y por el lineamiento de marketing de contenidos se usará el video promocional de aproximadamente 4 minutos mezclando una imagen real de video y animaciones 3D y 2D (Motion Graphics), en la página principal del sitio.

3.2.6 Potencialidades

Servicios de aceleración y seguridad.- el sitio web contará con elementos multimedia e infografías animadas de alto peso, por lo cual la velocidad de carga y navegación es el principal problema para el desarrollo del mismo, por lo tanto el sitio contará con los servicios de nube (Akamai) para la mejora en aceleración y seguridad en cualquier dispositivo, entendiendo que uno de los pilares principales para la difusión de contenidos es la experiencia del usuario que genera el sitio, y por otro lado la seguridad que otorga es importante, ya que por ser el proyecto emblemático y en aspectos políticos mal catalogado, se debe cuidar mucho el tema de seguridades, que con dicha herramienta se logra suplir el costo de consultorías para seguridad digital.

Navegabilidad compatibilidad.- tomando en cuenta que un problema de la programación del sitio es la compatibilidad con navegadores en versiones de última generación, la Empresa Pública Yachay contará con el servicio de nube para la aceleración, seguridad y compatibilidad con navegadores, mismo que se usará al ejecutar el sitio en su fase final.

El sitio será integrado con Google Analytics y sistemas de mapeo, para el análisis de campañas y comportamiento del mismo.

3.2.7 Canales digitales

Los canales digitales a usar serán los existentes de la institución, se posicionará desde la presentación de sus perfiles hasta las publicaciones que realice, la imagen se adapta al estilo gráfico que usa el sitio web como eje central de la estrategia.

Los mismos son:

Facebook.-

Gráfico 3.14 Aplicación al perfil de Facebook



Gráfico 3.15 Aplicación a publicación de Facebook



Twitter

Gráfico 3.16 Aplicación al perfil de Twitter



Gráfico 3.17 Aplicación a publicación de Twitter



Gráfico 3.18 Aplicación al perfil de YouTube



Gráfico 3.19 Aplicación al perfil de YouTube



3.3 Validación

Focus Group

Al realizar los focus groups o sesiones de grupo se mantuvo un ambiente ligero o de amistad en cada uno de los mismos, se pudo notar que los participantes hablaban con mayor libertad, exponían puntos de vista y contaban sus experiencias con respecto al diseño de la página web y al modelo digital integrado, esta situación permitió que cada participante exponga sus puntos de vista con relación a lo que se les preguntaba, por lo tanto se evaluó el proceso a 4 personas entre las cuales estuvieron académicos e inversionistas, y funcionarios de la empresa pública los cuales son:

Héctor Rodríguez: Gerente General de Yachay E.P
Magister en economía
Sociólogo

Gina Montaña: Directora de Comunicación Yachay E.P
Ingeniera en Diseño Gráfico
Magíster en dirección de comunicación

Marcélo Jácome: Gerente General de Dream Quest
Socio y cofundador de DIMTEC con un “Networking Alliance Partner” de AKAMAI, KALTURA y VERIZON

Magister en marketing digital

Luis Bagatolli Prometeo argentino de Yachay E.P.
Académico - Investigador de Biología Molecular
PhD Biología

Resultados:

INDICADORES	HÉCTOR RODRIGUEZ	GINA MONTAÑO	MARCELO JÁCOME	LUIS BAGATOLLI
CIENTIFICIDAD	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado
PERTINENCIA	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado
ACTUALIDAD	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Adecuado
NOVEDAD	Adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado
APLICABILIDAD	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado	Muy adecuado

Conclusiones Focus group

Se considera que la información es clara y llega al usuario o internauta de una manera más limpia manejándolo con infografías para que de esta manera sea apta para la comprensión de la ciudad, a través de la presentación de datos interesantes y directos desde el home, por esta razón, si esto se maneja en los canales digitales será de gran utilidad para la difusión, presentaciones y para explicar el proyecto.

La imagen que se presenta en la web, se acopla adecuadamente con la identidad de Yachay, ya que el sitio web establece aspectos más tecnológicos, mostrando la realidad del proyecto, brinda una imagen de una ciudad con estándares altos en emprendimiento, y desde su sitio web se puede palpar la innovación del proyecto emblemático del país.

