



**Universidad Nacional Autónoma de
México**

Facultad de Contaduría y Administración

***Diseño e implementación del sitio Web de
UNAM Francia.***

Diseño de un Sistema o Proyecto

**Que para obtener el título de:
Licenciada en informática**

Presenta:

Mariana Atzin Márquez Jiménez

Asesor:

Mtra. María del Rocío Huitrón Hernández



Cd. Mx.

2021



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**Universidad Nacional Autónoma de
México**

Facultad de Contaduría y Administración

***Diseño e implementación del sitio Web de
UNAM Francia.***

Diseño de un Sistema o Proyecto

Mariana Atzin Márquez Jiménez



Cd. Mx

2021

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México, a la Facultad de Contaduría y Administración, a UNAM – Francia y al CCH Oriente por haber sido parte de mi formación a lo largo de mi vida, asimismo doy gracias a las personas que son parte de la universidad: colaboradores, investigadores, profesores, maestros, funcionarios y a mi asesora por haberme apoyado en mi desarrollo personal, académico.

También, agradezco a la administración actual y antigua de UNAM – Francia por darme la oportunidad de crecer en el ámbito profesional y haberme apoyado.

¡Por mi raza hablará el espíritu!

Dedicatoria

A mi familia, amigos y las personas que siempre estuvieron conmigo y vieron por mí.

Gracias por estar.

Índice

Introducción.....	1
Capítulo 1. Marco Referencial	4
1.1 ¿Quién es UNAM-Francia?.....	4
1.2 Misión	5
1.3 Visión.....	5
1.4 Valores	5
1.5 Organigrama.....	6
Capítulo 2. Marco Teórico.....	8
2.1 Formas de Presentar la Información.....	8
2.1.1 Portal.....	9
2.1.2 Página Web.....	11
2.1.3 Sitio web.....	12
2.2 Arquitectura del Sitio Web	14
2.2.1 Almacenamiento	14
2.2.2 Localización	17
2.2.3 Tecnologías de desarrollo	23
2.3 Diseño	25
2.3.1 Diseño Interfaz gráfica de usuario.....	25
2.3.2 Maquetación.....	27
2.3.3 Teorías de vínculo con el usuario	29
2.4 Criterios de calidad	30
2.4.1 Usabilidad	30
2.4.2 Visibilidad	32
2.4.3 Accesibilidad	32
2.4.4 Buenas prácticas para desarrollo de sitios web	33
2.5 Administración de proyectos.....	34
2.5.1 Ciclo de Vida del Proyecto	34
2.5.2 Buenas prácticas.....	34
2.5.3 Grupos de Procesos	35
2.5.4 Áreas de Conocimiento de la Dirección de Proyectos	35
2.6 Metodología de Preproducción, Producción y Postproducción.....	36
2.6.1 La preproducción	37
2.6.2 Producción	41
2.6.3 Postproducción	42

Capítulo 3. Propuesta de Solución	46
3.1 Planeación	46
3.1.1 Carta del proyecto	46
3.2 Riesgos.....	56
3.3 Preproducción.....	59
3.3.1 Lista de requerimientos	59
3.3.2 Diseño de la interactividad	64
3.3.3 Diseño navegacional	65
3.4 Organización de la información	67
3.5 Producción.....	141
3.5.1 Interfaz gráfica de usuario.....	141
3.6 Postproducción	175
3.6.1 Primera parte	176
3.6.2 Segunda parte.....	188
3.6.3 Tercera parte.....	212
3.7 Evaluación	214
Capítulo 4. Resultados Esperados.....	216
4.1 Análisis de accesibilidad.....	216
4.2 Análisis de Usabilidad.....	217
4.3 Análisis Visibilidad	220
4.4 Satisfacción del sitio web.....	221
Conclusiones y recomendaciones.....	224
Referencias	226
Apéndice A. Entrevista	231
Apéndice B. Preguntas de satisfacción del usuario	233

Índice de tablas

Tabla 1. Dominio de nivel superior originales	18
Tabla 2. Dominio de nivel superior geográfico	19
Tabla 3. Dominio gTLD no Patrocinados.....	20
Tabla 4. Dominio gTLD Patrocinados.....	20
Tabla 5. Ejemplos de dominio de segundo nivel específico de país	21
Tabla 6. Ejemplos de dominio de tercer nivel específico de país	21
Tabla 7. Roles del equipo humano	37
Tabla 8. Cronograma de hitos	49
Tabla 9. Lista de interesados clave	50
Tabla 10. Requerimientos de aprobación del proyecto	51
Tabla 11. Requerimientos de aprobación del proyecto	52
Tabla 11. Matriz RACI	54
Tabla 12. Escenarios de riesgo	56
Tabla 13. Escalas	57
Tabla 14. Matriz de probabilidad e impacto	58
Tabla 16. Tabla de requerimientos 1	60
Tabla 17. Tabla de requerimientos 2	61
Tabla 15. Tabla de prioridad del requerimiento	62
Tabla 18. Tabla de características de los usuarios.....	62
Tabla 19. Características del usuario administrador.....	63
Tabla 20. Características del usuario editor	63

Índice de figuras

Figura 1. Ubicación sede UNAM-Francia	4
Figura 2. Organigrama de la administración correspondiente al periodo 2020-2021	6
Figura 3. Gantt.....	53
Figura 4. Organigrama del proyecto	54
Figura 5. Diagrama de navegación.....	66
Figura 6. Diagrama de despliegue.....	67
Figura 7. Login.....	68
Figura 8. Plantilla.....	69
Figura 9. Personalización de la cabecera.....	69
Figura 10. Elección de logo	70
Figura 11. Selección de logo	71
Figura 12. Logo cargado	72
Figura 13. Modificación del menú.....	73
Figura 14. Nombramiento del menú	73
Figura 15. Páginas del menú.....	74
Figura 16. Orden del menú.....	74
Figura 17. Colores y fondos	75
Figura 18. Tipografía	76
Figura 19. Guion técnico 1 - Inicio	77
Figura 20. Guion técnico 2 - ¿Quiénes somos?	80
Figura 21. Guion técnico 3 – Cátedras	82
Figura 22. Guion técnico 4 - CELA.....	85
Figura 23. Guion técnico 5 – Censo de proyectos UNAM-EFE	86
Figura 24. Guion técnico 6 – Certificación en español	89

Figura 25. Guion técnico 7 - Contacto	90
Figura 26. Guion técnico 8 - Convenios	91
Figura 27. Guion técnico 9 - Convocatorias	94
Figura 28. Guion técnico 10 – Cursos en español.....	95
Figura 29. Guion técnico 11 – Cursos en línea	96
Figura 30. Guion técnico 12 – Cursos y diplomados de cultura	97
Figura 31. Guion técnico 13 – Directorio	98
Figura 32. Guion técnico 14 – Español académico	100
Figura 33. Guion técnico 15 – Español y cultura	101
Figura 34. Guion técnico 16 – Estudiar en la UNAM	102
Figura 35. Guion técnico 17 - EXELEAA	103
Figura 36. Guion técnico 18 – Fondos y becas	105
Figura 37. Guion técnico 19 – Formación de profesores ELE	106
Figura 38. Guion técnico 20 – Un poco de historia.....	107
Figura 39. Guion técnico 21 – Intercambio docente y de investigación.....	109
Figura 40. Guion técnico 22 – La UNAM	111
Figura 41. Guion técnico 23 – Memoria de eventos	113
Figura 42. Guion técnico 24 - Movilidad	114
Figura 43. Guion técnico 25 - Programas.....	115
Figura 44. Guion técnico 26 - Proyectos	117
Figura 45. Guion técnico 27 – Publicaciones y videos	119
Figura 46. Guion técnico 28 - ¿Qué es la internacionalización?	121
Figura 47. Guion técnico 29 - ¿Qué hace UNAM-Francia?	123
Figura 48. Guion técnico 30 - SIELE	124
Figura 49. Guion técnico 31 – UNAM en cifras	126
Figura 50. Guion técnico 32 – UNAM en línea	128

Figura 51. Guion técnico 33 – UNAM Francia.....	129
Figura 52. Guion técnico 34 – UNAM Global.....	131
Figura 53. Guion técnico 35 – Asociación estratégica UNAM-Sorbonne.....	132
Figura 54. Guion técnico 36 – Aviso de privacidad.....	133
Figura 55. Guion técnico 37 – Cookie policy	134
Figura 56. Guion técnico 38 – Movilidad estudiantil	138
Figura 57. Guion técnico 39 - Verano puma.....	140
Figura 59. Panel de control plugins	142
Figura 60. Elementor	142
Figura 61. WeSur Security	143
Figura 62. Akismet spam protection	143
Figura 63. Yoast SEO	144
Figura 64. GTranslate.....	144
Figura 65. Panel de control Yoast SEO.....	145
Figura 66. Panel de control 1 GTranslate.....	145
Figura 67. Panel de control 2 GTranslate.....	146
Figura 68. Home WordPress	147
Figura 69. Elección de estructura.....	148
Figura 70. Dimensión de estructura.....	148
Figura 71. Menú de Elementor	149
Figura 72. Insertar medio	149
Figura 73. Fondo de estructura	150
Figura 74. Relleno de estructura	151
Figura 75. Capa de fondo.....	151
Figura 76. Texto en la estructura.....	152
Figura 77. Biblioteca de páginas	153

Figura 78. Plantilla de la biblioteca	153
Figura 79. Caja de iconos.....	154
Figura 80. Biblioteca de iconos.....	155
Figura 81. Personalización de la caja de iconos	155
Figura 82. Caja de iconos con color	156
Figura 83. Fondo de caja de iconos	156
Figura 84. Caja de iconos personalizada	157
Figura 85. Edición de botón.....	157
Figura 86. Edición de imagen.....	158
Figura 87. Edición de estructura.....	159
Figura 88. Edición de degradado.....	160
Figura 89. Degradado.....	161
Figura 90. Edición de texto sobre imagen	162
Figura 91. Contraste de texto sobre imagen	162
Figura 92. Espaciador	163
Figura 93. Edición de espaciador	163
Figura 94. Margen de espaciador.....	164
Figura 95. Edición de separador.....	164
Figura 96. Colocación de texto.....	165
Figura 97. Selección de imagen en la estructura	166
Figura 98. Divisor de forma	167
Figura 99. Fondo de división de forma	167
Figura 100. Texto sobre edición de forma	168
Figura 101. Biblioteca de bloques	169
Figura 102. Edición de bloque.....	170
Figura 103. Edición de fondo del bloque	171

