UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE EL GIRÓN

CARRERA DE DISEÑO MULTIMEDIA

REDISEÑO DEL SITIO WEB DEL CENTRO PSICOLÓGICO PSICOADVANCE EN LA CIUDAD DE QUITO: UN ENFOQUE EN ACCESIBILIDAD, FUNCIONALIDAD Y OPTIMIZACIÓN.

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de: LICENCIADO EN DISEÑO MULTIMEDIA

AUTORES: ALAJO PICHUCHO ALFREDO SEBASTIAN /
CARRILLO CARRILLO FERNANDO JHOEL

TUTOR: DIEGO RICARDO PROAÑO CEPEDA

Quito – Ecuador

2025

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Alfredo Sebastian Alajo Pichucho con documento de identificación N° 0504079534 y Fernando Jhoel Carrillo Carrillo con documento de identificación N° 1724703580; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 03 de febrero del año 2025

Atentamente,

Alfredo Sebastian Alajo Pichucho
0504079534

Fernando Jhoel Carrillo Carrillo
1724703580

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Nosotros, Alfredo Sebastian Alajo Pichucho con documento de identificación No. 0504079534 y Fernando Jhoel Carrillo Carrillo con documento de identificación No. 1724703580, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Proyecto Integrador: **REDISEÑO DEL SITIO WEB DEL CENTRO PSICOLÓGICO PSICOADVANCE EN LA CIUDAD DE QUITO: UN ENFOQUE EN ACCESIBILIDAD, FUNCIONALIDAD Y OPTIMIZACIÓN**, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciatura en Diseño Multimedia, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 03 de febrero del año 2025

Atentamente,

Alfredo Sebastian Alajo Pichucho
0504079534

Fernando Jhoel Carrillo Carrillo
1724703580

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Diego Ricardo Proaño Cepeda con documento de identificación N° 1719832360, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: REDISEÑO DEL SITIO WEB DEL CENTRO PSICOLÓGICO PSICOADVANCE EN LA CIUDAD DE QUITO: UN ENFOQUE EN ACCESIBILIDAD, FUNCIONALIDAD Y OPTIMIZACIÓN, realizado por Alfredo Sebastian Alajo Pichucho con documento de identificación N° 0504079534 y por Fernando Jhoel Carrillo Carrillo con documento de identificación N° 1724703580, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Proyecto integrador que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 03 de febrero del año 2025

Atentamente,

Diego Ricardo Proaño Cepeda

1719832360

CARTA DE AUTORIZACIÓN

A LA VANGUARDIA DE TU EQUILIBRIO EMOCIONAL

Dirección: Av. Cardenal de la Torre S15-236 y Ajavi.

Telf.: **02 5132924** Cel.: **0982106878**

ESPECIALIDADES	**-Psicología Clínica**	**-Psicoterapia Emocional Comportamental**
	-Terapia Psicopedagógica.	**-Psicorrehabilitación.**
	-Estimulación temprana	**-Terapia de Lenguaje.**
	-Fisioterapia	**-Terapia Familiar**

AUTORIZACIÓN

Yo, Edison Xavier Carrillo Guamán, con documento de identificación Nº 1716310105, Psicólogo Clínico, director del centro Psicológico Integral del Sur "Psicoadvance", autorizo el uso, publicación y divulgación de la información recabada en el desarrollo del trabajo a los estudiantes Fernando Jhoel Carrillo Carrillo, con documento de identificación Nº 172473580, y Alfredo Sebastian Alajo Pichucho, con documento de identificación Nº 0504079534, para el proyecto de titulación: REDISEÑO DEL SITIO WEB DEL CENTRO PSICOLÓGICO PSICOADVANCE EN LA CIUDAD DE QUITO: UN ENFOQUE EN ACCESIBILIDAD, FUNCIONALIDAD Y OPTIMIZACIÓN.

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
EDISON XAVIER CARRILLO GUAMAN

Edison Xavier Carrillo Guamán

Dedicatoria de Sebastián

A mi familia y Berenice, que me enseñó que el esfuerzo y la perseverancia son los pilares de todo logro.

A mis mejores amigos, que estuvieron durante todo este proceso, recordando que no estamos solos.

A mis profesores, que me guiaron con sabiduría y paciencia, mostrándome que el conocimiento es un viaje sin fin.

Y a mí mismo, por no rendirme cuando los obstáculos parecían insuperables y por creer que este día llegaría.

Este proyecto es más que un trabajo académico, es un testimonio de que, con pasión y dedicación, los objetivos se pueden hacer cumplir.

Dedicatoria de Fernando

A mis queridos abuelitos, quienes constituyeron un soporte esencial en mi existencia, enseñándome con cariño y compromiso los principios que me orientan. Su comportamiento y afecto han dejado una marca indeleble en mi corazón.

A mis tíos, quienes siempre han estado a mi lado, ofreciéndome su respaldo incondicional y siendo una familia en la que siempre puedo confiar.

A mis amigos de la universidad, quienes me han acompañado a lo largo de estos años, compartiendo desafíos, alegrías y aprendizajes que han marcado esta etapa de mi vida.

A mis profesores, por su dedicación, su enseñanza, por guiarme en este camino y por compartir su conocimiento, ayudándome a crecer tanto profesional como en lo personal.

Y, en especial, a mis padres, por su paciencia, por confiar y por brindarme el impulso para continuar avanzando. Sin ellos, este éxito no podría realizarse.

Con todo mi cariño y agradecimiento.

Agradecimientos de Sebastián

A mi familia, mi pilar fundamental y mi refugio. Gracias por su amor incondicional, por los sacrificios que hicieron para que yo llegara hasta aquí.

A Berenice por ser mi fuente de inspiración y apoyo incondicional. Tu amor, paciencia y confianza en mí han sido la luz que me ha guiado en este camino. Gracias por cada palabra de aliento, por creer en mis sueños incluso cuando yo dudaba, y por estar a mi lado en cada momento. Esta meta es también tuya. Con todo mi amor, siempre.

A mis compañeros de carrera, quienes se convirtieron en mis mejores amigos. Gracias por las risas, las experiencias, las noches de desvelo y por recordarme que no estaba solo en esta travesía. Juntos demostramos que el trabajo en equipo hace que los sueños sean posibles.

A mis profesores y mentores, quienes con su conocimiento y paciencia me guiaron por el camino del diseño. Gracias por creer en mí, incluso cuando yo dudaba de mis propias capacidades. Sus enseñanzas no solo han quedado en estas páginas, sino que han dejado una huella imborrable en mi vida.

Y, finalmente, a mí mismo, por no rendirme durante este proceso, por levantarme cada vez que caía y por creer que este día llegaría.

Gracias a todos por ser parte de esta historia.

Sebastian Alajo.

Agradecimientos de Fernando

Quiero comenzar expresando mi más sincero agradecimiento a Dios y a mi familia.

A mis abuelitos, por su amor incondicional y por ser mi mayor inspiración, a mis tíos, por sus palabras de motivación, y a mis padres, por su respaldo constante en cada avance, por brindarme la fortaleza y el conocimiento necesarios para finalizar este recorrido.

A mi tutor de tesis y mi docente del curso, por su paciencia, orientación y respaldo ininterrumpido. Su experiencia no solo me proporcionó claridad en el ámbito académico, sino también estímulo en los instantes de incertidumbre.

A mis amigos y compañeros, agradezco su presencia y respaldo en los instantes de estrés y felicidad. Con su amistad me ayudó a sostener mi ánimo en las situaciones más difíciles. Cada uno de ustedes aportó a que este proceso resultara más sencillo y con mejores experiencias.

Y la Universidad, por proporcionarme los recursos y el entorno educativo que me facilitaron mi desarrollo académico y profesional.

A todos, gracias por ser parte de este viaje.

Fernando Carrillo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 1
Objetivos específicos 1
Marco Teórico Referencial 3
Comunicación Visual 3
Diseño Multimedial 4
Aplicación del Diseño Multimedial en la Salud Mental 5
Diseño Web 5
Psicoadvance 7
Importancia del rediseño del sitio web 8
Interfaz de Usuario (UI) 9
Experiencia de Usuario (UX) 9
Responsive Web Design 10
Heurística de Diseño 11
Usabilidad 11
METODOLOGÍA 12
Análisis de la entrevista para Psicólogo y Recepcionista de Psicoadvance 13
Análisis e interpretación de los datos obtenidos mediante la encuesta 13
RESULTADOS 20
CONCLUSIONES 26
REFERENCIAS 27
ANEXOS 30
Anexo 1. Entrevista a Xavier Carrillo, Director General del Centro Psicológico Psicoadvance 30
Anexo 2. Entrevista a Elizabeth Guamán, Recepcionista del Centro Psicológico Psicoadvance 33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución por género y edad 14
Figura 2. *Familiaridad con PsicoAdvance* 15
Figura 3. *Concentración regional* 16
Figura 4. *Preferencias de información y estilo* 17
Figura 5. *Dispositivos utilizados y navegación* 18
Figura 6. *Preferencias de comunicación* 18
Figura 7. *Políticas de privacidad* 19

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Wireframe del inicio 21
Imagen 2. Wireframe de los servicios 21
Imagen 3. Wireframe del apartado de contactos 22
Imagen 4. Encabezado 22
Imagen 5. Inicio 23
Imagen 6. Apartado de la información de los servicios 23
Imagen 7. Pie de página 24
Imagen 8. Personal 25

Resumen

El presente proyecto está enfocado en la reestructuración de la página web del Centro Psicológico Psicoadvance, esto con el propósito de potenciar las experiencias del usuario y con ello aumentar la visibilidad de los servicios ofertados y perfeccionar la comunicación con los posibles clientes. Para este fin se utiliza un enfoque que fusiona métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, tales como cuestionarios, entrevistas y estudios de competencia. Con estas herramientas se facilitó la detección de las principales carencias del sitio web actual y la elaboración de una propuesta de diseño vanguardista enfocada en la demanda del público objetivo.

El estudio de la situación mostró problemas importantes de usabilidad, un diseño visual poco llamativo y ausencia de optimización para dispositivos móviles, además de una estructuración insuficiente de la información relacionada con los servicios. Según esto, se propone un diseño innovador que valora la experiencia del usuario a través de una interfaz sagaz y un diseño adaptable. Adicionalmente, el contenido estará ordenado y claro, en sintonía con una identidad visual consistente y tácticas de optimización para motores de búsqueda (SEO) para potenciar su presencia.