Se manifestó que se entiende claramente que Yachay, es una ciudad que integra muchos aspectos y no solo es una universidad, es decir, mediante su web se muestra alineación con el proyecto, muestra una ciudad, muestra tecnología y algo digno de la dimensión del mismo, por lo tanto, se considera que al ser un proyecto emblemático debe reflejar la importancia del mismo desde su sitio web, hasta la manera de estructurar una publicación en Twitter o Facebook.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- **Conclusiones**

El cambio intenso que internet ha provocado en la forma en que las instituciones se vinculan con la nación, ha hecho que la comunicación ingrese abruptamente en el mundo digital, arrollando cualquier tipo de formalismo y creando relaciones estrechas con la comunidad.

Es complicado manejar el poder digital de opiniones y tendencias que ha nacido en las personas, pero se puede cautivar e influir a través de plataformas que mueven los hilos de la comunicación y difusión.

El hecho de que a la mayoría de los entrevistados les interesa que en el diseño de la página web se incorpore elementos multimedia como animaciones, sonidos, gráficos y videos, se debe a que actualmente relacionan a la web de Yachay con falta de atención al mismo, es decir, no la encuentran llamativa.

Para encontrar información con respecto al área académica o de inversiones se tiene que realizar una búsqueda más amplia, por lo tanto, se considera que el sitio web no brinda información de primera mano y su diseño es muy estático, a pesar de que tenga una gráfica atractiva, carece de un aspecto dinámico para manejar información.

- **Recomendaciones**

El proceso de implementación del modelo digital integrado tiene que estar alineado a una estrategia de marketing digital con asesoría en community management, para el correcto manejo de la estrategia de contenidos, orientando las redes sociales en las que se tome en cuenta frecuencias, calendario de publicaciones, manejo de crisis, definición general de palabras clave para SEO, lineamientos de SEM, pauta en medios nacionales e internacionales, y estrategia de medios, para de esta manera mantener el hilo de la información de lo que pretende reflejar el proyecto Yachay, a través de una plantilla que ayuda al manejo de contenidos, de tal manera que no se pierda la información y la difusión.

Se recomienda entrar al comercio electrónico, debido a que la web es un medio vivo que se transforma y cambia constantemente y aun Ecuador a nivel de

Latinoamérica se encuentra rezagado en este aspecto, por lo tanto, es indispensable tener un sitio atractivo para el internauta, con animación, imágenes y videos, siendo así una página de fácil acceso y uso, en la cual se pueda encontrar contenidos actualizados y renovados, para de esta manera aplicar una estrategia de expectativa para posteriormente direccionar a las comunidades al sitio.

Bibliografía:

- Aumeile, B. (2000). *JavaScript y VBScript*. Barcelona: ENI.
- Baquero, V. (2004). *IV Congreso Internacional de Educación Superior*. Obtenido de La Habana-Cuba:
http://tuning.unideusto.org/tuningal/images/stories/presentaciones/ecuador_doc.pdf
- Carrión, D. (2007). *Turismo Comunitario en el Ecuador, Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito, Ecuador: Producciones Digitales Abya-Yala.
- Cobo, A. (2005). *PHP y MySQL, Tecnología para el Desarrollo de Aplicaciones Web*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Correa, R. (9 de Junio de 2012). El Telegrafo. *Yachay*.
- Fernando Cornejo León, E. S. (12 de Julio de 2013). *Presidencia*. Obtenido de Proyecto Prometeo: <http://www.presidencia.gob.ec/2013/07/page/8/>
- Figueroa, J. (13 de Noviembre de 2013). El Telegrafo. *Yachay impulsará el saber tecnológico*.
- Gálvez, I. (2010). *Introducción al Marketing en Internet: Marketing 2.0*. Andalucía: INNOVA.
- Gauchat, J. (2012). *El Gran Libro de HTML5, CSS3 y Javascript*. Barcelona: Marcombo S.A.
- Gil, G. (2011). *El Gran Libro de Joomla*. España: Marcombo S.A.
- Gil, G. (2012). *El Gran Libro de Drupal 7*. España: Marcombo S.A.
- Glas, J. (26 de Julio de 2014). *El Diario*. Obtenido de Reformas Constitucion: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/323711-jaime-nebot-critica-reformas-a-la-constitucion/>
- Gómez, R. (2011). *Aplicaciones Álbumes Web*. España: Universidad de Pereira.
- Google Analytics. (2014). *Analítica del sitio web yachay.gob.ec*. Obtenido de <https://www.google.com/analytics/web/?hl=es&pli=1>
- Kapr, A. (1976). *101 reglas para el diseño de libros*. Leipzig: VEB Fachbuchverlag.
- Kotler, P. (2010). *Marketing 3.0*. Hermawan Kartajaya.
- Lima, M. (2013). *CEAACES*. Obtenido de <http://memorias.utpl.edu.ec/sites/default/files/documentacion/cread2013/Calidad-carreras-y-programas.pdf>
- Lynch, P., & Horton, S. (2000). *Principios de Diseño Gráfico para la Creación de Sitios Web*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Muñoz, P. (29 de Agosto de 2013). *Sectores Estratégicos*. Obtenido de <http://www.sectoresestrategicos.gob.ec/author/sectores/page/21/>
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad. Diseño de Sitios Web*. Madrid: Pearson Educación.
- O'Shaughnessy, J. (1991). *Marketing Competitivo un Enfoque*. España: Diaz Santos S.A.
- Pastori, A. (2013). *Programación Multimedia*. Obtenido de Essential Action Script 3, O'Reilly:
<http://www.fing.edu.uy/tecnoinf/mvd/cursos/ria/material/teorico/ria-04-prog-multimedia.pdf>
- Paz y Miño, Juan José. (2012). *Eloy Alfaro: Políticas Económicas*. Quito: MCPE.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013-2017). *Buen Vivir*. Obtenido de Objetivos Nacionales para el Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Programa del Gobierno. (10 de Noviembre de 2012). *Propuestas para el Socialismo del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/votebienec/planes/pais.pdf>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013-2017). *Buen Vivir*. Obtenido de Transformación de la Matriz Productiva: <http://www.buenvivir.gob.ec/>

SENESCYT. (2014). *Educación Superior*. Obtenido de Misión: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/subsecretaria-de-investigacion-cientifica/>

SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva, Revolución Productiva a través del Conocimiento y el Talento Humano*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

SENPLADES. (2013-2014). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de Fundamento: <http://plan.senplades.gob.ec/fundamento11>

Yachay E.P. (2013). *Informe de Rendición de Cuentas*.

Yachay E.P. (2014). *Ciudad del Conocimiento*. Obtenido de www.yachay.gob.ec

ANEXOS

Entrevistas:

Entrevista N°1	Entrevista N°2
Nombre: Pablo Añez	Nombre: Luis Campaña
Edad: 25 años	Edad: 26 años
Pregunta 1: Web	Pregunta 1: Impresos
Pregunta 2: Si	Pregunta 2: No
Pregunta 3: Si	Pregunta 3: No
Pregunta 4: Si	Pregunta 4: No
Pregunta 5: Redes sociales	Pregunta 5: Animación
Pregunta 6: Contacto con la empresa	Pregunta 6: Infografías animadas
Pregunta 7: Incorporación de elementos multimedia	Pregunta 7: Senillez y claridad
Entrevista N°3	Entrevista N°4
Nombre: Valeria Cedeño	Nombre: Giovanni Cavalos
Edad: 26 años	Edad: 27 años
Pregunta 1: Redes Sociales	Pregunta 1: Impresos
Pregunta 2: No	Pregunta 2: No
Pregunta 3: No	Pregunta 3: Si
Pregunta 4: No	Pregunta 4: Si
Pregunta 5: Animación	Pregunta 5: Video
Pregunta 6: Infografías animadas	Pregunta 6: Contacto con la empresa
Pregunta 7: Senillez y claridad	Pregunta 7: Incorporación de elementos multimedia
Entrevista N°5	Entrevista N°6
Nombre: Karla Borja	Nombre: Natalia Gutiérrez
Edad: 23 años	Edad: 25 años
Pregunta 1: Web	Pregunta 1: Redes Sociales
Pregunta 2: Si	Pregunta 2: No
Pregunta 3: Si	Pregunta 3: No
Pregunta 4: Si	Pregunta 4: No
Pregunta 5: Redes sociales	Pregunta 5: Animación
Pregunta 6: Contacto con la empresa	Pregunta 6: Contacto con la empresa
Pregunta 7: Incorporación de elementos multimedia	Pregunta 7: Senillez y claridad
Entrevista N°7	Entrevista N°8
Nombre: Alexandra Cavalos	Nombre: Silvana Andrade
Edad: 26 años	Edad: 20 años
Pregunta 1: Tv	Pregunta 1: Redes Sociales
Pregunta 2: Si	Pregunta 2: No
Pregunta 3: Si	Pregunta 3: No
Pregunta 4: Si	Pregunta 4: Si
Pregunta 5: Video	Pregunta 5: Video
Pregunta 6: Noticias de nuevos servicios	Pregunta 6: Infografías animadas
Pregunta 7: Rapidez en la descarga	Pregunta 7: Incorporación de elementos multimedia
Entrevista N°9	Entrevista N°10
Nombre: Alberto Peralta	Nombre: Pablo Borja
Edad: 19 años	Edad: 19 años
Pregunta 1: Redes Sociales	Pregunta 1: Redes Sociales