Figura 104. Anexo de estructura	171
Figura 105. Agregar elementos a la pantalla.....	172
Figura 106. Personalización de texto	173
Figura 107. Degradado de un color.....	174
Figura 108. Agregar texto sencillo.....	175
Figura 109. Pantalla de inicio	176
Figura 110. ¿Quiénes somos?	177
Figura 111. Contacto	178
Figura 112. Certificación del español	179
Figura 113. Cátedras.....	180
Figura 114. Censo de proyectos UNAM-EFE.....	181
Figura 115. Convenios	182
Figura 116. Fondos y becas.....	183
Figura 117. Intercambio docente y de investigación.....	184
Figura 118. Movilidad estudiantil	185
Figura 119. Proyectos	186
Figura 120. Programas.....	187
Figura 121. Asociación estratégica UNAM-Sorbonne Université	188
Figura 122. CELA.....	189
Figura 123. Convocatorias	190
Figura 124. Cursos de español.....	191
Figura 125. Cursos en línea	192
Figura 126. Cursos y diplomados de cultura	193
Figura 127. Directorio	194
Figura 128. Formación de profesores ELE	195
Figura 129. Español académico	196

Figura 130. Estudiar en la UNAM.....	197
Figura 131. EXELEAA.....	198
Figura 132. UNAM.....	199
Figura 133. La internacionalización es una tarea de todos	200
Figura 134. SIELE	201
Figura 135. Movilidad	202
Figura 136. Memoria de eventos.....	203
Figura 137. Publicaciones y videos	204
Figura 138. ¿Qué hace UNAM Francia?	205
Figura 139. UNAM en cifras	206
Figura 140. UNAM Francia.....	207
Figura 141. UNAM en Línea.....	208
Figura 142. UNAM global	209
Figura 143. Un poco de historia	210
Figura 144. Verano puma.....	211
Figura 145. Aviso de privacidad	212
Figura 146. Cookie policy	213
Figura 147. Ranking de países que visitan más el sitio web	214
Figura 148. Vistas del sitio web.....	215
Figura 149. Análisis de accesibilidad del sitio web UNAM-Francia	216
Figura 150. Verano puma celular	218
Figura 151. Verano puma computadora.....	218
Figura 152. Visibilidad del sitio web en el buscador	220
Figura 153. Evaluación de la experiencia general con el sitio web	233
Figura 154. Evaluación de la experiencia para recomendar el sitio web	234
Figura 155. Evaluación del diseño del sitio web.....	234

Figura 156. Evaluación del nivel de dificultad para encontrar información	235
Figura 157. Evaluación de atractivo visual del sitio web UNAM Francia	236

Introducción

La Universidad Nacional Autónoma de México es reconocida a nivel mundial como una institución pública y de excelencia, a lo largo del tiempo ha desarrollado tareas importantes para la nación y para la internacionalización, entre las que se encuentra la creación de sedes en el mundo, las cuales tienen como propósitos difundir y fomentar la importancia de la internacionalización, así como de la cultura entre países, el aprendizaje de idiomas, y la creación de convenios e intercambios académicos entre los diferentes continentes.

Teniendo en cuenta que la internacionalización es primordial para la UNAM, la universidad decidió crear una sede en Francia, la cual abarca el espacio francófono. Ello, con la finalidad de abarcar una mayor extensión a nivel mundial y enriquecer el intercambio académico entre la UNAM y las instituciones de educación media superior, superior y de investigación del EFE.

La creación de la sede se originó gracias a la visita de estado del presidente francés François Hollande a México, en 2014, cuyo propósito era mantener una asociación estratégica privilegiada entre Francia y México.

Por su parte, durante la inauguración de la sede UNAM-Francia, en la Universidad de la Sorbona en París, el exrector José Narro Robles señaló:

"Para la Universidad Nacional Autónoma de México se trata de un proyecto al que concederemos la mayor importancia, un centro, una antena de la UNAM en Francia, en esta prestigiosa universidad, una de las universidades históricas del mundo" (Milenio, 2015).

En este sentido, las tareas que se llevan a cabo dentro de UNAM-Francia representan gran valor para concretar las actividades que se señalaron en el convenio de cooperación universitaria firmado entre ambas instituciones; además de que se dio especial atención al papel de la internacionalización. Por eso mismo, se han considerado acciones para ayudar en esta importante tarea, así como para mejorar el desempeño de las funciones de la sede. Un ejemplo de ello es la creación del sitio web UNAM–Francia, entre otras actividades.

UNAM-Francia es la sede de la Universidad Nacional Autónoma de México que se encarga del desarrollo de los lazos académicos con las universidades francófonas del espacio francófono europeo (EFE). Este centro tiene como principal misión la internacionalización y la difusión de la cultura mexicana en el EFE, además de promover y

divulgar programas, cátedras, diplomados, convenios, intercambios, etc. a personas que estén interesadas en participar en estas tareas.

UNAM-Francia tiene la necesidad de difundir las actividades de la sede, sin embargo, la promoción de dichas tareas implica una serie de complejidades. Actualmente el sitio web de difusión no permite una administración sencilla, además de que su diseño es limitado. Esto hace, que también sea:

- Poco comprensible para los usuarios.
- Con un funcionamiento inadecuado por parte del traductor
- Poco funcional al consultar información al no estar optimizado

Derivado de la anterior y debido a que la informática hoy en día presenta propuestas que resuelven los problemas de la gestión, actualización, alcance y difusión de la información, se considera pertinente un nuevo sitio web que permita apoyar los procesos de internalización y vinculación de todas personas interesadas en las actividades de la sede, así como la creación de nuevos programas y convenios que permitirán el intercambio académico y cultural.

El objetivo del proyecto es desarrollar un sitio web para UNAM–Francia que permita la consulta óptima de la información por parte del usuario final y una administración fácil para las autoridades. Asimismo, como objetivos particulares se establecen:

- Desarrollar un sitio web usable y accesible para mejora la experiencia de los usuarios
- Implementar para el sitio web una herramienta que permita la traducción.
- Facilitar la administración del sitio web para contar con información oportuna para los usuarios.
- Realizar un sitio web con alta visibilidad.

Las aportaciones del sitio web de este proyecto son las siguientes:

- Difundir información académica referente a los servicios que ofrece la sede.
- Basado en los estándares de usabilidad para el entendimiento y fácil uso de los usuarios.
- Con la capacidad de ser traducido en distintos idiomas para eliminar barreras debido al idioma.
- Con información oportuna y actualizada.

La estructura del proyecto se integra por: capítulo uno, con el marco de referencia para conocer y ubicar la sede UNAM Francia, desde su misión, visión, valores y su conformación en el organigrama. En el capítulo dos, se presenta un diagnóstico del problema y desde una perspectiva teórico-conceptual, en este capítulo se analizarán las aplicaciones para el desarrollo del sitio web. Aquí se conocerá como se suscitó la problemática además de que se reconocerán las necesidades que tiene la sede.

El capítulo tres se orienta hacia la resolución de la problemática, referenciando el alcance del proyecto y la metodología usada. En el capítulo cuatro, se establecen los resultados con base en la metodología propuesta para el sitio Web para UNAM Francia.

Finalmente, se presentan las conclusiones derivadas del diseño e implementación del sitio web, así como una serie de recomendaciones para la operación de este.

Capítulo 1. Marco Referencial

1.1 ¿Quién es UNAM-Francia?

UNAM-Francia nace de un acuerdo que realizó el presidente francés François Hollande en el año 2014 durante una visita de estado a México.

En 2015, el exrector de la UNAM el Dr. Narro Robles y el presidente de Sorbonne Universités, Thierry Tuot firmaron un convenio que establece las bases que se deberán ejercer para fomentar la cooperación y el desarrollo educativo entre países, impulsando de esta forma el intercambio académico, así como también la investigación y el intercambio de idioma.

La firma del convenio tuvo lugar el día 31 de marzo en el Gran Salón de la Universidad de la Sorbona, donde el ex rector Narro Robles, mencionó la importancia de la asociación estratégica privilegiada entre ambas instituciones, también mencionó: "Puede ser una gran ventaja para nuestras dos comunidades, para la UNAM y también para la Sorbona" (Notimex, 2015).

En la actualidad, las oficinas de UNAM-Francia se encuentran en el campus Les Cordeliers, el cual pertenece a Sorbonne Université. La figura 1 representa la ubicación del centro de estudios mexicanos UNAM Francia.

Figura 1

Ubicación sede UNAM - Francia



Nota. Fuente <https://maps.google.com.mx>, (2021).

La UNAM en su cometido por continuar con la internacionalización presentó elementos esenciales como la Misión, la Visión y los valores con el propósito de mantener una guía y una esencia de los valores a lo largo de los años, además, resaltó que en el

espacio francófono europeo es importante mantener el intercambio entre las instituciones y promover la cultura entre países, así como las actividades que se desarrollan en las diversas instituciones participantes.

La importancia de estos elementos es primordial a la hora de desempeñar las funciones de la sede, ya que mantienen las directrices de cómo se sostiene la universidad en México y a nivel mundial, además de la importancia que tienen los valores de la UNAM para avanzar en el ámbito académico y cultural.