Se espera que el rediseño del sitio web produzca ventajas como un aumento en el reconocimiento del centro, una experiencia de usuario excelente, y un fortalecimiento de la marca con una representación más contemporánea y laboral. Este proyecto constituye una inversión estratégica para Psicoadvance, al establecerlo como un líder en el área de la salud mental y fortalecer su presencia digital para captar nuevos pacientes.

Palabras Clave: Comunicación visual, diseño multimedial, diseño web, Psicoadvance

Abstract

This project focuses on the restructuring of the Psicoadvance Psychological Center's website, with the aim of improving the user experience and thus increasing the visibility of the services offered and improving communication with potential clients. For this purpose, an approach that merges qualitative and quantitative research methods, such as questionnaires, interviews and competency studies, was used. These tools facilitated the detection of the main shortcomings of the current website and the development of a cutting-edge design proposal focused on the demand of the target audience.

The study of the situation showed important usability problems, an unattractive visual design and lack of optimization for mobile devices, in addition to an insufficient structuring of the information related to the services. Consequently, an innovative design is proposed that values the user experience through an intuitive interface and an adaptive design. In addition, the content will be neat and clear, in tune with a coherent visual identity and search engine optimization (SEO) tactics to improve its presence.

The website redesign is expected to produce benefits such as increased recognition of the center, an excellent user experience and a strengthening of the brand with a more contemporary and functional representation. This project is a strategic investment for Psicoadvance, establishing it as a leader in the mental health field and strengthening its digital presence to attract new patients.

Keywords: Visual communication, multimedia design, web design, Psicoadvance.

INTRODUCCIÓN

El Centro Psicológico Psicoadvance, fundado en 2013 por el Psicólogo Clínico Xavier Carrillo, surgió como un consultorio enfocado en brindar atención psicológica de calidad en el sur de Quito, una zona con limitada oferta de estos servicios. En 2014, Psicoadvance amplió su cobertura al incluir nuevas especialidades, como psicología infantil, psico-rehabilitación, psicopedagogía, terapia de lenguaje, terapia familiar y de pareja. Este crecimiento impulsó la creación del "Centro Psicológico Integral del Sur", con una nueva sede en la Av. Cardenal de la Torre y Ajaví. En 2019, el éxito del modelo permitió la apertura de CIAPS, una extensión en el norte de Quito que consolidó su presencia en el área de la salud mental en la ciudad.

Sin embargo, el sitio web actual de Psicoadvance presenta varios problemas que afectan su efectividad como herramienta de comunicación y servicio. Su visualización en dispositivos móviles no está optimizada, y la navegación es compleja, lo cual dificulta que los usuarios localicen rápidamente la información que requieren. Además, los servicios del centro, como las terapias individuales y de pareja, actividades complementarias como programas vacacionales para niños y adolescentes, y capacitaciones para empresas, no están adecuadamente destacados. Estas deficiencias impactan negativamente en la experiencia del usuario, limitando la usabilidad y restringiendo el crecimiento de la presencia digital de Psicoadvance.

Para el desarrollo de la investigación, nos hemos planteado como objetivo general, rediseñar el sitio web del Centro Psicológico Psicoadvance para optimizar la experiencia del usuario, aumentar la visibilidad de los servicios, mostrar las actividades disponibles, promover un acceso rápido, optimizado y eficiente a la información relevante para los usuarios actuales y posibles potenciales.

Para ello necesitamos desglosar nuestro trabajo de titulación en tres objetivos específicos:

Objetivos específicos:

· Actualizar el sitio web de Psicoadvance, a través del uso de la teoría, el concepto y lo estético, para enfocar una imagen y manejo adecuado hacia al usuario o público objetivo de la empresa.

· Modificar la estructura de la información, para mejorar la experiencia de usuario, implementando una navegación adecuada para el mismo y un diseño de la interfaz adaptable (responsive) que funcione de manera óptima en los diferentes dispositivos tecnológicos, garantizando la fácil y rápida accesibilidad para los internautas.

· Aumentar la visibilidad y la interacción con los usuarios, a través de la incorporación de herramientas de marketing digital como la optimización para motores de búsqueda, mejora en el uso de palabras clave, metadatos, creación de contenido relevante, portales eficientes y funcionalidades de atención en tiempo real para atraer nuevos y potenciales clientes, fortaleciendo el público visitante recurrente.

Para la justificación, el rediseño del sitio web de Psicoadvance es fundamental debido a los cambios en los hábitos de consumo de información por parte de los usuarios. Hoy en día, las personas prefieren realizar búsquedas con mayor rapidez y menor complejidad, algo que el sitio web actual no logra satisfacer. La falta de una estructura clara y fácil de usar dificulta que los usuarios encuentren los servicios que más necesitan, como terapias psicológicas, terapias online o actividades especializadas para niños y niñas y adolescentes, como son los vacacionales y los campamentos, que son parte de los programas del centro psicológico.

Además, el centro psicológico no cuenta con una estrategia digital efectiva que lo posicione adecuadamente en los motores de búsqueda, entre los de mayor tráfico de internautas, Google. Esto reduce la visibilidad ante posibles nuevos clientes. Esto tiene un impacto directo en su posicionamiento líder en el mercado de la salud psicológica de Quito, ya que otros centros con recursos tecnológicos más avanzados pueden atraer la atención de los clientes de manera más efectiva.

Un sitio web moderno adaptado a la actualización 3.0, estético y eficiente puede no solo facilitar la llegada de nuevos pacientes al centro psicológico, sino también, fortalecer la conexión con los usuarios actuales al brindarles información clara sobre los servicios, los horarios y las modalidades de atención. Además, esto permitirá a Psicoadvance destacar su enfoque integral en el bienestar físico y psicológico al promover nuevas iniciativas como las terapias grupales para niños y niñas, adolescentes, adultos y adultos mayores, así como eventos de bienestar que combinan la actividad física con la psicología.

Por otro lado, es esencial tener un diseño adaptativo para dispositivos móviles. Según la revista TELOS (2011) en su artículo *Ciberperiodismo y telefonía móvil en América Latina* escrito por Elaine Díaz y Liliam Marreno, "en América Latina los índices de penetración de la telefonía celular y el desarrollo de los principales medios digitales de la región han posibilitado la introducción de servicios móviles como parte de las ofertas informativas de las webs periodísticas" (p. 36); por lo que un sitio web que no se adapte a estos dispositivos podría perder visibilidad en estos espacios virtuales.

La modificación también permitirá incorporar mejoras en la interacción del usuario, como formularios de contacto más atrayentes, un sistema de reservas en línea para consultas y la implementación de canales de atención como WhatsApp, que facilitarán la comunicación directa con los profesionales.

Por último, el desarrollo del sitio web es una respuesta a la necesidad de facilitar el uso y la accesibilidad del usuario-máquina y una estrategia de marketing digital que permitirá al centro psicológico Psicoadvance aumentar su presencia en el mercado. El resultado de estas mejoras se podrá reflejar en más consultas, mayor visibilidad de los servicios y un efecto positivo en la comunidad que se beneficia de los servicios.

Aproximación teórica

Marco Teórico Referencial.

Comunicación Visual.

La comunicación visual es una herramienta para la transmisión de información a través de recursos gráficos, imágenes y símbolos que permiten sintetizar mensajes complejos de manera clara y comprensible como lo define, Bruno Munari (2016) "Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto según el contexto en el que se encuentren, y dan informaciones diferentes." (p. 63). Utiliza signos y códigos visuales que el receptor puede interpretar, lo que permite una decodificación rápida y efectiva. En campos como el diseño gráfico y la publicidad, este tipo de comunicación es fundamental porque facilita la creación de productos visuales impactantes que puedan afectar las percepciones y conductas de las audiencias. En este sentido, los elementos

visuales no solo transmiten información, sino que también generan sentimientos y responden a las expectativas culturales de los usuarios.

La comunicación visual también juega un papel relevante en entornos terapéuticos. En el diseño de espacios para el tratamiento de la salud mental, como clínicas o centros de apoyo psicológico, la disposición visual de colores, formas y símbolos puede impactar el estado emocional de los pacientes. La elección de colores suaves y diseños minimalistas, por ejemplo, puede promover la calma y reducir la ansiedad. Así, la aplicación de la comunicación visual no solo busca transmitir información, sino también mejorar la experiencia terapéutica y el bienestar emocional de los usuarios.

La comunicación visual es una herramienta poderosa en el campo de la salud mental para sensibilizar al público sobre problemas relacionados con el bienestar emocional y psicológico. Como lo explica Noemí, P. (2019) “Vivimos rodeados de cultura visual formada por imágenes publicitarias, pinturas en las calles, arquitecturas y esculturas que conforman el patrimonio cultural, imágenes cotidianas de las cuales a veces ni nos percatamos.” (p. 6).

Los elementos gráficos facilitan la comprensión de temas que podrían resultar difíciles de explicar solo con texto. Utilizar infografías y campañas visuales permitiría transmitir información acerca de los servicios ofertados y los trastornos que trata de manera más efectiva y atractiva para los usuarios. Además, los recursos gráficos ayudan a atraer la atención de los visitantes y mejorar su experiencia en el sitio web, haciendo que la navegación sea más intuitiva y amigable. Al mismo tiempo, al promover la salud mental de una manera visualmente accesible, se contribuye a reducir el estigma social en torno a estos problemas, lo que puede incentivar a más personas a buscar apoyo y orientación dentro de su entorno, incrementando la dinámica comercial del giro de negocio.

Diseño Multimedial.

El término "Diseño Multimedial" se refiere a la combinación de varios tipos de medios, como imágenes, video, texto, sonido y animación, para crear productos que sean interactivos y dinámicos. Es una evolución de las formas tradicionales de comunicación que se adapta a los requisitos de las tecnologías digitales, permitiendo la creación de experiencias inmersivas que van

más allá de la simple visualización. La revista *Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC* indica que:

> "es importante incluir los diseños multimedia en los entornos virtuales de aprendizaje, ya que forman un espacio de interacción entre el docente y el estudiante; y a la vez, permite colocar materiales digitales y didácticos en un diseño previo, que establezca actividades de aprendizaje que ayuden a los estudiantes a lograr los objetivos planteados". (Manrique, Y., y Uc, C., p. 21).

Esta información permitirá tener una base para poder aplicar dentro del sitio web varios apartados donde los usuarios de una forma más amigable puedan responder inquietudes, para que los profesionales de Psicoadvance puedan generar un diagnóstico previo de cada caso en particular.

Esta disciplina es ampliamente utilizada en áreas como la publicidad, la educación y el entretenimiento, donde el objetivo es producir contenido que no solo sea informativo, sino que también sea atractivo y atrayente para los espectadores.

