

# ANÁLISIS DE CASO 3: EDUPLUS



Métodos, técnicas y herramientas

Paola Rivera Novoa





## HERRAMIENTAS INVENTARIADO

- **Matriz:** Google Sheets o Excel (para el registro y análisis central).
- **Recolección:** Herramientas de crawling como Screaming Frog o Content Insight (para automatizar la extracción de URLs y metadatos).
- **Análisis:** Google Analytics (para datos de uso y popularidad del contenido).

## HALLAZGOS ESPERADOS

- **Contenido Obsoleto o Duplicado:** Detección de recursos que confunden al usuario.
- **Inconsistencias:** Fallas en etiquetas, metadatos y categorías que dificultan la búsqueda.
- **Asimetría:** Áreas clave con contenido insuficiente o desproporcionado.
- **Jerarquía Deficiente:** Estructura de navegación plana o demasiado profunda.



Sebastián Domínguez  
22 años, Valparaíso  
Egresado de  
Ingeniería Comercial

## PERSONA 1

- Busca complementar su formación universitaria. Le gusta explorar temas nuevos y utiliza la plataforma como un recurso de autoaprendizaje y consulta constante.



Sebastián Domínguez  
22 años, Valparaíso  
Egresado de  
Ingeniería Comercial

## MOTIVACIONES

- Acceder a la vasta biblioteca de recursos descargables, foros y tutoriales para complementar sus tareas e investigar a fondo un tema.
- Utilizar los foros para interactuar con otros usuarios y resolver dudas específicas que no están cubiertas en el material principal.

## RIESGO

- ❖ Dada la gran cantidad de recursos, la falta de estructura y categorización (mala AI) le provoca una parálisis por análisis, sintiéndose abrumado e incapaz de distinguir la fuente de información confiable del contenido complementario.

## PERSONA 2

- Busca actualizar sus habilidades en análisis de datos e inteligencia artificial para un nuevo rol. Tiene poco tiempo disponible (noches y fines de semana).



Elvira Gómez, 35 años.  
Santiago, Chile

Vicepresidenta de  
marketing

## MOTIVACIONES

- Encontrar rutas de aprendizaje claras y rápidas (cursos, tutoriales) que lo lleven directamente a la certificación.
- Buscar contenido de alta calidad y muy específico que sea aplicable a su industria.



Elvira Gomez, 35 años.  
Santiago, Chile

Vicepresidenta de  
marketing

## RIESGO

- ❖ Dificultad para encontrar contenido (por la mala AI) le hace perder tiempo valioso, aumentando su frustración y el riesgo de abandonar la plataforma o elegir un curso incorrecto por falta de información clara.

# JERÁRQUICA O DE ÁRBOL

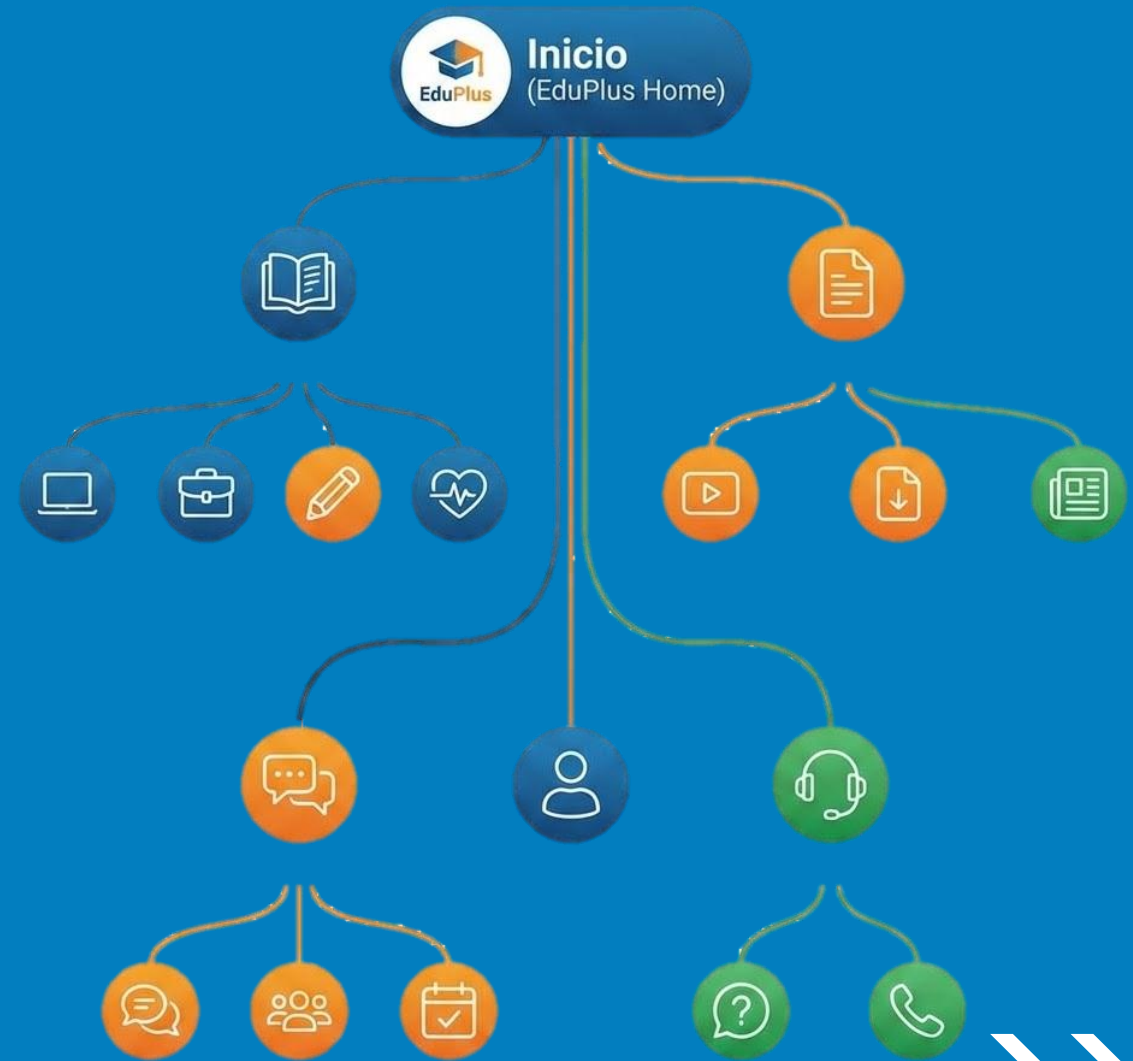
ESTE MODELO ES ADECUADO, YA QUE PERMITE ORGANIZAR GRANDES CANTIDADES DE INFORMACIÓN DE FORMA LÓGICA, COMENZANDO CON CATEGORÍAS AMPLIAS (TEMAS/ÁREAS DE CONOCIMIENTO) Y DESCENDIENDO A SUBCATEGORÍAS MÁS ESPECÍFICAS Y, FINALMENTE, A LOS CONTENIDOS INDIVIDUALES.