Ahora bien, a continuación, algunos elementos de la sede:

1.2 Misión

Desde el inicio de sus funciones, la sede de la UNAM se fijó la misión de crear las condiciones óptimas para el desarrollo de la política de internacionalización de la UNAM en Francia, Luxemburgo y las regiones francófonas de Bélgica y Suiza (Universidad Nacional Autónoma de México Sede Francia [UNAM – Francia], 2020).

1.3 Visión

La sede de la UNAM en Francia es una entidad que tiene como propósito fundamental la vinculación, colaboración e intercambio académico, científico, tecnológico, cultural y social entre las dependencias de la UNAM y las universidades, instituciones de educación y promoción cultural, tanto en el ámbito europeo como en el de México.

Es un instrumento para la internacionalización de la UNAM y la divulgación de sus actividades, para la difusión de la cultura mexicana, y para la promoción del intercambio de investigadores, docentes y estudiantes entre la UNAM y dichas entidades, las cuales permitieron una relación estratégica para la promoción de futuros convenios.

1.4 Valores

Para López y Orta (2020), los valores son importantes en el desarrollo humano. Abajo se listan aquellos que las autoras consideran relevantes para la comunidad universitaria.

- Legalidad.
- Creatividad.
- Cuidado del ambiente.
- Lealtad.
- Innovación.
- Pasión.
- Perseverancia.

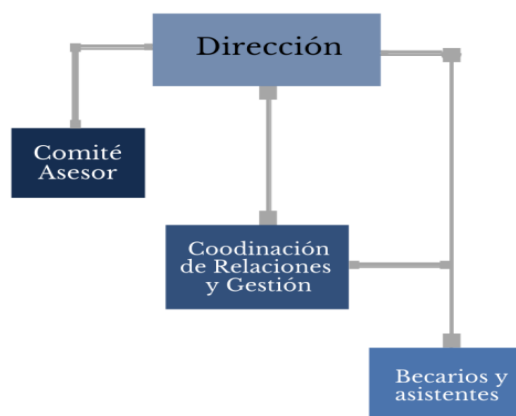
- Solidaridad.
- Integridad académica.
- Igualdad.
- Calidad de vida.
- Compromiso.
- Amistad.
- Afán por el saber.
- Equidad de género.
- Responsabilidad.
- Laicidad.
- Respeto.
- Autonomía.
- Libertad de expresión.
- Honestidad.
- Tolerancia.

1.5 Organigrama

La figura 2 representa el organigrama de la administración correspondiente al periodo 2020 – 2021.

Figura 2

Organigrama de la administración correspondiente al periodo 2020 – 2021



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

A continuación, se especifican en forma de lista a los miembros administrativos de la UNAM sede Francia.

Director: Dr. Federico Fernández Christlieb.

Comité asesor:

- Juan Manuel Gómez-Robledo Verduzco (Embajador de México en Francia).
- Stefania Giannini (Subdirectora de Educación de la UNESCO, ex-Ministra de Educación de la República Italiana).
- François Weil (Consejero de Estado, ex-rector de l' Académie de Paris, antiguo director de la École des Hautes Études en Sciences Sociales).
- Serge Fdida (Vicepresidente de relaciones internacionales de Sorbonne Université).
- Christian González Laporte (Asesor independiente para política educativa, ex-representante del Conacyt en Europa).

Coordinación de Relaciones y Gestión: Dr. René Ceceña Álvarez.

Becarios y asistentes: Mariana Atzin Márquez Jiménez. (UNAM – Francia, 2020).

Capítulo 2. Marco Teórico

En este capítulo, se presenta el cuerpo teórico que ayuda a dar entendimiento y resolución a la problemática de interés. Se comprenderán los elementos sustanciales para fundamentar la integración de los componentes idóneos que logren satisfacer las necesidades de los usuarios finales.

A continuación, se presentan los elementos técnicos y conceptuales que permiten entender la relación entre el sitio web como concepto, y los estándares óptimos de gestión de la información.

En el medio digital se comprenden plataformas y recursos que ayudan a administrar la información, cada uno tiene fines diferentes y características que los hacen diferenciarse del resto y se ajustan conforme a los objetivos que el cliente plantea de forma genérica.

Este apartado se divide en cinco rubros: El primero discute diferentes formas en que se puede presentar la información relevante para la sede, diferenciando conceptualmente al portal, sitio y página web. Esto tiene la finalidad de mostrar sus ventajas y desventajas. El segundo, desarrolla los elementos técnico-conceptuales referentes a la arquitectura de un sitio web, explicando la importancia de los servidores, dominios y los propósitos de estos. El tercero, tiene como finalidad explicar los elementos importantes en una óptima experiencia del usuario, dividiendo el desarrollo de los sitios en: Diseño y Teorías de vínculo con el usuario. El cuarto rubro desarrolla los criterios técnicos que los sitios web institucionales deben de cumplir con la finalidad de clarificar las necesidades a cubrir con el proyecto y permitir la relación entre teoría y práctica. Por último, el quinto rubro desarrolla el ciclo de vida del proyecto en términos generales, explicando con claridad las fases teóricas con las que debe de cumplir un proyecto de desarrollo web. Además, retoma los pasos metodológicos necesarios para completar el proyecto.

2.1 Formas de Presentar la Información

El desarrollo web ha evolucionado bastante a lo largo de los años, ya que antes la forma de presentar información era plana, teniendo carencias en el diseño y siendo poco funcional. Ahora existen muchas herramientas para poder gestionar y presentar información en distintas formas. A continuación, se desarrollan las diferencias entre Portal; Página y Sitio Web:

2.1.1 Portal

Se describe que un portal

“es un punto de entrada a internet donde se organizan sus contenidos, ayudando al usuario y concentrando servicios y productos, de forma que le permitan realizar cuanto necesite hacer en la Red a diario, o al menos que pueda encontrar allí todo cuanto utiliza cotidianamente sin necesidad de salir de dicho sitio” (García, 2001, p.6).

Asimismo, Buyto (2018) explica que “El objetivo principal del portal es ayudar a los usuarios a encontrar lo que necesitan sin salir del mismo fidelizándoles e incentivándoles a utilizarlo de forma continua”.

Recalca la importancia de tres características referentes a su objetivo principal:

- El primero se refiere al contenido, pues considera sustancial mostrar noticias, catálogos, servicios, buscadores y directorios.
- El segundo señala que la participación de los usuarios es muy crucial, por ello, determina chats, email y foros.
- El tercero, considera fundamental la comodidad para que el usuario no sienta la necesidad de buscar información en otro lado y se conserve en el portal, de esta forma, gana tráfico constante y genera ganancias de la publicidad.

Con respecto a la clasificación de los portales web, pueden clasificarse en cinco:

- Portales horizontales: Son portales para usuarios que no están experimentados en la navegación web, pues su estructura está orientada mostrar mucha información al usuario sin necesidad de navegar por distintos sitios, así mismo incluyen servicios como chats, email, foros, noticias y buscadores. Un ejemplo de ellos es: Yahoo, MSN y Terra.
- Portales verticales: Este tipo de portales son orientados hacia un público en específico, pues su contenido está centrado en ofrecer contenido específico de empleo, música, inmuebles, deportes, finanzas o arte.
- Portales diagonales: Son una mezcla de los portales horizontales y verticales, y su público es demasiado concreto, pues usan aplicaciones generalizadas o redes sociales, así como Facebook, LinkedIn, entre otros.
- Portales especializados: Son portales mucho más específicos en público, pues son creados para atender las demandas de este, pues contienen mayor información de

temas exclusivos a educación, aficiones, conocimiento, geografía, etc. Por ejemplo: National Geographic.

- Portales corporativos: Este tipo de portales se encuentran dentro de la intranet de las empresas, pues ofrecen información orientada a los empleados, pueden contener información de proveedores, directorios o información confidencial. Por ejemplo: Manpower empleados.

Santos y Arroyo (2007) señalan las ventajas y desventajas de los portales son:

Ventajas

- Optimiza los recursos informáticos: Ayuda a administrar los recursos informáticos, dándoles una ubicación, reduciendo datos, integración y facilita la toma de decisiones.
- Reduce tareas redundantes: Auxilia en la reducción de capacitación, pues facilita el acceso a la información estructurada o no estructurada, pues ofrece familiaridad y una experiencia simple para que las tareas sean más fluidas y automatizadas.
- Reduce gastos en TI: Se reducen los recursos informáticos que soportan la administración amplia, pues el enfoque es por servicios, y reduce el mantenimiento y modificación sin alterar los procesos.
- Mejora la seguridad de la información: Ofrece un modelo unificado de seguridad, que ayuda en la administración del acceso, aplicaciones, y ayuda al aislamiento de la información.
- Garantiza la interconectividad en la información: Tiene mecanismos que ayudan a la administración, a sus mecanismos para reducir los problemas de desincronización.

Desventajas

- Tener que reestructurar los sistemas que estaban antes.
- Barrera psicológica ante la adopción de un nuevo paradigma, misma que será complicada de asimilar. Los empleados pueden tener un retraso al cambio de paradigma, este resultará adecuado para seguir sobre la línea de modificar los procesos.
- Modificación de procesos ya existentes: Puede existir un atraso entre la capacitación de los empleados.

2.1.2 Página Web

Una página web es diferente que un sitio web, debido a que “una página web es un documento accesible desde cualquier navegador con acceso a internet, y que puede incluir audio, vídeo, texto y sus diferentes combinaciones” (Peiró, 2019).

En este sentido, “toda la información del world wide está organizada por secciones llamadas páginas Web, y donde se guardan los grupos de páginas Web que tienen una relación entre sí se les llama sitio web” (Absari et al., 1998, p.375 citado en Crovi et al., 2002, p.171).

2.1.2.1 Estructuras de Páginas Web

Peiró (2019) propone una primera clasificación para las páginas web que tiene que ver con la presentación y estabilidad de la información.

Las páginas web estáticas, despliegan un contenido fijo, no permiten interacción con los usuarios, y contienen elementos meramente ornamentales. En general se consideran fáciles y rápidas de desarrollar; son más accesibles al público, debido a que sus costos son más económicos; y al tener elementos ornamentales, están limitadas sus funciones.