Aplicación del Diseño Multimedial en la Salud Mental.

El diseño multimedial brinda una variedad de posibilidades en el área de la salud mental, especialmente en la creación de contenidos interactivos que fomenten el bienestar. Para mejorar el estado emocional del usuario, las aplicaciones móviles que ofrecen terapia en línea, meditación guiada o ejercicios de relajación, utilizan técnicas multimediales, como Chiriboga, S. (2024) menciona que "coordina e implementa actividades de cooperación técnica dirigidas a fortalecer las capacidades nacionales para desarrollar políticas, planes, programas y servicios, contribuyendo a promover la salud mental, reducir la carga que significan las enfermedades psíquicas, prevenir las discapacidades y desarrollar la rehabilitación." (p. 22). El diseño multimedial puede ayudar a las personas a sentirse más conectadas y comprometidas con su proceso terapéutico al incorporar animaciones, video y sonido relajante. Esto aumenta la efectividad de las intervenciones.

Sitio Web.

El diseño web es una parte importante en la creación de plataformas digitales porque implica la planificación, creación, revisión y el mantenimiento de portales web que sean fáciles de

usar y que funcionen. El diseño web debe enfocarse en la experiencia e interfaz del usuario, asegurando que la estructura del sitio sea de fácil intuición y navegación, mientras se integra de manera coherente los elementos visuales. Hassan Montero y Martín Fernández lo definen como la "posibilidad de que un producto o servicio web pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indiferentemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso." (nsu, 2003). La capacidad de adaptarse a diferentes dispositivos mediante el uso de técnicas como el diseño responsivo, que garantiza una experiencia consistente en smartphones, tablets y computadoras, es lo que hace que el diseño web sea pertinente.

El diseño web está estrechamente relacionado con la salud mental, especialmente en el contexto de la creación de plataformas de apoyo psicológico. Un diseño fácil de entender y visualmente atractivo puede ayudar a los usuarios a acceder a recursos como terapias en línea o foros de apoyo de manera más fácil y efectiva. Los sitios web bien diseñados pueden ayudar a las personas que buscan ayuda a acceder a los recursos.

En el ámbito de la salud mental, la accesibilidad aplica no solo a la facilidad de uso técnico de una página web, sino también a la capacidad del sitio web para generar una sensación de seguridad y confianza en los usuarios, Ianire Valer lo describe como que "Hoy en día, las nuevas tecnologías no sólo permiten mejorar webs, sino que también se crean soluciones cada vez más personalizadas a los problemas" (2014, p. 8). Un sitio web que transmite afecto y apoyo emocional a través de su diseño puede inspirar a los usuarios a interactuar más con la plataforma. Esto puede incluir el uso de colores suaves, tipografía legible y una estructura clara que ayude a las personas con problemas emocionales como ansiedad o depresión.

El uso de herramientas multimediales en las terapias digitales representa una revolución en la forma en que se brindan servicios de salud mental, según Zambrano, J. C., et al. en la *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, indican que "Las tecnologías digitales están produciendo cambios dramáticos y de largo alcance en la forma cómo nos relacionamos, cómo nos comunicamos, cómo conformamos nuestras identidades, en una palabra, cómo vivimos". (p.729). Un enfoque integral que facilita la terapia cognitivo-conductual, el mindfulness y otras técnicas terapéuticas se proporciona a través de plataformas interactivas que combinan texto, video y ejercicios visuales. Estas plataformas no solo mejoran la accesibilidad, sino que también

personalizan la experiencia del usuario, permitiendo intervenciones adaptadas a las necesidades y ritmos individuales.

Psicoadvance.

Psicoadvance, se fundó el 24 de enero de 2013, ubicado en el sur de Quito. El consultorio estaba especializado únicamente en psicología clínica, área en la que se desempeñaba su director, el psicólogo clínico Xavier Carrillo, quien fundó el centro con la visión de ofrecer atención psicológica de calidad en el sur de la ciudad, una zona que históricamente había carecido de servicios especializados en comparación con el norte.

En el 2014, gracias al crecimiento y a la incorporación de la Dra. Rosa Haro, se expandió hacia nuevas especialidades como psicología infantil y psicorrehabilitación. Este cambio fue fundamental para el surgimiento del Centro Psicológico Integral del Sur, una institución que se trasladó a su ubicación actual en la Av. Cardenal de la Torre y Ajaví, y que amplió su oferta de servicios para incluir psicología educativa, psicopedagogía, terapia de lenguaje, terapia de familia y pareja, estimulación temprana y tareas dirigidas.

En el 2019, el centro psicológico replicó su modelo exitoso y creó una nueva sede en el norte de Quito, llamada CIAPS, consolidando su presencia en ambas zonas de la ciudad y aumentando su cobertura en la salud mental. Como lo expresa Juan Molina “un centro psicoterapéutico hoy por hoy se ha convertido en una gran herramienta para la educación, formación integral, mental y emocional de las personas…fortaleciendo la calidad de vida de niños, adolescentes y adultos” (YouTube, 2023, 1m38s).

La misión de Psicoadvance es brindar un servicio integral y profesional de alta calidad, fundamentado en el compromiso, la ética y la excelencia. Su objetivo principal es promover la salud mental y potenciar el bienestar de los pacientes, mejorando la calidad de vida de estos. Este enfoque en la atención integral es esencial para cubrir todas las etapas del desarrollo humano, desde la infancia hasta la vejez.

La visión de la institución es convertirse en un referente nacional e internacional, reconocido por su profesionalismo y compromiso con la investigación y el tratamiento de la conducta humana. El impacto de Psicoadvance busca trascender a nivel comunitario, promoviendo

programas de prevención en la salud mental. El objetivo principal del centro es mejorar la calidad de vida de la población a través de intervenciones en las distintas áreas de la psicología, desarrollando programas de prevención y tratamiento que respondan a las necesidades psicológicas y emocionales de los pacientes.

Importancia del rediseño del sitio web.

El crecimiento y la diversificación de los servicios de Psicoadvance hacen evidente la importancia de disponer una plataforma digital que refleje adecuadamente su evolución y ofrezca una experiencia de usuario óptima. Desde su fundación en 2013, el centro ha ampliado considerablemente su oferta de especialidades y áreas de atención, lo que requiere una presencia digital que esté a la altura de su reputación y servicios.

Un sitio web actualizado y bien diseñado permitirá que:

- Atraiga nuevos pacientes.
- Mejore la accesibilidad a sus servicios.
- Refuerce su presencia en el área de la salud mental en Quito.
- Integre herramientas interactivas para una comunicación más eficiente con los usuarios.

El rediseño del sitio web es una oportunidad estratégica para fortalecer la relación con los pacientes actuales y expandir su impacto en la comunidad, alineado con su misión de mejorar la salud mental en todas las etapas de la vida, donde la interactividad juega un campo fundamental en la interacción usuario – máquina.

El término "interactividad web" se refiere a la capacidad de un sitio web para permitir que los usuarios y el sistema se comuniquen y compartan información en tiempo real. En la revista *Interactividad en sitios web de medios: buscando nuevas formas de diálogo con sus usuarios*, Varas, M. y González, C. mencionan que “La interactividad es la propiedad gradual y variable de un dispositivo tecnológico, que permite la comunicación dialógica entre sus usuarios, y que suele estar representada por diversos elementos técnicos” (p. 553). La interactividad del sitio web de Psicoadvance es fundamental para mejorar la experiencia del usuario porque permite una navegación más dinámica, adaptada y fluida.

En el ámbito de la salud mental, la interactividad es un punto importante para ofrecer una atención accesible y de calidad, “las compañías necesitan tener páginas Web que sean eficaces a la hora de permitir la Comunicación con esos públicos” (Dueñas, et al., p. 739) En muchos casos, la primera interacción que tiene un paciente con un centro psicológico ocurre a través de su sitio web, por lo que es crucial que esa experiencia inicial sea ágil, comprensible y eficiente.

Interfaz de Usuario (UI)

La interfaz de usuario (UI), y su diseño apropiado es esencial para simplificar la navegación y potenciar la accesibilidad en el portal web de Psicoadvance. Una interfaz de usuario nítida y cautivadora debe componerse de componentes visuales, como botones y menús, de tal forma que los usuarios puedan localizar con rapidez la información que necesitan, lo cual optimiza notablemente la interacción con la plataforma y favorece una experiencia más amigable.

Como menciona el portal web Novicell (2024), “el diseño minimalista se mantiene como una tendencia líder en UX/UI, resonando con la creciente preferencia por la simplicidad y la claridad visual. Este enfoque resalta una cuidadosa selección de elementos de la interfaz de usuario, potenciando la funcionalidad y la esencia de los productos digitales” (párrafo 1).

El diseño minimalista hoy en día es un estilo en tendencia, este método se enfoca en disminuir los componentes visuales y destacar los que son fundamentales para el usuario, lo que facilita una navegación más sencilla e intuitiva. Este al contrarrestar elementos distractores y maximizar la claridad, potencia la experiencia del usuario (UX), pues simplifica la interacción y hace que el contenido sea más accesible y entendible, esta tendencia aspira a hacer que los productos digitales sean más eficientes y cautivadores.

Experiencia de Usuario (UX)

La experiencia de usuario (UX) engloba las percepciones y emociones que los usuarios experimentan al interactuar con el ecosistema web. En el rediseño de Psicoadvance, la UX se centra en promover una navegación sencilla y sin problemas, como la demora en la carga de la información, pérdida de recursos del portal, complejidad de navegación, entre otros, incrementando la satisfacción del usuario al utilizar los servicios del centro. La aplicación de un diseño centrado en el usuario y la valoración de las necesidades del público objetivo son

fundamentales para mejorar la interacción, y crear una imagen favorable del centro, lo cual puede aumentar tanto la utilización del sitio como la confianza en los servicios proporcionados.

HubSpot afirma que "existen diferentes métodos de optimización para mejorar la calidad del diseño, pero, sin importar la aplicación, el objetivo del diseño centrado en el usuario debe conseguir sea fácil de usar" (2024, párrafo 1).

Existen diversas técnicas de optimización para perfeccionar el diseño, el propósito principal en cualquier método debe ser siempre la sencillez para el usuario. Esto significa que, sin importar las herramientas o métodos utilizados, el diseño debe dar prioridad a una experiencia fácil de entender e intuitiva, donde los usuarios puedan interactuar sin problemas.