Pregunta 2: No	Pregunta 2: No
Pregunta 3: No	Pregunta 3: No
Pregunta 4: No	Pregunta 4: No
Pregunta 5: Video	Pregunta 5: Animación
Pregunta 6: Infografías animadas	Pregunta 6: Infografías animadas
Pregunta 7: Alto impacto en la presentación	Pregunta 7: Senillez y claridad
Entrevista N°11	Entrevista N°12
Nombre: Natalia Carera	Nombre: Guillermo Rubio
Edad: 18 años	Edad: 20 años
Pregunta 1: Tv	Pregunta 1: Redes Sociales
Pregunta 2: No	Pregunta 2: No
Pregunta 3: No	Pregunta 3: No
Pregunta 4: No	Pregunta 4: No
Pregunta 5: Video	Pregunta 5: Animación
Pregunta 6: Noticias de nuevos servicios	Pregunta 6: Contacto con la empresa
Pregunta 7: Rapidez en la descarga	Pregunta 7: Alto impacto en la presentación
Entrevista N°13	Entrevista N°14
Nombre: Tatiana Vaca	Nombre: Grace Rodriguez
Edad: 21 años	Edad: 21 años
Pregunta 1: Tv	Pregunta 1: Tv
Pregunta 2: No	Pregunta 2: No
Pregunta 3: No	Pregunta 3: No
Pregunta 4: No	Pregunta 4: No
Pregunta 5: Animación	Pregunta 5: Video
Pregunta 6: Infografías animadas	Pregunta 6: Noticias de nuevos servicios
Pregunta 7: Accesibilidad desde computadores	Pregunta 7: Rapidez en la descarga
Entrevista N°15	
Nombre: Andrés Ruiz	
Edad: 23 años	
Pregunta 1: Tv	
Pregunta 2: Si	
Pregunta 3: No	
Pregunta 4: No	
Pregunta 5: Video	
Pregunta 6: Infografías animadas	
Pregunta 7: Incorporación de elementos multimedia	

DATOS DEL VALIDADOR

NOMBRE Y APELLIDO: Marceto Jácome

PERFIL ACADÉMICO:
Magister en Marketing Digital

TRABAJO ACTUAL: Gerente General Dream Quest

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD	✓			
PERTINENCIA	✓			
ACTUALIDAD	✓			
NOVEDAD	✓			
APLICABILIDAD	✓			

Observación General:

A lo largo de mi experiencia he comprobado que la mejor manera de generar publicaciones positivas, imágenes y videos de marcas representativas es a través de medios que les interesa al grupo objetivo, y eso es lo que expresa el presente trabajo, ya que genera una vinculación real, positiva y de ayuda mutua con los contenidos que utiliza.