## SECUENCIAL

No es viable para más de 500 contenidos; solo útil para procesos muy específicos (ej. un *checkout* o un tutorial paso a paso).

## MATRICIAL

Demasiado compleja para un usuario típico de e-learning; funciona mejor para bases de datos muy especializadas donde la navegación se basa en múltiples filtros y etiquetas cruzadas, y no en una ruta clara.



# CARD SORTING

- o La técnica de card sorting se aplicaría para validar y definir la terminología y la jerarquía que los propios usuarios de EduPlus considerarían más intuitiva. Se utilizaría un Card Sorting Abierto.

## PASOS

- 1. Selección y Preparación de Tarjetas:** Se selecciona alrededor de 50 contenidos representativos de la plataforma asegurando que cubran la diversidad de temas que posee EduPlus.
- 2. Participantes:** Se reclutaría una muestra representativa de los usuarios, idealmente entre 15 y 30 personas, incluyendo perfiles como Elvira (profesional) y Sebastián (estudiante), para asegurar diversas respuestas.
- 3. Ejecución:** Se presentaría a cada participante la pila de tarjetas, se les pediría agrupar las tarjetas de forma lógica para ellos. Los participantes deben nombrar y crear libremente sus propias categorías (ej. un usuario podría crear "Habilidades Blandas" y otro "Cursos de Desarrollo Personal" para el mismo grupo de tarjetas).
- 4. Análisis:** Se utilizarían herramientas de software como OptimalSort o Maze, para analizar los datos cuantitativos. Se buscaría la concordancia o el patrón de agrupamiento más frecuente entre los participantes. Por ejemplo, si el 80% de los usuarios agrupa las tarjetas de "Análisis de Datos", "Machine Learning" y "Visualización" bajo un nombre de categoría similar, esa sería la base para un menú principal en la nueva estructura jerárquica.

# TREE TESTING






- ❖ Se realiza sin la interfaz visual ni el diseño del sitio, usando solo la estructura de navegación textual: árbol, definida tras el card sorting.

**PREPARACIÓN** Se utiliza la estructura jerárquica propuesta con las categorías y subcategorías que se definieron y validaron preliminarmente con el card sorting. Esto se puede cargar en UXTWEAK, OptimalWorkshop, etc.

**TAREAS** Se crean tareas como escenarios que simulan objetivos reales basadas en las dificultades para encontrar contenidos.

**EJECUCIÓN** Se recluta a un grupo de 30 usuarios, se presenta a cada usuario una tarea a la vez. El usuario debe navegar haciendo clic en la estructura del árbol hasta encontrar la categoría o subcategoría que considera que contiene la respuesta o indicar que no puede encontrarla. Se registra la ruta que toma cada usuario (los clics intermedios) y si la respuesta fue exitosa o fallida.

## VALIDACIÓN DE ESTRUCTURA

EduPlus		Tabla de Indicadores de Efectividad (EduPlus Tree Testing)	
INDICADOR (MÉTRICA)	DESCRIPCIÓN	CRITERIO DE EFECTIVIDAD	
 Tasa de Éxito (Success Rate)	Porcentaje de usuarios que logran completar una tarea seleccionando la categoría de destino correcta.	Superior al 70%	
 Éxito Directo (Directness)	Porcentaje de usuarios que encuentran la respuesta correcta sin hacer clics intermedios erróneos.	Alto éxito directo (superior al 50%)	
 Tasa de Fracaso (Failure Rate)	Porcentaje de usuarios que no pueden encontrar la respuesta correcta.	Inferior al 15-20%	
 Camino/Ruta (Path Analysis)	El análisis de las rutas que toman los usuarios. Se identifican los "caminos correctos" y los "caminos incorrectos".	Alto acuerdo de ruta en todas las ramas	
 Destino de Fracaso (First Click Analysis)	Mide dónde hace clic el usuario en su primer intento.	Alta tasa de acierto en el primer clic	