Responsive Web Design

El diseño adaptable garantiza la correcta adaptación del sitio web a cualquier tipo de dispositivo, proporcionando una experiencia homogénea y fluida para los usuarios que ingresen desde dispositivos móviles, tablets, ordenadores, y formatos a gran escala como Smart TV. En la reestructuración de Psicoadvance, este atributo es crucial para asegurar que el contenido sea visible y visualmente atractivo en todas las pantallas, optimizando la experiencia global del usuario y la accesibilidad del sitio web, aspecto crucial considerando el aumento en el uso de dispositivos móviles para utilizar servicios en línea. Este apartado se aplica para portal web que se encuentran en sincronía con la web 3.0 donde la adaptabilidad transforma estos ecosistemas en sitios dinámicos.

De las características informativas estáticas de la Web 1.0, progresó hacia la experiencia interactiva que ofrece la Web 2.0. La siguiente fase de la evolución de la Web, la Web 3.0, ya está en marcha. La Web 3.0 implica una experiencia Web unificada en la que la máquina tiene la capacidad de entender y clasificar datos de una manera similar a la de los humanos. Esto permitirá un almacenamiento de datos global donde cualquier formato de datos puede ser compartido y comprendido por cualquier dispositivo a través de cualquier red.

En el campo de la web 3.0 el internauta conoce la información que se ajusta a sus gustos e intereses debido al avance en los algoritmos, mismos que pretenden conocer rasgos y características del usuario para proyectar información que se ajuste a sus necesidades.

Heurística de Diseño

Las heurísticas de diseño son fundamentos que orientan la elaboración de interfaces de usuario para optimizar su funcionalidad, tal como las de Nielsen, que subrayan la visibilidad del estado del sistema, la gestión del usuario y la prevención de fallos. En el portal web de Psicoadvance, la implementación de estos principios garantizará que los usuarios se comuniquen de forma intuitiva, con comentarios claros y soluciones rápidas para rectificar fallos. Esto mejora la eficacia y eficiencia del sitio web, incrementando la confianza y la satisfacción de los usuarios al usarlo.

Usabilidad

La usabilidad se centra en cuán efectiva y gratificante resulta la interacción del usuario con el sistema. En la reestructuración del sitio web de Psicoadvance, optimizar la usabilidad significa simplificar la navegación, acelerar los tiempos de carga y mejorar la forma de completar los formularios. Además, es necesario garantizar el acceso universal para todos los usuarios, garantizando que el sitio sea inclusivo y operativo. La realización de pruebas de usabilidad facilitará la adaptación del sitio para proporcionar una experiencia mejorada, lo cual influirá de manera positiva en la captación y fidelización de usuarios.

METODOLOGÍA

Para realizar este proyecto de reestructuración del sitio web del Centro Psicológico Psicoadvance, se aplicó un enfoque mixto, fusionando técnicas de carácter cualitativo y cuantitativo. La meta principal consistió en reconocer las dificultades presentes y buscar posibilidades de mejora que se ajusten a las demandas y al entorno del centro. Se llevaron a cabo cuestionarios con un grupo de 100 participantes empleando la plataforma Microsoft Forms, lo que posibilitó una recolección de datos eficaz y organizada. Además, se realizaron dos entrevistas: una con el director del centro y otra con la recepcionista, quien también está a cargo de dar tareas dirigidas. Estas entrevistas posibilitaron un mayor entendimiento de las necesidades particulares del negocio y sus clientes. Esta mezcla de técnicas brindó una perspectiva completa para orientar el diseño de una interfaz funcional y optimizada. Con el fin de desarrollar este proyecto, seguimos una línea de investigación basada en el diseño de interfaces gráficas, que es usada para mejorar la interacción y la experiencia del usuario en plataformas digitales.

> "Al momento de pensar en el diseño de un recurso didáctico digital se debe considerar que la creación y distribución de los contenidos sea planteada en las condiciones más favorables para la diversidad de usuarios, asegurando el uso del potencial máximo de estos contenidos". (Cordero, F., 2018, p.17).

Esta metodología se enfoca en crear interfaces visualmente atractivas y funcionales que faciliten la navegación, optimicen la accesibilidad y mejoren la comunicación visual, elementos clave para un sitio web orientado a servicios de salud mental. En base a estos puntos nos planteamos la siguiente pregunta.

Se usó una investigación exploratoria, conforme la *Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* "una investigación definida como exploratoria debe responder a un tema desconocido, poco estudiado o novedoso." (p. 54) El objetivo de la investigación es analizar el estado actual del sitio web del centro psicológico Psicoadvance, identificando problemas y oportunidades de mejora. Además, aprender sobre las necesidades de los usuarios en relación con un sitio web especializado en el área de la salud mental.

Análisis de la entrevista para Psicólogo y Recepcionista de Psicoadvance.

Según el análisis realizado en base a la respuesta de los encuestados (Véase en el anexo 1 y anexo 2), se llega a la conclusión de que, aunque el sitio web actual satisface ciertos aspectos fundamentales en cuanto a accesibilidad y funcionalidad, hay otros aspectos que requieren mejoras. Se enfatizó en las dificultades vinculadas a la fácil navegación dentro del sitio y la carga de información relevante, además de la adaptabilidad del diseño del sitio en dispositivos móviles.

Se destacó la importancia en mejorar la calidad de información y apariencia de forma que represente profesionalismo y confianza al usuario, como lo mencionó una de las entrevistadas "con nuestra diversidad de servicios buscamos abordar tanto problemas de carácter emocional y conductual como requerimientos educativos, para establecer al centro como un líder en salud mental y bienestar más completo".

Por lo tanto, se propone un rediseño completo del sitio web, centrándose en la funcionalidad, en aspectos de posicionamiento del centro psicológico Psicoadvance, donde se destacan principalmente los servicios que se ofrece en el mismo, así como los datos esenciales de ubicación y contacto, siendo esto a la vez óptimo y accesible a los diferentes usuarios.

Análisis e interpretación de los datos obtenidos mediante la encuesta.

El análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta para el rediseño del sitio web de Psicoadvance revela patrones significativos que guiarán la estrategia de desarrollo y optimización del mismo. A continuación, se sintetizan los hallazgos más relevantes, agrupando las preguntas y resultados que presentan puntos en común.

Perfil del Usuario

Distribución por Género y Edad

La encuesta indica una predominancia de usuarias femeninas (62%) en comparación con los usuarios masculinos (26%), lo que sugiere un enfoque en las preferencias de este grupo durante el rediseño. Además, la mayoría de los encuestados se encuentra en las franjas etarias de 18-25 años (37%) y 26-35 años (30%), lo que implica que el sitio debe ser diseñado para satisfacer las expectativas de estos nativos digitales, priorizando la modernidad y la interactividad, mientras que también se debe considerar la accesibilidad para grupos mayores (46-55 y >55 años) que requieren una navegación más sencilla.

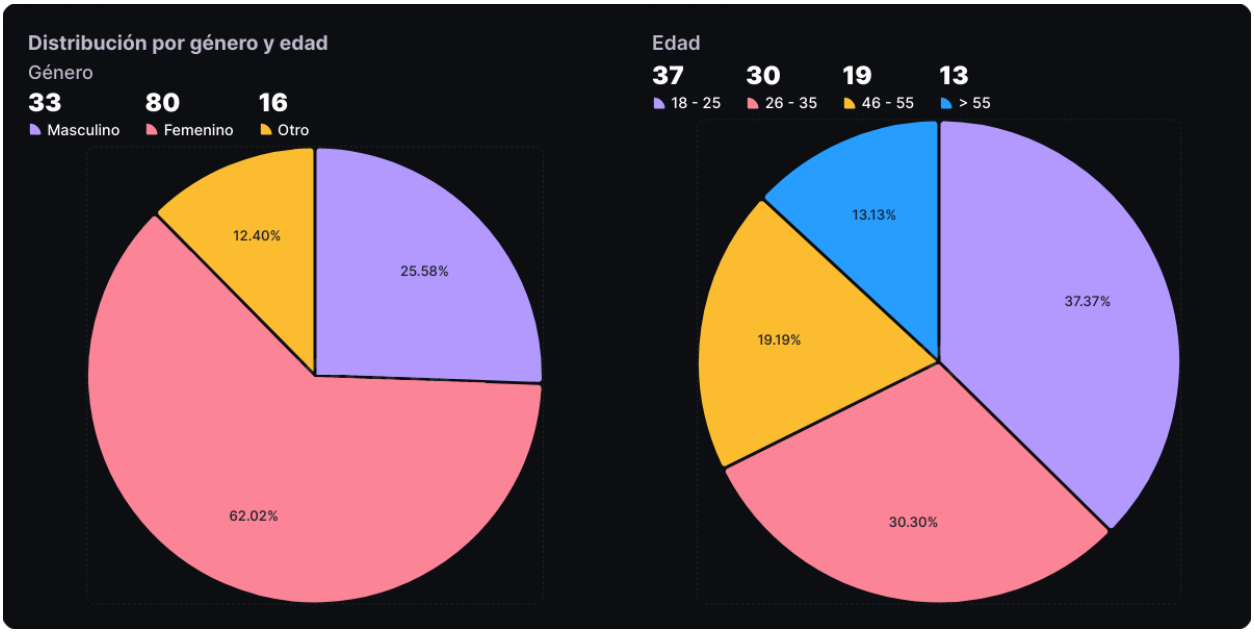


Figura 1. Distribución por género y edad

Conocimiento del Centro Psicológico

Familiaridad con Psicoadvance

El 50% de los encuestados conoce el centro, lo que implica que el sitio debe servir como una introducción efectiva para nuevos usuarios, destacando información clara sobre servicios y beneficios. Para quienes ya conocen Psicoadvance, es crucial ofrecer detalles específicos sobre profesionales y novedades.