Firma

DATOS DEL VALIDADOR

NOMBRE Y APELLIDO: Luis Bagatelli

PERFIL ACADÉMICO:
Investigador de Biología Molecular
PhD Biología

TRABAJO ACTUAL: Proyectos Argentinos de Trabajo E.P

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD		✓		
PERTINENCIA	✓			
ACTUALIDAD		✓		
NOVEDAD	✓			
APLICABILIDAD	✓			

Observación General:

Ofrece a los intercomantes una serie de recomendaciones fáciles y ordenadas
sus contenidos de calidad y se puede medir el alcance
y la efectividad que se obtenga


Firma

DATOS DEL VALIDADOR

NOMBRE Y APELLIDO: Hector Rodríguez

PERFIL ACADÉMICO:
Magister en Economía y Sociología

TRABAJO ACTUAL: Gerente General Yachay E.P.

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD		/		
PERTINENCIA	/			
ACTUALIDAD		/		
NOVEDAD		/		
APLICABILIDAD	/			

Observación General:

Es un trabajo que realmente permite reflejar a la Ciudad del
Peruano de una manera interesante, llamativa y fácil
para su mercado objetivo

Firma

DATOS DEL VALIDADOR

NOMBRE Y APELLIDO: Gina Montaña

PERFIL ACADÉMICO:
Ingeniera en Diseño Gráfico y Maestría en Dirección de Comunicación

TRABAJO ACTUAL: Directora de Comunicación Yachay E.P

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD	X			
PERTINENCIA	X			
ACTUALIDAD	X			
NOVEDAD	X			
APLICABILIDAD	X			

Observación General:

El trabajo está enfocada en la evaluación de contenidos de
mostrando que atenta con requisitos literarios y visuales para
transmitir el mensaje que se está buscando


Firma

Focus group		
Duración	Tema (pregunta)	Respuestas
Dos minutos.	Bienvenida y presentación.	
Tres minutos.	¿Considera que el sitio web actual brinda información clara y agradable visualmente?	La página web se alinea a la estructura dictada por el gobierno, pero no es posible alinearla a una estrategia atractiva o llamativa académicamente, para encontrar info clara y específica. No existe un buen manejo de contenidos.
Dos minutos.	¿Le interesaría conocer más del proyecto?	- Más senders del proyecto - Les llama la atención imágenes, ya que permiten intenciones de conocer el proyecto en persona.
Dos minutos.	¿Cree usted que el video promocional como presentación del proyecto, es la cara principal del sitio?	- Es algo innovador, es buen, no es común a los que se encuentran en el medio ecuatoriano. - No tiene un cambio fuerte de gráfica entre el video y el mismo sitio. - El video es parte fundamental del sitio web.
Dos minutos.	¿Le interesaría conocer las siguientes fases del sitio web?	- Les interesa conocer la línea de contenidos de la página de misiones y académica. - Tomen en cuenta los lineamientos de infografías y datos del home.
Tres minutos.	¿Considera que la gráfica del nuevo sitio	Ayuda a mantener el hilo de la info de lo que pretende reflejar. El proyecto Yachay, debido a q' tiene una plantilla y

	web está acorde con el proyecto Yachay?	ayuda al manejo de contenidos de tal manera q' no se pierda la info, se debe configurar el video con la imagen de la web. La gráfica muestra alineación con el proyecto.
Dos minutos.	¿La imagen del nuevo sitio web brinda un aspecto de innovación, tecnología y emprendimiento?	- Establece aspectos más tecnológicos mostrando la realidad del proyecto. - No genera la sensación de navegar por los sitios alineados al gobierno
Tres minutos.	¿Considera que la gráfica utilizada es apta para los otros canales digitales?	- Los canales digitales están orientados bajo la misma gráfica y manejo de contenidos. - Hacer pruebas en las plataformas móviles.
Tres minutos.	¿Cree usted que con la información presentada conoce el panorama general del proyecto?	- La info es clara y llega al usuario claramente y de manera más limpia manejándolo con infografías. - Presenta datos de intenciones y directos desde el home.
Tres minutos.	¿Le interesaría seguimos en nuestros otros canales de difusión digital?	- Mantener la misma estrategia de contenidos y lo manejan de una forma estandarizada para las comunidades, les interesaría tener todo los canales de Yachay entre sus principales intenciones.