En cambio, las páginas dinámicas permiten la interacción con el usuario; tiene bastantes funciones, como la creación de cuestionarios, botones para redireccionar, entre otros ejemplos; además, sus características las hacen ser: Más elevadas en costo; su construcción es tardada; se requiere tener un nivel de conocimientos superior que el desarrollo de las estructuras estáticas.

Otro criterio para clasificar las páginas es a partir de la función que cumplen, dividiéndolas en:

- Tiendas online: Son un tipo de páginas donde se venden productos o servicios y tienen consigo las herramientas para auxiliar al usuario al momento de la compra, como plataformas de pago, carrito de compras, seguimiento del pedido, entre otras cosas. Por ejemplo: Zara, Mango, Steren.
- Catálogo online: En esta función, se definen a detalle productos o servicios que ofertan las empresas, pero estos no están a la venta. Generalmente, este tipo de catálogos están muy bien estructurados e indican el contacto del proveedor de productos o servicios. Por ejemplo: Inmobiliaria Flat, Comex.
- Corporativas: Son creadas para dar una imagen y presencia a la empresa, su diseño es innovador y muy visual para aportar estatus ante los usuarios visitantes.

En este tipo de páginas, se visualiza más contenido con respecto de la empresa, logros, actividades, trabajadores, y los servicios o productos que ofrecen. Por ejemplo: Manpower, Grupo Salinas,

- **Educativos:** Generalmente, ofrecen cursos para una formación en específico; así mismo, ofrecen información con respecto de la institución que oferta los cursos y las modalidades educativas que tienen. Por ejemplo: UNAM, UAM, IPN.
- **Portafolios digitales:** En este tipo de páginas, se puede visualizar más información de los trabajos realizados por una empresa, así como los datos de los proyectos que han realizado, además de su información de contacto. Por ejemplo: Agencias de diseño de interiores o agencias de modelaje.

Según Jaime (2019) existen las siguientes desventajas y ventajas:

Ventajas

- Ubicuidad.
- Autonomía.
- Interacción inmediata.
- Aprendizaje contextualizado.
- Aprendizaje informal.
- Fácil acceso.

Desventajas

- Distracción.
- La conectividad.

2.1.3 Sitio web

Un sitio web se define como:

“Una estructura de información y/o comunicación generada en el nuevo ámbito o espacio de comunicación (Internet), creado por la aplicación de las tecnologías de la información (tecnologías de creación, mantenimiento y desarrollo de los sitios web), que posee dos elementos fundamentales (acciones de los sujetos y contenidos) y en donde se plantean un conjunto de prestaciones que los usuarios que visitan dicho web pueden ejercitar para satisfacer una o varias necesidades que posean” (Alonso, 2008).

2.1.3.1 Clasificación de los Sitios Web

Una clasificación de los sitios web con amplias categorías lo explican Esmeralda y Diana (s.f) en la que permite tener una clasificación aterrizada según varios criterios. Por lo que, con respecto a la audiencia, se clasifican en:

- Públicos: No tienen restricción alguna al público en general, y el alcance es hacia todo el público, por ejemplo, la página de vacunación del gobierno.
- Extranet: Son limitados los accesos para entrar, y son usuarios seleccionados los que pueden entrar, por ejemplo, los proveedores de una empresa.
- Intranet: Generalmente están limitados para empresas u organizaciones, y funcionan dentro de redes privadas, por ejemplo, un sitio de calificaciones de una universidad.

En términos del dinamismo se clasifican en:

- Interactivos: El usuario tendrá la capacidad de personalizar la información que el sitio le ofrece.
- Estático: El usuario no podrá decidir sobre la información que se le ofrece, el contenido que se le mostrará será decidido por los desarrolladores.

Con respecto a su apertura pueden ser clasificados en:

- Estructura abierta: Se puede acceder a cualquier parte del sitio web y cada documento tiene su propia dirección.
- Estructura cerrada: Limita el acceso a la entrada, y para poder abrirse se requiere de un login o registro previo, y así tendrá que ser cada vez que se desea entrar.
- Estructura semicerrada: Permite la entrada libre a algunas páginas, pero si deseas acceder a otras secciones que hayan reservado los desarrolladores, se requerirá de un registro previo o login para poder entrar.

De acuerdo a la profundidad, que representa los números de enlaces que tiene que presionar el usuario para poder acceder a la información que desea, dividida en dos:

- Los sitios muy profundos tienen un número mayor de enlaces.
- Los poco profundos tienen un número menor de enlaces.

Según Luján (2002), existen las siguientes ventajas y desventajas:

Ventajas

- Se reduce el ancho de banda necesario, ya que se evitan continuos trasposos de información del servidor al cliente y viceversa.
- Ofrecen respuestas inmediatas al usuario.

Desventajas

- La programación de ahora es poco potente a comparación a la tradicional.
- El HTML presenta varias limitaciones.

2.2 Arquitectura del Sitio Web

El Instituto de Arquitectura de la Información explica en qué consiste esta disciplina: “La arquitectura de la información es la práctica de decidir cómo organizar las partes de algo para que sea comprensible” (Xavier, 2019).

De modo que trata de gestionar y estructurar cualquier elemento, con una lógica simple, para favorecer la navegación de la búsqueda de la información. Existen tres pilares que representan la ecología de la información:

- **Contenido:** Se refiere a estructura, imágenes, videos, gráficos, volumen de la información, pantallas.
- **Usuarios:** Refiere a la personalidad, necesidades, experiencia de usuario, tareas que desean ejecutar en la aplicación.
- **Contexto:** Puede apuntar al objetivo del proyecto, modelo del negocio, metodologías para su desarrollo, restricciones y recursos (personas, equipo, entre otros).

Estos pilares ayudan a contemplar la relación que existe entre todos los elementos. Lamentablemente la relación con el usuario analíticamente remite a diferentes áreas del trabajo, por lo que va a ser explicado más adelante. En términos de la estructura de un sitio web, el desarrollo se va a especificar a través de tres dimensiones: 1) Con respecto a su almacenamiento y distribución de la información; 2) su localización; y 3) en términos de las tecnologías de desarrollo.

2.2.1 Almacenamiento

Trigo (2010), comenta que, respecto al almacenamiento en términos de la arquitectura del sitio web, el almacenamiento y distribución de la información, copias de seguridad o bases de datos, se da a través de los servidores, ya que tienen la capacidad de

almacenar y compartir con los servidores clientes, computadoras personales mediante red y protocolos grandes, cantidades de información para posteriormente procesar esos datos y configurar los permisos que asignará el administrador. En este sentido, el desarrollo conceptual va a ir orientado a la definición y clasificación de estos.

2.2.1.1 Servidores

Según la EKCIT (2019), los servidores pueden clasificarse según dos criterios: Su existencia física, en donde pueden ser físicos o virtuales; o según la frecuencia de uso en el ámbito tecnológico. Es importante entender que dentro de los servidores se refleja el modelo “cliente – servidor”, ya que almacena, distribuye y suministra información al cliente, pues responde a las peticiones que este le hace.

2.2.1.1.1 Clasificación de acuerdo con la existencia física

- Los servidores físicos son un hardware, con la apariencia de una torre o enracable, y estos manejan una red de nodos que integran un software para poder funcionar adecuadamente como los anfitriones.
- Los servidores virtuales representan softwares que dan servicios a otros softwares – clientes.

2.2.1.1.2 Clasificación según la frecuencia de uso

- **DNS:** Domain Name Server, es el encargado de relacionar una dirección de dominio con su IP correspondiente. Para que un sitio web funcione, primero un usuario deberá realizar una búsqueda en el navegador de su preferencia, y posterior a eso, la solicitud llegará a un servidor DNS para ser convertido en su dirección IP, la cual será identificada por el servidor web y dicho servidor visualizará los archivos para el usuario.
- **Proxy server:** Se refiere a un proxy server como un servidor que conecta a una red cliente, ya sea un navegador web o aplicación, a un sistema externo para que pueda continuar con la solicitud de conexión, rendimiento y accesibilidad. Por ejemplo, el caché fungirá como ayuda para que cuando el usuario vuelva a visitar el sitio web, este se cargue de forma más rápida, permitiendo que se reduzca el ancho de banda de la red.
- **Servidor de correo electrónico:** Este tipo de servidores como los que realizan el flujo de correo electrónico, permitiendo el envío, recibo, almacenamiento y reenvío de correos.

- **Servidor web:** Son los servidores que dan almacenamiento a los sitios web, pues estos tienen la capacidad de almacenar archivos de una web, y cuando el cliente haga la petición, este enviará los archivos solicitados mediante la red y los navegadores para que el cliente los pueda ver. Estos archivos que se envían mediante el servidor web pueden ser texto, imágenes, video; y una vez localizados los archivos, el servidor transfiere estos archivos web: por ejemplo, el servidor puede enviarlos en formato HTML para que el navegador del cliente pueda mostrarlos, dicha comunicación será mediante protocolos web.

Cosme (2021), desarrolla una clasificación de los servidores web la cual se explica a continuación:

- **Apache:** Es un software muy usado ya que es de código abierto, gratuito y multiplataforma, pues se puede instalar en diferentes sistemas operativos. La desventaja es que al recibir request, al mismo tiempo se tarda en procesar las solicitudes.
- **Nginx:** Es un software HTTP popular, de código abierto y gratuito, existe también una versión comercial de este que tiene mejoras, como la ligereza y su proxy inverso para mayor seguridad en la información, este se distribuye con la licencia BSD y se puede ejecutar en Windows y Unix. Algunas personas descartan su uso debido a que no puede soportar los archivos de apache “.htaccess” y porque tiene un lenguaje propio de rewrites.
- **Microsoft IIS:** Es un software que ejecuta Windows mediante IIS (Internet Information Services), se considera de alto rendimiento por su capacidad en servicios de nube, como Azure; y su sincronización con las herramientas de Microsoft, lo hacen ser muy popular en el sector empresarial. Sin embargo, no se le permite trabajar con otros servidores.
- **Hosting:** Es el almacenamiento que ofrecen estos servidores para alojar el sitio web, de los cuales existen dos tipos fundamentales:
 - Hosting compartido: Donde se alojan sitios webs de diferentes clientes.
 - Hosting delicado: Son servidores un poco más costosos ya que son propios, y al serlo, pueden almacenar los sitios web que uno desee.