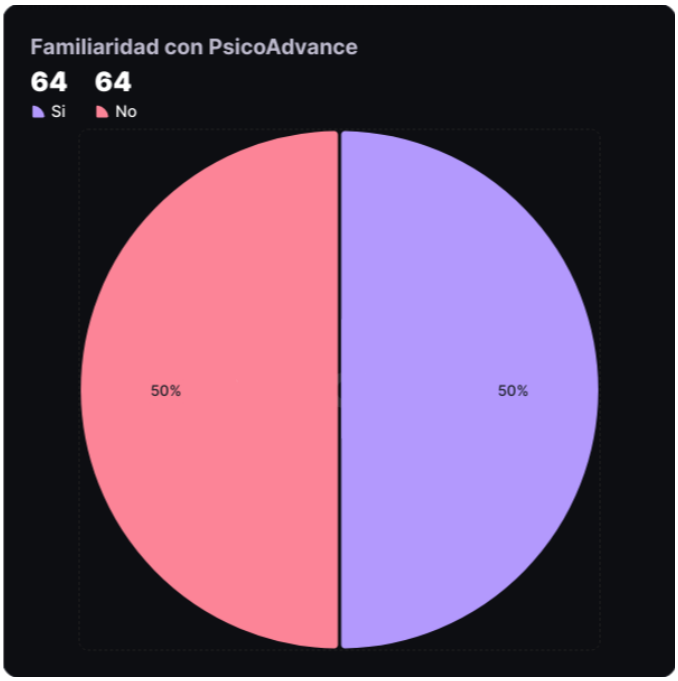


Figura 2. *Familiaridad con Psicoadvance*

Ubicación Geográfica

Concentración Regional

La mayoría de los encuestados proviene del Sur de Quito (54%) y los Valles (31%). Esto sugiere que las estrategias de marketing digital deben centrarse en estas áreas, adaptando el contenido para mejorar la relevancia local.

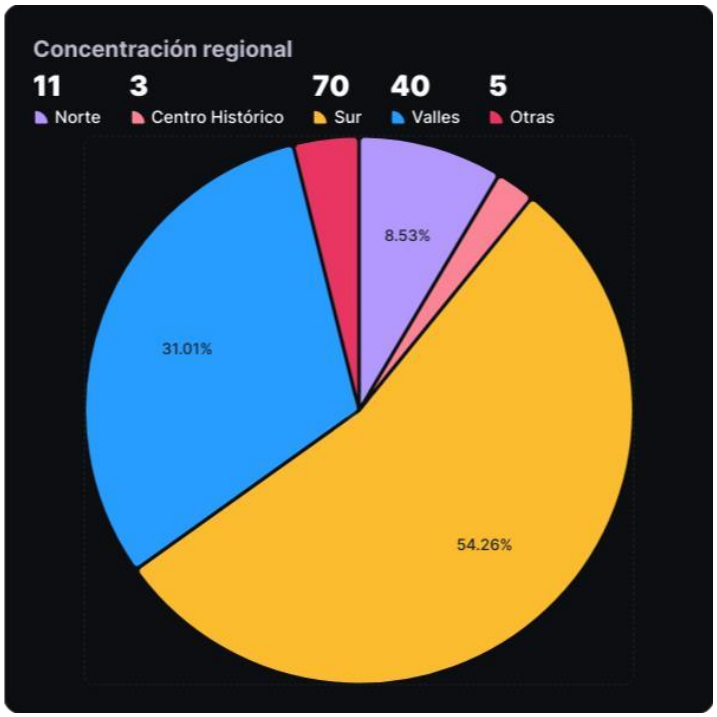


Figura 3. *Concentración regional*

Contenido y Diseño del Sitio

Preferencias de Información y Estilo

Los usuarios priorizan información sobre servicios (27%), perfiles de psicólogos (20%) y testimonios (19%). Por lo tanto, el nuevo diseño deberá incluir secciones claras para cada uno de estos elementos. En cuanto al estilo visual, existe una preferencia casi equitativa entre un diseño minimalista (43%) y animado (42%), lo que sugiere un enfoque híbrido que combine ambos estilos para mejorar la experiencia del usuario sin comprometer la claridad.

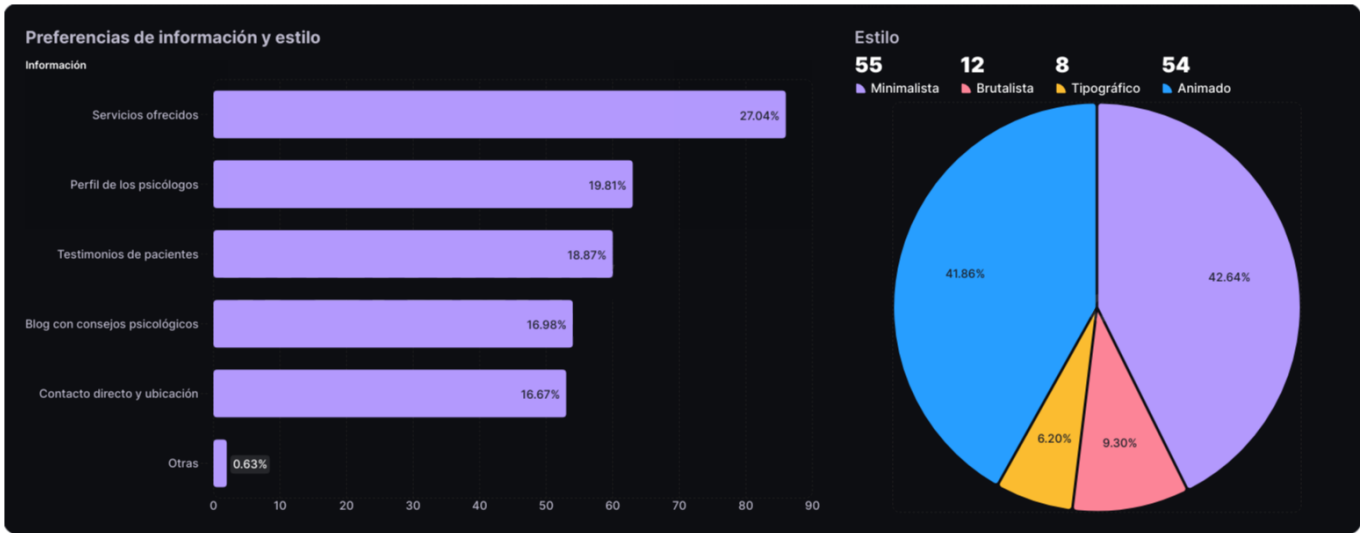


Figura 4. *Preferencias de información y estilo*

Accesibilidad y Usabilidad

Dispositivos Utilizados y Navegación

El 68% utiliza teléfonos móviles para navegar, lo que subraya la necesidad de un diseño mobile-first. Se recomienda crear un sitio responsive, optimizado para velocidad y usabilidad en dispositivos móviles. Además, se identificó que los elementos visuales son cruciales, con una preferencia por imágenes (38%) y vídeos (32%).

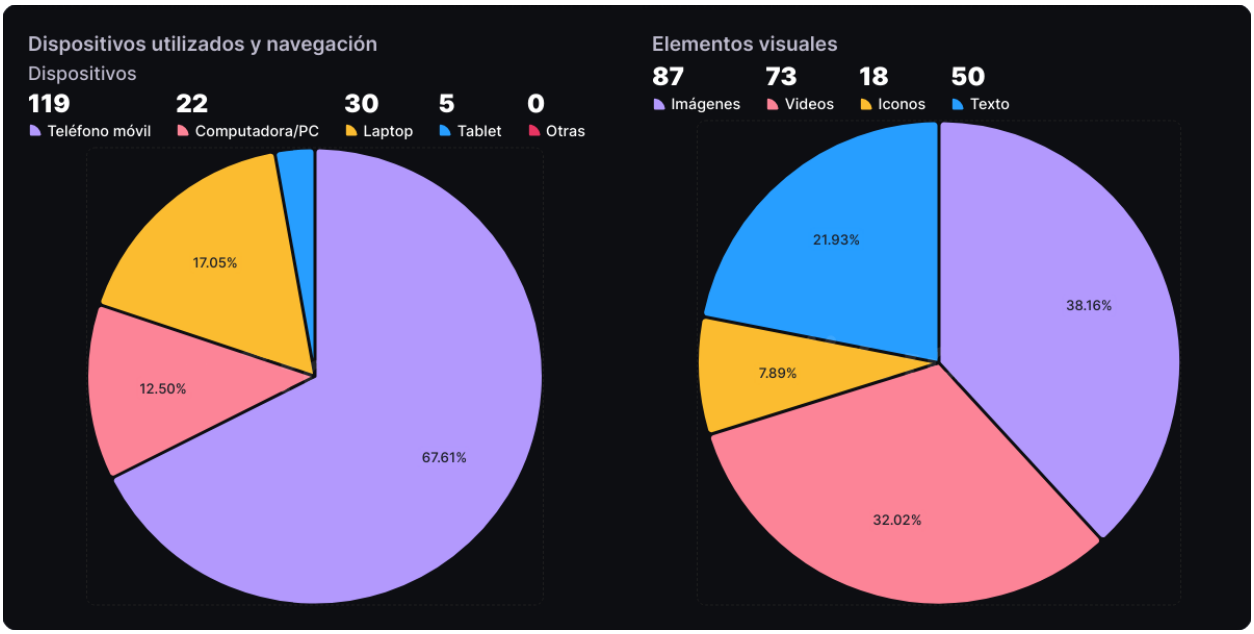


Figura 5. *Dispositivos utilizados y navegación*

Métodos de Contacto

Preferencias en Comunicación

Una abrumadora mayoría (91%) prefiere contactar a través de WhatsApp. Por ello, se priorizará la integración de este canal en el sitio web, junto con un formulario alternativo. También se considera la implementación de un ChatBot para responder preguntas frecuentes y facilitar la navegación.

Figura 6. *Preferencias de comunicación*

Confianza y Privacidad

Políticas de Privacidad

Un alto porcentaje (91%) acepta las políticas de privacidad, pero también existen preocupaciones sobre el uso de información personal. Para abordar esto, se implementará una

política clara y accesible, enfatizando la transparencia sobre la recopilación y uso de datos personales.

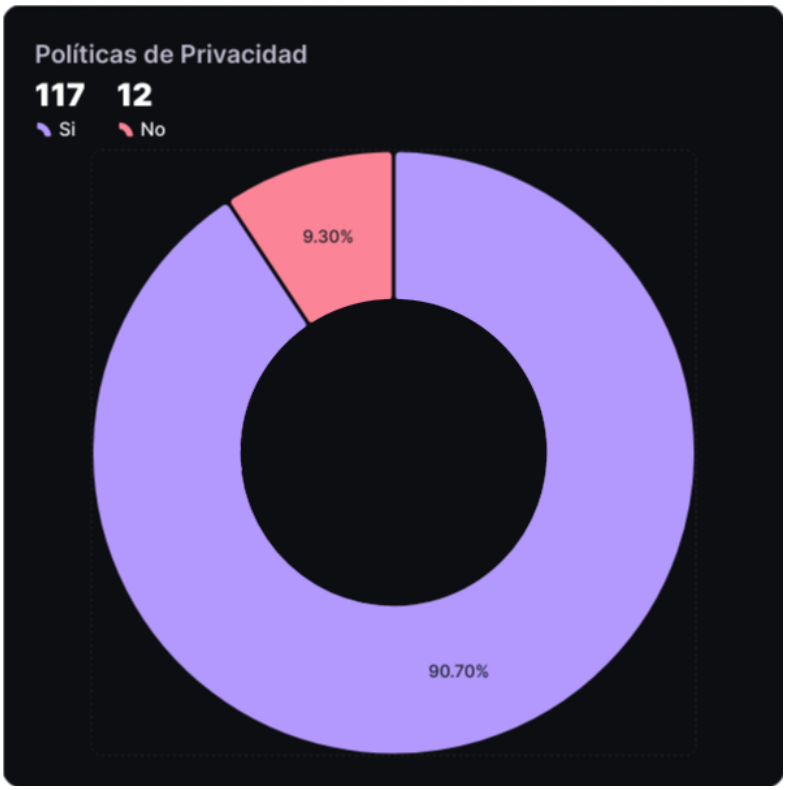


Figura 7. *Políticas de privacidad*

RESULTADOS

El rediseño del sitio web del Centro Psicológico Psicoadvance es una respuesta estratégica a las deficiencias actuales en su plataforma digital, que afectan la experiencia del usuario y limitan su visibilidad en el mercado de la salud mental en Quito. El sitio actual presenta problemas de navegación y no está optimizado para dispositivos móviles, lo que dificulta que los usuarios encuentren información sobre servicios esenciales como terapias individuales y programas para niños.

Nuestra primera observación al desarrollar el rediseño fue analizar las partes que debían ser modificadas por los nuevos elementos que se habían consultado en las encuestas antes mencionadas, gracias a estas respuestas por las personas encuestadas se pudo determinar qué elementos eran los necesarios para el rediseño del sitio web. Dándonos así el punto de partida el cual fue la recopilación de la información del anterior sitio web, para no perder dicha información ya que era de gran valor e importancia para rellenar los nuevos apartados que estaban planeados.

Se realizaron wireframes, para definir los apartados y secciones que iba a tener el sitio web. Estos bocetos sirvieron como referencia para el desarrollo del producto y una guía para saber qué elementos se iban a necesitar, así como logo, textos del menú, botones, iconos, barras de búsqueda, títulos, subtítulos, cuadros de texto, cuadros de imágenes. Todos estos elementos serán ubicados en el sitio web el cual tiene un Encabezado (Header), Cuerpo (Body) y Pie de Página (Footer).

Imagen 1. Wireframe del inicio.

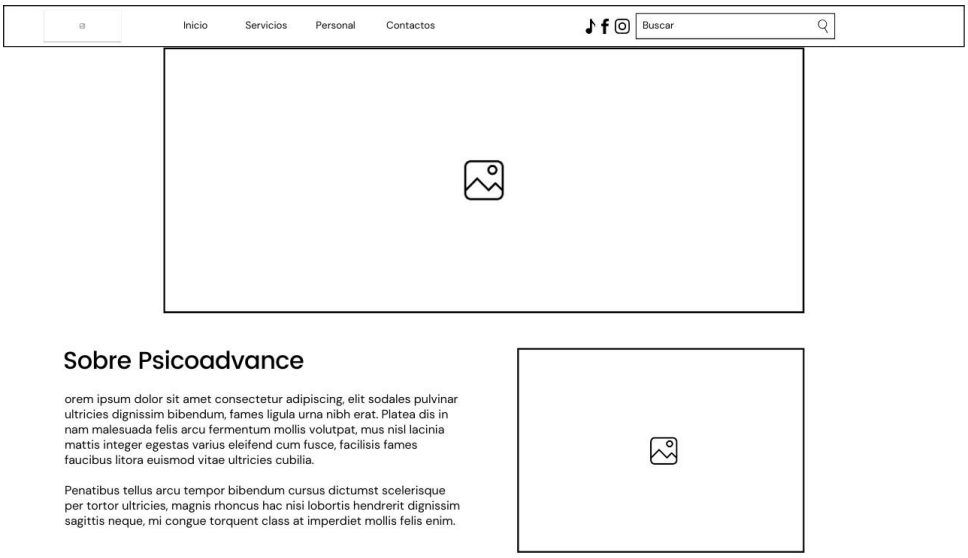


Imagen 2. Wireframe de los servicios.

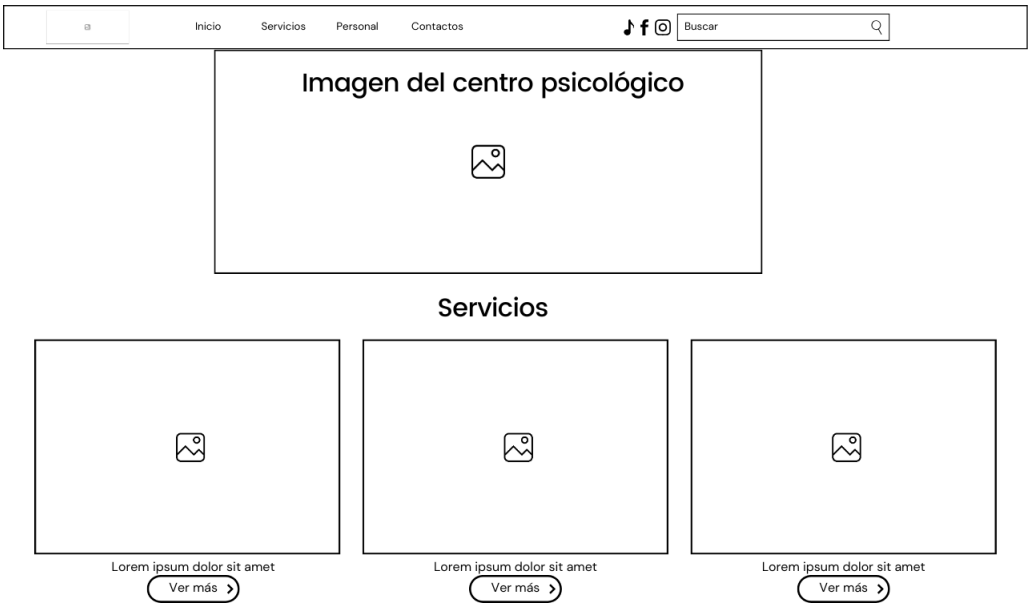
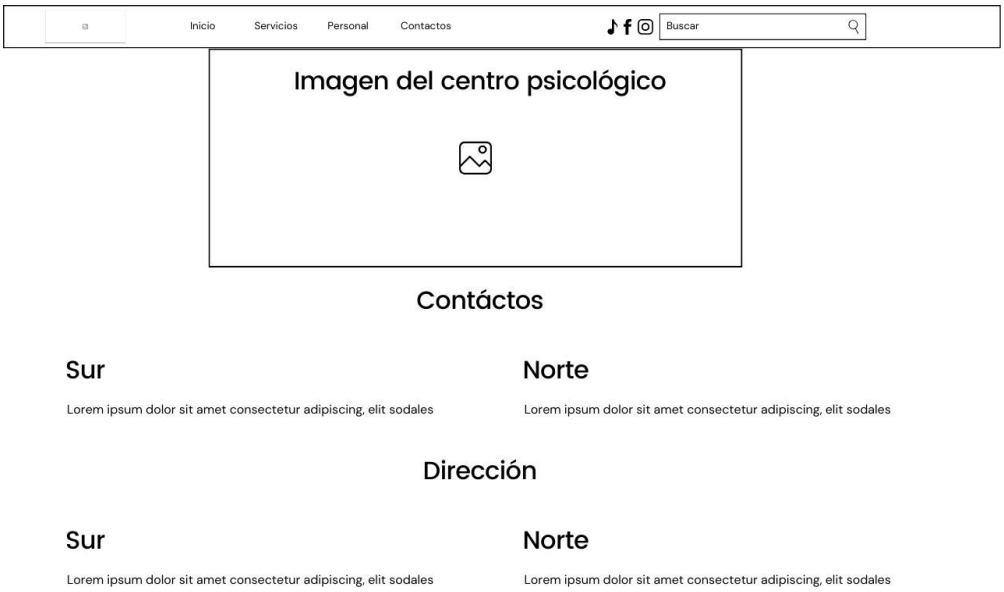


Imagen 3. Wireframe del apartado de contactos.



Encabezado

El encabezado está conformado por el logo del Centro Psicológico Psicoadvance, acompañado de un menú el cual está desglosado en siete opciones, Inicio, Sobre Nosotros, Servicios, Personal, FAQ (Preguntas Frecuentes), Eventos, Contacto, también se encuentra un botón de búsqueda y Contáctanos.

Imagen 4. Encabezado.

Cuerpo

El cuerpo del sitio web cuenta con un banner de bienvenida, Apartado de Nuestros Servicios, Acerca de Psicoadvance, Actividades Complementarias, Conoce a Nuestro Equipo, Testimonio de Pacientes.

Imagen 5. Inicio.

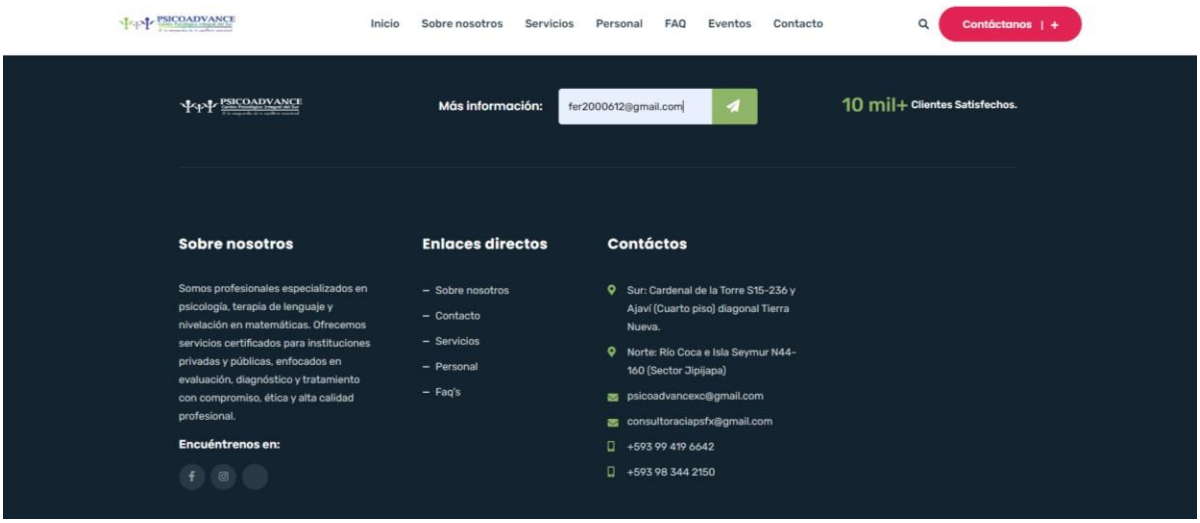
Cada apartado tiene su información correspondiente, la cual fue recuperada del anterior sitio web y también algunos datos fueron actualizados o agregados. Al igual que el contenido gráfico fue actualizado, como se puede visualizar los iconos, imágenes que fueron tomadas en el Centro Psicológico Psicoadvance.