2.2.2 Localización

Con respecto a la localización, IONOS (2021), comenta que el concepto fundamental es el de dominio, pues ayudará a encontrar mediante los buscadores (Google Chrome, Mozilla, Opera, etc.), conexión a internet y servidores, el sitio web que se desea contactar con las direcciones individuales que proveerá la empresa u organismos que ofrece este tipo de servicios, bajo los esquemas regulatorios que conceden, como sus niveles y su jerarquía.

2.2.2.1 Dominio

Es definido por la EKCIT (2019) como un componente básico para el alojamiento de la información, este se obtiene mediante la contratación de un proveedor registrado, para que exista confiabilidad en la compra.

2.2.2.1.1 Clasificación de Dominios

El guía digital IONOS (2021), explica que hay diferentes tipos de dominios. Esta clasificación está acompañada de una serie de tablas que presentan ejemplos concretos de su uso y de las diferencias entre ellas.

Los dominios de nivel superior originales son los gTLD para organizaciones sin fines de lucro; representan el nivel más alto de resolución de nombres en la jerarquía del sistema de nombres de dominio y aparecen al final en una dirección web. En la tabla 1 se muestran los dominios de nivel superior originales.

Tabla 1

Dominio de Nivel Superior Originales

Dominio de nivel superior originales	Significado original de las extensiones de dominio
<i>.com</i>	Dominio para las webs comerciales
<i>.org</i>	TLD para organizaciones sin ánimo de lucro
<i>.net</i>	Dirección para proveedores de servicio de Internet
<i>.int</i>	Extensión muy limitada a las empresas, organizaciones y programas internacionales
<i>.edu</i>	Para universidades y escuelas de formación profesional
<i>.gov</i>	Dominio para instituciones del gobierno estadounidense
<i>.mil</i>	TLD solo disponible para departamentos, servicios y agencias del ministerio de defensa de EE: UU.

Nota. Tomada de IONOS, (2021).

Dominio de nivel superior geográfico, ccTLD, específicamente son los dominios de cada país, estos dominios están conformados por dos letras, y no solo son específicos de cada país, sino también la TLD ha designado dominios a islas provenientes de países. La tabla 2 muestra los dominios de algunos países.

Tabla 2

Dominio de Nivel Superior Geográfico

ccTLD	Significado de la extensión
<i>.ch</i>	Suiza
<i>.cn</i>	China
<i>.de</i>	Alemania
<i>.eg</i>	Egipto
<u><i>.mx</i></u>	España
<i>.fr</i>	Francia
<i>.it</i>	Italia
<i>.ru</i>	Rusia
<i>.uk</i>	Reino Unido
<i>.us</i>	EE. UU

Nota. Tomada de IONOS, (2021).

Los dominios gTLD son genéricos de nivel superior, se utilizan en diferentes áreas y se dividen en dos:

La primera parte representa a los dominios gestionados no patrocinados; los cuales eran referentes a socios determinados bajo ciertas condiciones, sin embargo, ahora son dados, y están disponibles para empresas y organismos. La tabla 3 muestra este tipo de dominios.

Tabla 3

Dominio gTLD no Patrocinados

Ejemplos de gTLD no patrocinados	Significado original de la extensión
<i>.biz</i>	Para empresas (“business”)
<i>.info</i>	Oferta informativa
<i>.name</i>	Personas privadas
<i>.pro</i>	Grupos profesionales especiales

Nota. Tomada de IONOS, (2021)

La segunda parte son los dominios gestionados patrocinados, los cuales están limitados por empresas u organizaciones independientes (ver tabla 4).

Tabla 4

Dominio gTLD Patrocinados

Ejemplos de gTLD patrocinados	Significado de la extensión de dominio
<i>.gov</i>	Organismos gubernamentales estadounidenses
<i>.mil</i>	Ejército de EE. UU.
<i>.aero</i>	Industria aeroespacial
<i>.jobs</i>	Anuncios de empleo de empresas

Nota. Tomada de IONOS, (2021).

Por otra parte, existen los dominios de segundo nivel (ver tabla 5), los cuales jerárquicamente van debajo del TLD, y ayudan a los buscadores al momento de posicionar los sitios web en internet, ya que contiene información útil para explicar mejor a que se refiere el sitio.

Tabla 5

Ejemplos de Dominio de Segundo Nivel Específico de País

Ejemplo de segundo nivel específico de país	Significado de la extensión
<i>.co.uk</i>	Sitios web comerciales en Reino Unido
<i>.gov.uk</i>	Organismos y servicios del gobierno central y regional en Reino Unido
<i>.me.uk</i>	Personas privadas en Reino Unido
<i>.sch.uk</i>	Colegios en Reino Unido

Nota. Tomada de IONOS, (2021).

Los dominios de tercer nivel, son dominios opcionales que jerárquicamente se sitúan antes del dominio de segundo nivel, con este dominio es posible identificar idioma, o resaltar de forma evidente a alguna empresa (ver tabla 6).

Tabla 6

Ejemplos de Dominio de Tercer Nivel Específico de País

Ejemplo de tercer nivel específico de país	Significado de la extensión
<i>en.example.org</i>	Idioma inglés
<i>es.example.org</i>	Idioma español
<i>it.example.org</i>	Idioma italiano
<i>de.example.org</i>	Idioma alemán

Nota. Tomada de IONOS, (2021).

Teniendo en cuenta los tipos de dominios, la elección de uno tiene que considerar la estructura jerárquica, su relevancia y su parsimoniosidad, es decir, no debe complicarse más de lo necesario para que pueda interactuar de forma adecuada con los buscadores. El

uso de un subdominio implica distinguir los lenguajes en los que se traduce el sitio web, y especificar un servicio o aplicación y como recomendación antes del registro, se aconseja la consulta de terceras personas para que puedan dar su opinión de las perspectivas con respecto de la elección.

Considerando que la elección del dominio sea la más idónea, se deberá contratar un proveedor de dominios que permita la elección y registro del dominio elegido, y posterior a eso, se verificará que esté se encuentre disponible, y si se encuentra disponible, se procederá a hacer la contratación y registro para poder obtenerlo.

Velázquez (2019), explica las diferentes ventajas y desventajas:

Ventajas

Los dominios, en especial los genéricos, tienen una serie de ventajas que son:

- Los dominios genéricos tienen bastante presencia en los buscadores, pues son los más usados, específicamente él “.com y .net”.
- El tener un dominio jerárquicamente y estructurado conforme a lo adecuado, hace ver más profesional el sitio web.
- Los dominios genéricos pueden usarse con facilidad, ya que no presentan limitantes geográficas.
- Existen diferentes costos dentro de los dominios y pueden acoplarse a un presupuesto.

Desventajas

Asimismo, desarrolla las desventajas que tienen estos mismos, explicando que:

- Habrá que prever la copia del nombre de la empresa u organización, ya que existe la posibilidad de que puedan tomar el nombre de las empresas y registrarla en diferente dominio.
- Si se registra con un dominio genérico es probable que exista mucha competencia, por ello, es recomendable tener una buena estrategia para tener un buen SEO.
- Si se desea tener un dominio genérico patrocinado, es importante mantener las regulaciones que indica la ICANN y la institución que lo otorga.

2.2.3 Tecnologías de desarrollo

Según Pround (2020), existen diferentes tecnologías para la construcción de un sitio web, entre ellas está CMS, que es un gestor de contenido, también está HTML y CSS quienes están dentro de las tecnologías más populares en cuanto a código, pues se actualizan y van de la mano con algunas plataformas de gestores de contenido más grandes del mercado.

En consecuencia, se prevé el uso de un gestor de contenido, López (2017) lo define como: “Los gestores de contenidos, o técnicamente sistemas de gestión de contenidos (en inglés Content Management System o CMS), son la herramienta con la que muchos nos encontramos para subir texto, fotografías o vídeos a un sitio web, propio o ajeno”.

Esta herramienta la define importante Trazada (s.f) debido a que:

- Su manipulación es más fácil
- El desarrollo es más rápido y limpio.
- Permite desarrollos escalables sin previsión de demasiados cambios.
- Posee una arquitectura entendible, dando paso a que cualquier persona los administre.
- Presenta una constante actualización tecnológica.
 - Como resultado de las ventajas del CMS, se definen algunas plataformas que pueden ayudar a que la administración del sitio web sea la adecuada:
- Shopify: Define a Shopify como un CMS, con muchas opciones de personalización, su objetivo principal es la creación de sitios web a través asistentes, módulos y plantillas, las cuales se modifican de forma accesible para el administrador del sitio web; sin embargo, esta plataforma está más enfocada al e-commerce, pues ofrece métricas idóneas para la medición en el comercio electrónico.
 - Ventajas: La creación de un sitio web en Shopify es muy rápida, pues la configuración es fácil de hacer. Tiene una amplia gama de plantillas que son adaptables a cualquier gusto y que se pueden personalizar. Se adapta a la internacionalización, pues tiene la capacidad de extenderse a un mercado global y adoptar diferentes monedas. La interfaz es muy entendible, por lo que no es necesario tener conocimientos de desarrollo web.
 - Desventajas: Su costo es muy elevado. Está orientado principalmente a comercios pequeños, aunque puede usarse para comercios grandes, pero se

considera que las otras empresas pueden costear otras opciones que no tengan que utilizar servicios en la nube. La personalización en cuanto a apariencia puede resultar limitada en algunas ocasiones.

- Joomla: Es un CMS, de contenido genérico, útil para cualquier tipo de sitio web, a diferencia de Shopify, Joomla cuenta con plugins para agregar más funciones al sitio, así mismo tiene la compatibilidad de MySQL y Apache.
 - Ventajas: Tiene una amplia gama en plugins para complementar el sitio web. Su personalización es fácil ya que existen muchos templates. La instalación es sencilla y cuenta con un asistente en el momento de instalarla. Tiene una gran comunidad pues es de código abierto y existe mucha documentación que se puede usar en caso de cualquier inconsistencia.
 - Desventajas: Carece de elementos para montar un sitio web de forma más profesional. La optimización en el SEO no está tan bien lograda como en Wordpress. El panel de administración es confuso para muchos usuarios. El repositorio de templates y plugins no es tan grande como los de su competencia.
- Wordpress: Es un sistema de gestión de contenidos y de código abierto, lo cual permite que muchas personas contribuyan a la actualización de este sistema y que esté a la par del mercado en cuanto a competencia. Wordpress, tiene tres capas: 1) Core: Es la versión gratuita de Wordpress, sin embargo, está limitada en cuanto a características del sitio web; por otra parte, cuenta con versiones de pago que tienen mayores funcionalidades. 2) Temas: Son plantillas, las cuales pueden ser gratuitas y de pago, éstas sirven para personalizar el sitio y darle una estructura orientada a lo que servirá el sitio web. 3) Plugins: Es un repositorio de utilidades, puedes descargarlos de forma gratuita y de pago. Existen miles y con distintas opciones, esto, para adecuarlo a lo que el cliente necesite. Estas capas ayudan a que pueda funcionar de forma idónea en el mercado, además tiene una capacidad muy grande de actualización, la cual permite que sea la mejor opción, pues se acopla a todos los sitios web que deseen crear.
 - Ventajas: Wordpress abarca aproximadamente el 60% del mercado actualmente, lo cual permite que exista una gran comunidad de soporte tras de ellos por cualquier imprevisto. Miles de plantillas que ayudarán a la maquetación del sitio web y se acoplan al grosor del proyecto. Los editores

visuales ayudan a modificar las plantillas desde una interfaz, haciendo más fácil su modificación. Wordpress tiene 17 años en el mercado, su estabilidad es muy grande a diferencia de otros CMS.

- Desventajas: Si no se configura de forma adecuada, podría caer en vulnerabilidades de seguridad. Depende de muchos plugins para tener algunas funcionalidades.

Wordpress se acopla a muchos sitios web y con una gran robustez en manejo de contenido, inclusive es usado entre algunas empresas grandes para realizar sus sitios web, entre ellas está: TED, BBC, Walt Disney, y Quartz.

Este manejador de contenido tiene una amplia estructura, y muchas ventajas para su uso, además permite la creación de un sitio web que ayudará a la solución de la problemática y como su principal fin es la gestión de contenidos, se considera idóneo para la sede de la UNAM.

Mejía (2021) define:

- HTML: Se considera el uso de HTML (HyperText Markup Language) para la mejora de los elementos que Wordpress por sí mismo es incapaz de gestionar, pues al ser muy amigable con el usuario, el uso del código es opcional. Significa lenguaje de marcas de hipertexto. En términos simples, el HTML es un lenguaje que nos permitirá crear la estructura de nuestro sitio web a través de etiquetas”.
- CSS: “El código CSS es utilizado para organizar la presentación y el aspecto de cualquier sitio web; es decir, el CSS definirá cómo van a lucir los elementos de un documento HTML”.

2.3 Diseño

2.3.1 *Diseño Interfaz gráfica de usuario*

Esta sirve para que los usuarios puedan interactuar con el sitio web, además de que la interfaz se tiene que plantear de acuerdo con el enfoque que se quiere dar. Por ello, se define como: “Todos los elementos gráficos que nos ayudan a comunicarnos con un sistema” (Luna, 2004).

En este sentido, Llasera (2020), presenta una serie de indicadores puntuales para conocer el estado del diseño gráfico que puede ser aplicado al diseño de la interfaz.

- Elementos gráficos esenciales: Dentro del diseño gráfico, existen siete virtudes fundamentales para dar un aspecto profesional. Asimismo, se logra comunicar visualmente de forma correcta las piezas que se colocan dentro del diseño.
- La línea: Representan un elemento básico en el diseño, son una secuencia de puntos marcando una trayectoria entre sí. Son importantes ya que pueden marcar dinamismo, movimiento y dirección, de modo que es importante revisar su grosor, color, textura y estilo para tener un impacto correcto en el diseño.
- La forma: Es un espacio cerrado y plano de dos dimensiones con anchura y altura, éstas nos ayudan a darle peso a la comunicación visual y a las ideas que se quiere comunicar, haciéndolas más reconocibles al público. Existen dos categorías:
 - Las formas geométricas: Son las formas comunes que se aprenden en matemáticas: de círculos, cuadrados, rectángulos, entre otros.
 - Las formas orgánicas: Representan las formas libres, se asemejan a las formas que se encuentra en la naturaleza.
- El objeto: Es una forma que puede ser geométrica u orgánica, tiene propiedades tridimensionales y se miden por su anchura, altura y profundidad; así mismo, utiliza elementos visuales como la profundidad, volumen, luz, perspectiva, grano, nitidez y sombra.
- El espacio: Se define como la distancia o alrededor entre los elementos del diseño, y se debe considerar entre estos, pues se deben de ordenar y agrupar adecuadamente. En el diseño existen dos tipos de espacios
 - Espacio negativo: Contiene la composición y la enmarcación de los elementos, así como también se puede interpretar como la parte del diseño que no está ahí, y el resto del espacio que se encuentra entre las partes involucradas del diseño.
 - Espacio positivo: Es donde se enfatiza el diseño y se capta toda la atención; así mismo, se integran las formas de los objetos.
- La tipografía: Es un elemento capaz de comunicar visualmente, está conformado por figuras geométricas y orgánicas, las cuales se descomponen y se sintetizan en un concepto llamado anatomía tipográfica, lo cual permite que cada tipografía tenga su propio estilo.

- La textura: Hace referencia al tacto de un objeto, a su aspecto físico, y nos ayuda a que los objetos tengan más realismo, tridimensionalismo, y su creación es mediante el uso de patrones o repeticiones de imágenes.
- El color: Es la cantidad de luz que se refleja sobre un objeto. Gracias a este recurso se puede crear énfasis, y armonía entre composiciones.

2.3.2 Maquetación

“La maquetación web es el proceso de planificación, conceptualización y organización de contenido de un sitio web, es decir, asegura que los textos, las imágenes, los vídeos, como todo lo que quieras añadir a un sitio web, estén estructurados para crear una buena experiencia de usuario” (Mejía, 2021).

Dentro de una buena práctica de maquetación, se considera de forma primordial la jerarquía visual, Pérez (2018) la define como el orden de los elementos dentro de la composición del diseño, de los cuales se desprende una organización de elementos listados:

- El color: La elección del color, si es claro u oscuro, fuerte o tenue, es sumamente importante, pues determina si captará mucho o poco la atención del público.
- Tamaño: Nos ayuda a atraer la atención del usuario, pues a través de este, se mide la importancia de estos elementos: Tipografía, figuras, objetos, imágenes, entre otros.
- Contrastes: Ayudan a captar la atención del público, ya que pueda distinguir algunos elementos del diseño con mayor claridad, pues entre mayor sea el contraste, mayor será el nivel de atracción del público.
- Alineación: Es muy importante dentro del diseño, pues de él dependerá la relevancia que se le da a los elementos.
- Posición: Al momento de organizar los elementos, se debe verificar la posición de estos, ya que deben acoplarse a los otros componentes del diseño y se denota clave para poder estructurar un orden conforme a la comunicación visual que se quiere ofrecer.
- Repetición: Ayuda a identificar los elementos de forma más rápida y como consecuencia, su familiarización con estos.
- Paleta de color: Es definida como el agrupamiento y diversidad de colores usados para la decoración, así mismo, puede estar conformada por todos los colores u otros

centrados bajo una similitud en tonalidad. Su uso se comprende, debido a que puede influir en el comportamiento de las personas, por ello, se conformó la teoría psicológica del color, que hace referencia a influir en el estado de ánimo y emociones del usuario, además, nos auxilia en la definición de la identidad de la marca, organización o institución, pues dependiendo el color, se puede transmitir o estimular los comportamientos del usuario.

Derivado de la psicología de los colores, se desprendieron algunas teorías de color, para comprender la forma en que cada color influye sobre el estado de ánimo. Una de las teorías que marcó una pauta muy grande fue la de Goethe, quién describió que los colores hacen que emanen diferentes impresiones en el ambiente, pueden ser de calma, inquietud, plenitud, presión, violencia. (Netdisseny, 2019.). Por ejemplo:

- Negro: Simboliza el misterio, confiere elegancia y nobleza.
- Blanco: Se considera un valor neutro, pues es capaz de potenciar otros colores, y puede expresar paz, tranquilidad, luminosidad, así como dar un vacío positivo, y es el fondo universal de la comunicación gráfica.
- Gris: Es el centro de todo, simboliza el color de la lógica y de lo esencial.
- Amarillo: Representa la calidez, pues es un color luminoso, agudo e intenso, y se relaciona con la naturaleza.
- Rojo: Es el color ligado al principio de la vida, asociado a la sangre, la sociedad, la potencia y la fuerza.
- Azul: Es un color predispuesto hacia lo favorable, muestra profundidad, placidez, y reposo, es un color frío, que en cuanto se aclara deja de ser un color atractivo y se vuelve vacío e indiferente; sin embargo, entre más se oscurece, se asocia con el infinito.
- Verde: Es un color fresco, que hace referencia a la naturaleza, refleja calma, pero de forma indiferente, ya que no expresa tristeza o felicidad, y cuando se combina con el azul, resulta ser más sobrio y sofisticado.
- Marrón: Hace referencia al otoño, se considera un color que es equilibrado, severo y confortable, también se cree un color realista debido a que la tierra es de ese color.