Imagen 6. Apartado de la información de los servicios.

Pie de Página

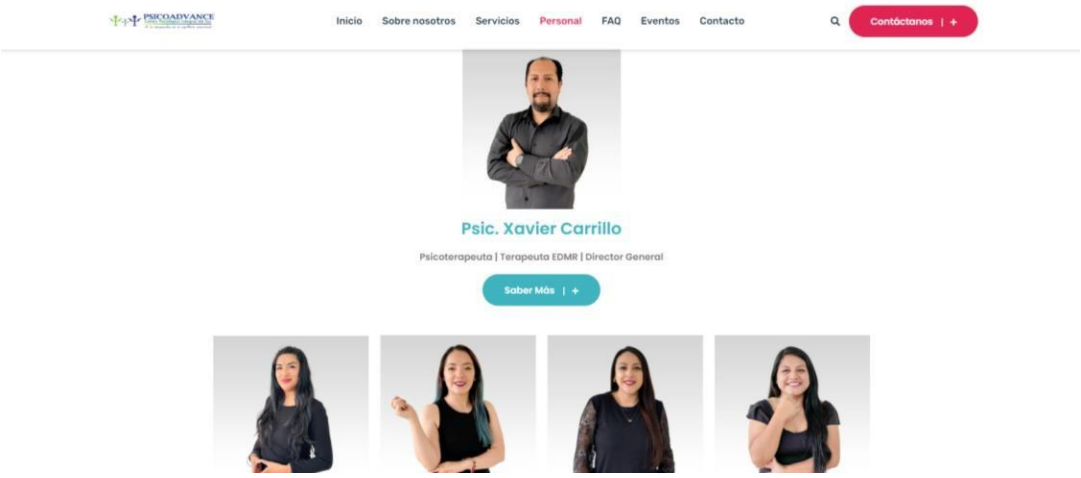
Al final de la página encontramos el pie de página el cual consta de tres columnas, con la información de Sobre nosotros, Enlaces Directos y Contáctanos.

Imagen 7. Pie de página.



Una vez establecida toda la información en la Página Principal o de Inicio el siguiente paso que realizamos fue el de establecer la paleta de colores que se iba a utilizar en toda la página, al igual que designar la tipografía para títulos, subtítulos y textos informativos. Y también esto nos sirvió para la elaboración de las otras páginas que se describen en el Menú que pertenece a Encabezado.

Imagen 8. Personal.



Finalizado todo el proceso de actualización de imágenes e información, con la nueva paleta de colores, nuevos iconos y apartados se realizaron diversas previsualizaciones, en modo de PC, laptop, celular y tableta para verificar su adaptabilidad (responsive), y dado el caso de realizar pequeños cambios en su diseño.

CONCLUSIONES

La actualización del sitio web de Psicoadvance permitió consolidar una imagen profesional y coherente con los valores de la empresa, logrando un diseño estético y funcional que responde a las expectativas del público objetivo. La integración de conceptos teóricos y visuales mejoró la percepción de los usuarios sobre el centro, posicionándose como un referente confiable en el ámbito de la salud mental. Este rediseño fortaleció la identidad corporativa, alineándose con las necesidades actuales del mercado y las tendencias digitales.

La reorganización de la estructura informativa y la implementación de un diseño adaptable (responsive) optimizaron significativamente la experiencia del usuario. Ahora, los internautas pueden navegar de manera intuitiva y acceder rápidamente a los servicios desde cualquier dispositivo tecnológico. Este enfoque no solo incrementó la usabilidad del sitio, sino que también redujo barreras tecnológicas, promoviendo una mayor interacción y satisfacción entre los usuarios. La accesibilidad mejorada garantiza que Psicoadvance pueda atender a una audiencia más amplia y diversa.

La incorporación de herramientas de marketing digital, como estrategias SEO, palabras clave optimizadas y contenido relevante, incrementó la visibilidad de la página web en motores de búsqueda. Además, las funcionalidades interactivas, como atención en tiempo real, fomentaron una mayor interacción con los usuarios y fortalecieron la relación con clientes actuales y potenciales. Estas mejoras no solo aumentaron el tráfico al sitio, sino que también contribuyeron al crecimiento sostenible del centro al captar nuevos pacientes y fidelizar a los existentes.

REFERENCIAS

Berganza, M. & Ruiz, J. (s.f.). *Guía Práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación.* [PDF]. https://avac.ups.edu.ec/presencial65/pluginfile.php/98602/mod_resource/content/1/investigar_comunicacion_guia%20%281%29.pdf

Bruno, M. (2016) *Diseño y comunicación visual*. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Z6EXEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=comunicacion+visual&ots=FkXCFyHhY5&sig=sc9K403Kf0NqNZBM60Z5QWm8-tA#v=onepage&q&f=false

Chiriboga Pastor, S. I. (2024). *DISEÑO DE UN PRODUCTO MULTIMEDIA PARA LA DISMINUCIÓN DE LA ANSIEDAD EN LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad del Azuay, Cuenca. https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14570/1/20088.pdf

Cordero, F. (2018). DISEÑO DE INTERFACES GRÁFICAS PARA RECURSOS DIDÁCTICOS DIGITALES. Revista DAYA. Diseño Arte y Arquitectura, 5(1), 11-29. https://dayajournal.uazuay.edu.ec/index.php/daya/article/view/189

Díaz Rodríguez, E. & Marrera Santana, L. (2011). Nuevos perfiles profesionales para la comunicación digital. *Revista TELOS Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 87(3), 1-170. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=nb3HCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA35&dq=uso+de+teléfonos+móviles+en+América+Latina&ots=oIS21Hl0IR&sig=NX6MJOH6oiAkxlcsIsQRcvrbF5A&redir_esc=y#v=onepage&q=uso%20de%20teléfonos%20móviles%20en%20América%20Latina&f=false

Dueña, M. et al. (2015). La interactividad de las webs en las pequeñas y medianas empresas. *Revista Opción*, 31(3), 735-750. https://www.redalyc.org/pdf/310/31045567038.pdf

Hassan Montero, Y. Martín Fernández, F. J. (2003). Qué es la Accesibilidad Web. *no solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología.* http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612

Lotero, L. A. A. (2012). Teoría de la carga cognitiva, diseño multimedia y aprendizaje: un estado del arte. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación.* https://www.redalyc.org/pdf/2810/281024896005.pdf

Manrique Reyes, Y. & Uc Rios, C. (2020). Desempeño del Diseño Multimedia en el Aprendizaje Integral en Educación Primaria. *Cuadernos de desarrollo aplicados en las TIC,* 9(2), 17-39. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7642738

Peña Sánchez, N. (2019). *INVESTIGACIÓN DEL USO DE IMPAGENES EN EL AULA: UN MÉTODO DE ESTUDIO.* [Tesis de Maestría]. Universidad de La Laguna, España. https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/20843/Investigacion%20del%20papel%20de%20la%20comunicacion%20visual%20en%20el%20ambito%20educativo.pdf?sequence=1

Santiso Fernández, M. R. & González González, B. (16 de agosto del 2005). Diseño multimedia en e-learning para el ámbito universitario. *no solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología.* https://www.nosolousabilidad.com/articulos/multimedia_elearning.htm?buffer_share=28152

Valer López, I. (2014). *EMOCIONES, EXPERIENCIAS Y REALIDADES AUMENTADAS EN UN ENTORNO 3.0: PERCEPCIONES SOBRE ACCESIBILIDAD WEB PARA DISCAPACITADOS EN ESPAÑA.* [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Valladolid, España. https://uvadoc.uva.es/handle/10324/5576

Varas Alarcón, M. & González Arias, C. (2015). Interactividad en sitios web de medios: buscando nuevas formas de diálogo con sus usuarios. *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico,*

22(1), 549-566. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/5731/1/Interactividad%20en%20sitios%20web%20de%20medios.%20Buscando%20nuevas%20formas%20de%20diálogo%20con%20sus%20usuarios%20-%20Estudios%20sobre%20el%20Mensaje%20Periodístico.pdf

Zambrano García, J. C. et al. (21 de junio del 2023). Medicina Interna en la era digital: innovaciones y avances en el diagnóstico de enfermedades sistemáticas. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento,* 7(1), 727-733. https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/2014/2523

Novicell. (2024). *8 tendencias de UX/UI*. Novicell España. https://www.novicell.es/es/blog/8-tendencias-ux-ui#:~:text=En%202024%2C%20el%20dise%C3%B1o%20minimalista,esencia%20de%20los%20productos%20digitales.

HubSpot. (2024). *Diseño centrado en el usuario: cómo poner a las personas en el centro de tus decisiones de diseño*. HubSpot España. https://blog.hubspot.es/website/diseno-centrado-usuario

Rudman, R., & Bruwer, R. (2016). Defining Web 3.0: opportunities and challenges. *The Electronic Library, 34*(1), 132-154. https://doi.org/10.1108/EL-08-2014-0140

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista a Xavier Carrillo, Director General del Centro Psicológico Psicoadvance

1. **¿Cuáles son los clientes más recurrentes del centro?**

A ver los clientes que más acuden al Grupo Psicoadvance, tenemos entre niños, tenemos adolescentes, tenemos adultos, tenemos tercera edad. Dentro de este proceso también tenemos un trabajo y un enfoque para empresas, no. Entonces también trabajamos con todo lo que es la parte administrativa Y la parte de producción de todas las empresas que hemos visitado.

2. **¿Qué servicios psicológicos ofrece el centro actualmente?**

Ok a ver los servicios del Grupo Psicoadvance Ahorita es psicología clínica, terapia de familia y terapia de pareja. Tenemos psicología infantil y psicorrehabilitación, psicopedagogía, estimulación temprana, terapia de lenguaje, tenemos tratamiento ambulatorio para adicciones en adolescentes y en adultos, pero también ofrecemos también lo que es tareas dirigidas nivelaciones.