Por otra parte, las dimensiones de los colores están directamente relacionadas a las reacciones, en este caso, cuando se satura un color, causa la impresión de que el objeto está en movimiento; así también, cuando es brillante un color, denota que el objeto está

más cerca de lo que en realidad se encuentra. Además, las tonalidades altas del espectro, como rojos, naranjas y amarillos son relacionados a la energía y a la extroversión; en cambio los verdes y azules reflejan calma y tranquilidad. Y similarmente los rojos, naranjas y amarillos se consideran cálidos; y los azules, verdes y violetas colores fríos; todo depende de su tonalidad, pues pueden producir diferentes impresiones de distancia.

Al conocer que los colores ejercen cierta influencia sobre las personas, el uso del círculo cromático se vuelve obligado, pues en la construcción de una paleta de color adecuada es necesario conocer sobre la organización y complementariedad de los colores. La teoría del color ayuda en la concepción de la organización, el círculo cromático resulta ser bastante funcional en el momento de elegir los colores que se adecuen al diseño, pues algunos se limitan a gamas de colores más reducidas o vastas, haciendo más fácil la construcción del proyecto.

Además, desarrolla una clasificación en torno al establecimiento de ciertos estándares en el uso de los colores:

- Colores monocromáticos: Están conformadas por un color y variaciones en tonalidad, matices y tinte de este, también se le suele agregar negro o blanco.
- Colores análogos: Esta paleta se conforma por 3 colores, generalmente comparten tono, para crear una sensación de confort.
- Colores triádicos: Se seleccionan 3 colores distintos, cada uno a la misma distancia del otro, generalmente se hacen combinaciones atractivas con este estándar.

2.3.3 Teorías de vínculo con el usuario

2.3.3.1 Teorías web

La importancia de las teorías web, es que se centra en los usuarios finales. Su objetivo principal es mantener un vínculo con las personas que visitan el sitio web, ya que, considerando esa familiaridad, se recrea el confort para que el usuario pueda visualizar el sitio web de forma cómoda y sin tener que sacarlo de un contexto diferente al que está buscando.

Es por ello, que se contempla una teoría: La teoría social, con la que se concreta el uso adecuado del entorno de la información:

- Teoría social: “Aquí prevalece el contenido gráfico, ya sean fotos o videos, debido a que tu público se identifica con reuniones entre amigos, familiares, bodas, bautizos, por decir solo algunos eventos, ya que para ellos es muy importante mantener o

alcanzar nuevas relaciones sociales. Los sitios web sobre imágenes de matrimonios, quinceañeros y primeras comuniones son buenos ejemplos de esta propuesta” (Gómez, 2014).

Esta teoría llevada a la construcción de un sitio web es importante, ya que nuestro principal fin es informar, y buscar que el usuario se sienta cómodo entre texto e imágenes. El uso de contenido gráfico ayuda a evitar distraer al usuario del objetivo de su visita.

2.4 Criterios de calidad

Los criterios de calidad según Gómez (2008) son: “Aquellas condiciones que debe cumplir una determinada actividad, actuación o proceso para ser considerada de calidad”. Se contemplan diferentes elementos y conceptos que permitan mejorar la calidad del sitio web con la finalidad de que pueda satisfacer las necesidades de los usuarios. Así, se desarrollan tres conceptos: La usabilidad, accesibilidad y la visibilidad.

Estos son elementos que sirven para mantener los sitios web en condiciones adecuadas, ya que son indicadores directos del nivel de comprensión de los contenidos que contiene un sitio web. La usabilidad es importante en el sitio web, ya que proporciona al usuario la capacidad de que el sitio web sea comprendido y su uso sea el mejor. La visibilidad, nos confiere la facilidad en el reconocimiento de los contenidos que se publican, de esta forma, ayuda al usuario a que pueda encontrar la información que desea. Por último, la accesibilidad se encarga de que el sitio web pueda ser usado por todo el público, sin importar las limitaciones que éste tenga.

2.4.1 Usabilidad

La usabilidad, se trata de: “La capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso” (International Organization for Standardization – ISO, 2020). Esto significa que la creación de un sitio web debe ser específicamente para un sector de usuarios, esto quiere decir que la prioridad es que al usuario que le interese el contenido de UNAM-Francia, lo comprenda.

El contenido que tiene que comprender, está guiado por los principios que tiene la UNAM, los cuales están basados en los criterios de Nielsen (2020). Estos principios están desarrollados a través de diez puntos:

- 1er. punto: La Visibilidad del estatus del sistema, esto refiere a que cuando el usuario ejecuta una tarea, él espera que exista alguna interacción entre él y el software, esto es, para que el usuario tenga la certeza de que el sitio web está trabajando.
- 2do y 10mo punto: Consistencia entre el sistema y el mundo real; ayuda y documentación. Esto quiere decir que los usuarios con lenguaje natural y no “sorprender” con algún factor desconocido, porque se corre el riesgo de que el usuario no comprenda el sitio web, por ello, el décimo punto nos refiere a ayudar al usuario colocando instrucciones.
- 3er punto: El usuario es libre y tiene el control; dicho de otra forma, se refiere a no acorralar al usuario, se debe sentir en un ambiente con “salidas” y alternativas para moverse.
- 4to punto: Consistencia y estándares, esto habla en relación con los objetos que para el usuario ya son conocidos y que en el sitio web estén alterados y distintos.
- 5to y 9no punto: Prevención de errores y ayuda al usuario a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores. Se refiere a amortiguar errores, y que cuando sucedan se pueda ayudar al usuario a corregirlos.
- 6to punto: Mejor reconocer que memorizar. Nos dice que es importante que toda la información esté a la mano para el usuario, que sea fácil llegar al sitio donde estaba o a donde quiere estar, y no tenga que recordar la ubicación de las cosas.
- 7mo punto: Flexibilidad y eficiencia de uso. Este refiere a los usuarios expertos e inexpertos, los que ya saben usar el sitio web y reconocen dónde está cada información deseada, y los que no saben moverse en ella.
- 8vo punto: Diseño estético y minimalista. Específicamente “cada unidad extra de información es un diálogo que compite con las unidades relevantes de información y reduce la visibilidad relativa de estas”.

Adicionalmente a los puntos anteriormente propuestos de usabilidad, también se implementó el sitio web con el primer punto de Nielsen (2020) y los puntos consecuentes por Hassan (2015):

- Estética: Nos ayuda a que el usuario tenga más confianza con respecto a nuestro sitio; además, se recomienda poner atención específica en ésta para que el usuario tenga una satisfacción en el sitio.

- Se tomó en cuenta el criterio de “Affordance” que se define como “aquellas propiedades perceptibles del objeto que determinan cómo puede ser usado. Es decir, aquellas propiedades que le confieren un aspecto auto explicativo, haciendo obvio y explícito cómo debe ser usado y con qué objetivos”.
- Eficiencia: “Cada segundo ahorrado al usuario mejora su experiencia de uso” Cuando el usuario puede ejecutar su tarea de forma eficiente, éste tendrá mayor satisfacción al entrar al sitio web.

2.4.2 Visibilidad

La visibilidad según García (2006) es:

“la facilidad de acceso y reconocimiento de los contenidos, productos y servicios publicados en Internet de manera que los usuarios los reconozcan, adquieran y accedan ellos.”

Nos auxilia a poder integrar la información a los buscadores en internet; cada vez que el usuario intenta buscar algo, el buscador le arrojará la primera información que encuentre, esto depende de las buenas prácticas que hayan usado.

2.4.2.1 Buenas prácticas de visibilidad

Visibilidad web UNAM (2020) explica que las buenas prácticas son:

- **Estructura de las URL:**
Las URL deberán describir que de que trata el contenido, siendo de forma simple, específica, con palabras clave, y sin guiones bajos para que los buscadores puedan arrojar la información que desea el usuario incluso antes de entrar al sitio web.
- **Rastreo personalizado del sitio:** Se recomienda el uso de archivo robots.txt, el cual ayudará a los buscadores para poder mostrar las secciones, archivos, páginas y directorios en su búsqueda para poder arrojar los elementos indicados.
- **Contenido desarrollado con flash:** Se desea evitar el uso de flash, pues es ilegible para los buscadores y algunos dispositivos.

2.4.3 Accesibilidad

La definición de accesibilidad es “un atributo del producto que se refiere a la posibilidad de que pueda ser usado sin problemas por el mayor número de personas posibles, independientemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso” (Hassan, 2015, p. 11).

Con base en esta definición, se proponen cuatro indicadores relevantes:

- **Perceptible:** La información y los componentes de la interfaz de usuario deben ser mostrados a los usuarios de forma que puedan percibirlos. En este apartado se considera que la información sea estructurada adecuadamente debido al uso de la arquitectura de la información, además de que se auxilia el sitio web con botones para poder ser más demostrativos con respecto a lo que se quiere señalar, de manera que pudiera ser más claro para el usuario.
- **Operable:** Los componentes de la interfaz de usuario deben ser manejables. Debe de contar con botones a través de los cuales se pueda interactuar con ella.
- **Comprensible:** La información y las diferentes opciones deben ser claras. La información debe de estar estructurada de forma que pueda ser accesible para cualquier usuario.
- **Robusto:** Maximizar la compatibilidad con actuales y futuros agentes de usuario, incluyendo tecnologías de asistencia o productos de apoyo. Con respecto a las personas con capacidades distintas, se debe de contar con herramientas que los ayuden a poder identificar la información deseada.

2.4.4 Buenas prácticas para desarrollo de sitios web

En cuestión a buenas prácticas de sitios web, el Gobierno de Chile (2008) recomienda:

- **Interfaz de los sitios web:** Debe existir para atender los elementos de navegación para el usuario, como sus acciones, sus consultas, entre otras cosas.
 - **Uso de logotipos:** Se considera buena práctica el uso de un logotipo para que el usuario identifique la organización, institución o empresa a la que pertenece el sitio web, este debe de estar acompañado del nombre del sitio y en un lugar visible.
 - **Identificación de secciones:** Se recomienda colocar el nombre de la sección de forma resaltada al demás del texto y cerca del logotipo para que pueda identificarla el usuario.
 - **Enlaces de acción:** Son links, enlaces, que permiten al usuario navegar en el sitio web, conocer más información o la posibilidad de pasar entre cada pantalla de forma libre.