3. **¿En qué zonas demográficas se encuentran la mayoría de los clientes?**

A ver nosotros como, como grupos Psicoadvance tenemos una población que cubre de todo tipo, de todo el sector, que cubre todo Quito. Del sur del centro, del norte, de los valles, incluso de las de los cantones, se puede decir de los barrios o de los sectores rurales. Por ejemplo, tenemos algunos consultantes de San Antonio, tenemos de Tumbaco, de Cumbayá tenemos de Conocoto, tenemos del Valle tenemos de Amaguaña. Entonces, obviamente, por nuestros servicios busca de todo, de todos los sectores a nivel de Quito y sus alrededores.

4. **¿Cuál es la cobertura actual del centro en cuanto a contacto y ubicación?**

A ver, nosotros tenemos dos sucursales la matriz que queda en el sur está en la Avenida cardenal de la Torre y Ajaví, y en el Norte estamos ubicados del sector de la Jipijapa en la isla Seymour entre Rio Coca y Guapi.

5. **¿A través de qué canales suelen atender y comunicarse con los clientes?**

Por lo general, nosotros tenemos varias conexiones, no. Una de ellas es los colegios que hemos visitado. Nosotros por lo general visitamos colegios, hacemos convenios, les damos precios preferenciales y también lo que manejamos. También lo que es en redes sociales no buscan por las diferentes plataformas como Facebook o Instagram TikTok. Y obviamente también tenemos lo que nos recomiendan, obviamente, del trabajo que hemos realizado todos estos años.

6. **¿Qué potencial considera que tiene un portal web para responder a las necesidades y demandas de los clientes?**

A ver, dentro de lo que es la web, nosotros consideramos que tiene un gran. Gran potencial, no Lo que es en las redes sociales, TikTok, Instagram, Facebook, nuestra página web. Obviamente no has ayudado a captar más clientes porque lo primero que hacen es eso no, investigar un poquito más del centro en la institución para ver si tienen garantías de que es una institución seria y avalada. A nivel institucional.

7. **¿Cómo cree que los clientes suelen conocer el centro?**

Como mencionaba el por lo general nos buscan primero cuando referidos que de boca a boca que ya han visto en su trabajo, de ahí viene esto de las redes sociales y sobre todo la referencia de los convenios o visitas que hemos realizado a empresas e instituciones educativas.

8. **¿Qué opinión tiene del portal web actual?**

Ya a ver dentro de la página web creo que hay que rescatar algunos positivos. Es una página que tenemos algún tiempo. No nos ayudado mucho, pero. Pero obviamente ya contamos con ella y nos ha ayudado a visualizarnos un poquito más en la red. De ahí, dentro de lo negativo nos falta eso, falta contenido, nos falta estructura, obviamente no somos profesionales en el área, pero hemos tratado de tener una página básica, entonces la idea es obviamente poder crecer también en esa área.

9. **¿Existen alianzas estratégicas con otras instituciones o profesionales que deberían mencionarse en el sitio web?**

Sí, nosotros contamos obviamente con estas alianzas, sobre todo con personal de la salud que está vinculado a nuestro trabajo. Como nutricionistas o nutriólogos, neuropediatras,

psiquiatras también. Entonces siempre tenemos esa conexión con otros profesionales de la salud o de la salud mental. A nivel de colegio nosotros trabajamos con la mayoría de colegios públicos y privados con los DECE's. Tenemos esa conexión estratégica con los psicólogos de la institución, así mismo también trabajamos en la parte empresarial con algunos departamentos de talento humano o de Recursos Humanos, donde se va identificando esto de la salud ocupacional. Y, cuando amerita, obviamente. Tenemos esta conexión para nosotros poder dar esa cobertura en el personal de la de la institución de la empresa.

10. ¿Hay un equipo encargado de la comunicación dentro del centro?

Sí, obviamente estábamos empezando en esas áreas, no, no, no tiene mucho tiempo. Estamos haciéndolo más bien bajo la experiencia o de forma empírica, pero si tenemos una persona que viene trabajando con nosotros 5 años y una persona que obviamente está dentro del de los conocimientos que solicitamos, si hay una persona encargada del marketing y el diseño, ahora ya un poquito más estructurado en ese aspecto.

11. Desde su perspectiva, ¿cómo se debería reflejar el giro del negocio en el diseño del sitio web?

A ver, lo que debería reflejar el diseño de la página web sería eso, la información. Específica de cada especialidad a que grupos de población queremos ayudar, como niños, adolescentes, adultos también, obviamente manteniendo el diseño o la o las fuentes de nuestro logotipo. Creo que eso nos ayudaría a dar mayor impacto en la red social. O en la página web.

12. ¿Qué elementos considera esenciales para incluir en el rediseño del sitio web?

Eh, sí sería mucho lo que es, por ejemplo, manejar de forma estratégica una agenda en línea puede hacer un ChatBot que eso sí ayudaría bastante porque si se nos complica muchísimo con esto de responder todos los mensajes, todos los clips que dan en la página web o en las redes sociales que están vinculadas. Entonces sí, sería bueno también generar un poco más de blogs, definiendo igualmente cada área que manejamos. Y tener vídeos de alta calidad, que es lo más importante, salir un poco de lo casero para poder generar una página web un poco más profesional.

Anexo 2. Entrevista a Elizabeth Guamán, Recepcionista del Centro Psicológico Psicoadvance

1. **¿Cuáles son los clientes más recurrentes del centro?**

El centro brinda servicios a diversos grupos de clientes, que incluyen niños, adolescentes, adultos, personas de la tercera edad, además de colaborar con empresas.

2. **¿Qué servicios psicológicos ofrece el centro actualmente?**

Actualmente, el Centro Psicológico Psicoadvance ofrece una amplia gama de servicios psicológicos. Entre ellos están las terapias individuales para niños, adolescentes y adultos, terapias familiares y de pareja, psicopedagogía, estimulación temprana, terapia de lenguaje y psicorrehabilitación. También contamos con tratamiento ambulatorio para adicciones en adolescentes y adultos, además de servicios como nivelaciones académicas y tareas dirigidas. Estos servicios están diseñados para cubrir diversas necesidades emocionales, educativas y psicológicas.

3. **¿En qué zonas demográficas se encuentran la mayoría de los clientes?**

La mayoría de nuestros clientes provienen de diversas zonas de Quito y sus alrededores. Atendemos a personas del norte, centro y sur de la ciudad, así como de los valles como Tumbaco, Cumbayá y Conocoto. También recibimos clientes de sectores rurales cercanos, como San Antonio y Amaguaña. Esta diversidad refleja nuestro compromiso de brindar servicios accesibles a toda la comunidad.

4. **¿Cuál es la cobertura actual del centro en cuanto a contacto y ubicación?**

Contamos con dos sucursales para atender a nuestros clientes. La matriz está ubicada en el sur de Quito, en la Av. Cardenal de la Torre y Ajaví, mientras que nuestra segunda sucursal se encuentra en el norte, en el sector de la Jipijapa, en la Isla Seymour entre Río Coca y Guapi, ofrecemos horarios de atención flexibles, adaptados a las necesidades de nuestros clientes, generalmente de lunes a sábado.

5. **¿A través de qué canales suelen atender y comunicarse con los clientes?**

Nosotros atendemos y nos comunicamos con nuestros clientes a través de varios canales para garantizar su comodidad y accesibilidad. El más usado es WhatsApp, donde gestionamos consultas, agendamos citas y brindamos información sobre nuestros servicios. También utilizamos redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok para interactuar con los usuarios, promocionar nuestros servicios y compartir contenido educativo. Además, muchos clientes llegan a nosotros por recomendaciones directas o gracias a los convenios que tenemos con colegios e instituciones.

6. **¿Qué potencial considera que tiene un portal web para responder a las necesidades y demandas de los clientes?**

Un portal web tiene un gran potencial para responder a las necesidades y demandas de nuestros clientes. Podría ser una herramienta clave para ofrecer reservas en línea, para permitir a los usuarios agendar citas de manera rápida y sencilla. Sería ideal para proporcionar información detallada sobre los servicios que ofrecemos, incluyendo descripciones, beneficios y perfiles de nuestros profesionales.

7. **¿Cómo cree que los clientes suelen conocer el centro?**

La mayoría de los clientes conocen el Centro Psicológico a través de recomendaciones de familiares o amigos, lo que refleja la confianza de nuestros servicios. Otro medio importante son las redes sociales, como Facebook e Instagram, donde promocionamos nuestros servicios y compartimos contenido importante. Además, los convenios que tenemos con los colegios e instituciones empresariales nos ayudan a llegar a nuevos clientes mediante las charlas y talleres.

8. **¿Qué opinión tiene del portal web actual?**

A ver, tiene algunos aspectos positivos, como proporcionar información básica sobre nuestros servicios, pero presenta varias deficiencias, como un contenido poco estructurado y profesional, un diseño básico y no refleja del todo la calidad de los servicios que ofrecemos. Se debería mejorar incluyendo contenido actualizado y relevante, un diseño más profesional y atractivo. Esto no solo mejoraría la experiencia del usuario, sino que también fortalecería la percepción del centro como una institución confiable y moderna.

9. **¿Existen alianzas estratégicas con otras instituciones o profesionales que deberían mencionarse en el sitio web?**

Sí, el Centro Psicológico cuenta con alianzas con otras instituciones que deberían destacarse en el sitio web. Colaboramos con otros profesionales de la salud, como nutricionistas, neuropediatras y psiquiatras.

10. **¿Hay un equipo encargado de la comunicación dentro del centro?**

El centro cuenta con una persona encargada del marketing y las redes sociales que actualmente se encuentra en constante capacitación, esto con el fin de proporcionar un mejor espacio para reforzar la presencia digital de Psicoadvance.

11. **Desde su perspectiva, ¿cómo se debería reflejar el giro del negocio en el diseño del sitio web?**

A ver, el diseño debe ser sencillo, pero llamativo a los diferentes tipos de clientes, utilizar colores suaves y una tipografía legible para transmitir confianza, lo que creo que ayudará a personalizar la experiencia del usuario.

12. **¿Qué elementos considera esenciales para incluir en el rediseño del sitio web?**

Yo considero esencial incluir un sistema de agenda en línea para facilitar la reserva de citas, un ChatBot que responda preguntas frecuentes. Tener una sección de contenido educativo sobre salud mental y testimonios de clientes satisfechos y mostrar imágenes de nuestras instalaciones y profesionales.