- Experiencia de usuario: Se define como la trazabilidad del usuario cuando este navegue dentro del sitio, pero con elementos que favorezcan su estancia dentro del sitio web, para que se sienta familiarizado con los elementos que ya reconoce y pueda completar su estancia favorable.

2.5 Administración de proyectos

2.5.1 Ciclo de Vida del Proyecto

En este apartado se incluyen las fases genéricas que describe el PMBOOK (2017) como parte del ciclo de vida, pues se acoplan a proyectos pequeños, medianos y grandes; así mismo, los entregables se deben acoplar a lo que requiere el proyecto, a veces pueden variar en función de las necesidades, gestión y control. Las fases son:

- Inicio del proyecto: Se alinea la problemática y se ve la viabilidad del proyecto. También se evalúa la disponibilidad de los recursos.
- Organización y preparación: En esta parte se enlaza cada recurso disponible, y se incluye una planificación del progreso del proyecto con la finalidad de tener una guía.
- Ejecución del trabajo: Esta fase depende bastante de la planificación, pues incluye la realización de tareas, desarrollo de la solución y la asignación de los recursos adecuados.
- Cierre del proyecto: El cierre contempla la evaluación del proyecto a través de los objetivos planteados. Además, hay un criterio de funcionalidad que es necesario retomar para tener certeza de que el proyecto cumplió con las expectativas de todos los interesados. Probablemente lo más importante, es que la problemática de la gestión de la información se haya solucionado.

2.5.2 Buenas prácticas

Las buenas prácticas son el concentrado y aplicación de habilidad, conocimientos, herramientas y técnicas a los procesos de dirección de proyectos, el uso de éstas puede ayudar a un proyecto a ser exitoso y encontrar el enfoque deseado.

2.5.2.1 Proyecto

Un proyecto se define como un producto, servicio o resultado único de forma temporal, estos se llevan a cabo para cumplir objetivos que se convertirán en la meta para enfocar el trabajo, un fin, resultado que se desea, un servicio o producto a prestar, que resulte ser el entregable del resultado para completar una fase o proyecto.

Pueden surgir uno o más entregables:

Un producto, servicio o resultado único pueden estar relacionados entre sí, pues puede modificarlo, mejorar o reemplazarlo, cumplir con una meta, determinar una novedad o asistencia al usuario.

2.5.3 Grupos de Procesos

Los grupos de procesos son un agrupamiento de procesos lógicos con el propósito de lograr los objetivos de los proyectos pertenecientes a la dirección de proyectos. Estos procesos son independientes de las fases y se agrupan en 5 procedimientos:

- Grupo de procesos de inicio: Son procesos realizados para la composición de una fase o un nuevo proyecto, esto para la obtención de su propia autorización.
- Grupo de procesos de planificación: Son procesos que establecen el alcance del proyecto, objetivos y la definición de qué acciones se deben tomar para alcanzar los objetivos.
- Grupo de procesos de ejecución: Son procesos para satisfacer los requisitos que puedan surgir en el proyecto, así como también verificar los procesos para completar el plan de trabajo definido para este.
- Grupo de procesos de monitoreo y control: Su fin principal es hacer un seguimiento, análisis y regulación para el progreso y su desarrollo, esto, con motivo de poder detectar las áreas que necesiten cambios y realizarlos.
- Grupo de procesos de cierre: Son fases, proyectos o contratos para poder cerrar o complementar formalmente el proyecto.

2.5.4 Áreas de Conocimiento de la Dirección de Proyectos

Los procesos se distribuyen en categorías por áreas de conocimiento. Estas se definen como un área que se reconoce por la dirección de proyectos, y concreta los requisitos de conocimientos que se componen en los términos de procesos, prácticas, entradas, salidas, herramientas y técnicas. Existen diez áreas de conocimiento que, a pesar de que se relacionan entre sí, están definidas y son excluyentes, de forma que la mayoría de los proyectos los utilizan como guías. Estos son:

- Gestión de la integración del proyecto: Son procesos para la dirección de proyectos, que incluyen actividades con el fin de identificar, definir, combinar, unificar y coordinar los procesos y actividades.

- Gestión del alcance del proyecto: Incluye el trabajo que se requiere para completar con éxito y garantizar el proyecto.
- Gestión del cronograma del proyecto: Los procesos que se requiere para la gestión del proyecto y su conclusión en el tiempo acordado.
- Gestión de los costos del proyecto: Requiere procesos inmersos en la planificación, estimación, presupuesto, financiamiento, la obtención de este, el chequeo de costos para completar el proyecto con el presupuesto acordado.
- Gestión de la calidad del proyecto: Son procesos que integran la política de calidad de la organización referente a la planificación, gestión, control de los requerimientos de calidad del producto y el proyecto, esto con el propósito de satisfacer las expectativas de los interesados.
- Gestión de los recursos del proyecto: La conclusión exitosa de un proyecto requiere procesos para la identificación, adquisición, y gestión de los proyectos.
- Gestión de las comunicaciones del proyecto: Garantiza la planificación, recopilación, creación, distribución, almacenamiento, recuperación, gestión, control, monitoreo y disposición de los procesos, de su información del proyecto para que cumplan con su propósito.
- Gestión de los riesgos del proyecto: Requiere procesos para la planificación de la administración, identificación, análisis, planificación, implementación de la respuesta, así como también el monitoreo de los riesgos que se presenten en el proyecto.
- Gestión de las adquisiciones del proyecto: Son los procesos referentes a las adquisiciones o compras de los productos, servicios o los resultados necesarios por fuera del equipo del proyecto.
- Gestión de los interesados del proyecto: Requiere de procesos que incluyan la identificación a las personas, grupo, organizaciones que en el proyecto tengan la capacidad de afectar o ser afectados para el análisis de las expectativas de los interesados y su impacto para las estrategias, gestión, y desarrollo de la participación de los interesados en la ejecución del proyecto y sus decisiones.

2.6 Metodología de Preproducción, Producción y Postproducción

Esta metodología se usa para la creación de productos multimedia, ya sean sitios web, videos musicales, entre otros productos. Existen dos tipos de productos multimedia según Sedó (2016):

- Producto multimedia lineal: En este caso, el receptor no tiene que hacer contacto con el producto, ni participar, ni ejercer algún tipo de control sobre este, por ejemplo, una película o video.
- Producto multimedia interactivo o no lineal: El receptor tiene un cierto control sobre el producto, y su progreso. Por ejemplo, un juego de consola, o un sitio web.

La creación de un producto multimedia se limita a 3 fases, las cuales son sumamente importantes para el desarrollo, éstas fases son: Preproducción, producción y postproducción.

2.6.1 La preproducción

Es la primera etapa de la construcción, explican Ramón y Serra (2012), se definen los objetivos, el desarrollo de una estrategia que esté encaminada al cumplimiento del objetivo y se conoce el equipo:

- Equipo humano: El nivel de complejidad de las aplicaciones hoy en día es bastante incrementado, por ello, es recomendable tener un equipo interdisciplinario para poder abarcar las competencias que actualmente exige el mercado. Sin embargo, algunas aplicaciones son desarrolladas por una sola persona, la cual puede desempeñar varios roles (ver tabla 7).

Tabla 7

Roles del equipo humano

Perfil	Funciones
Director del proyecto	Es el encargado de la producción de un proyecto específico, sus funciones pueden basarse en: Liderazgo del equipo, establecimiento del plan de trabajo, control del calendario y del resultado
Guionista	Su labor consiste en el contenido del proyecto: estructura, determina elementos de diseño para poder apoyar a este, y decide los medios para cada parte del contenido, sus funciones son: Revisar y corregir textos, establecer el sistema de navegación, retroalimentación del usuario, además selecciona los medios más importantes que integran la multimedia.

Director de diseño gráfico y de interfaces	Sus funciones son la determinación del diseño global, diseño de interfaces, creación de elementos visuales, la composición de pantallas, creación de la navegación, organización del contenido multimedia, previsión del usuario final con el uso efectivo de ventanas, fondos e iconos.
Programador multimedia	Es la persona que integra todos los elementos del proyecto, usando un sistema de desarrollo para poder realizar la maquetación, integración multimedia, funcionalidades de navegación, operatividad del soporte y pruebas.

Nota. Tomada de Ramón y Serra (2012).

A continuación, se presentan una serie de elementos de la metodología propuestas para esta etapa.

- **Objetivos, usuarios y mensajes:** En este apartado se definen los objetivos más importantes del proyecto, mediante las preguntas de ¿para qué?, ¿por qué? y ¿cómo?, estas respuestas están orientadas a que los clientes puedan hacer las interacciones con el sitio de forma sencilla; así mismo, estos objetivos están jerarquizados para contemplar a qué público va dirigido y el mensaje que se va a comunicar.
- **Ficha del producto:** En esta fase, se intenta dar respuestas a las siguientes preguntas:
 - Descripción de la idea: ¿De qué trata el nuevo producto?
 - Necesidad: ¿Qué necesidad o problema se quiere responder con el producto?
 - La meta: ¿Qué queremos conseguir con el producto?
 - Público objetivo: ¿Quién es el usuario final?
 - Objetivos editoriales: ¿Es un título unitario? ¿Fecha de lanzamiento?

2.6.1.1 Diseño de la interactividad

- **Idea:** En esta fase se crea el guion y como primicia, se inicia con una idea la cual marca la realización de la aplicación, esta idea debe ser plasmada en dos líneas, debe ser sencilla, y comprensible para su rápida comunicación.
- **Sinopsis:** Una vez teniendo la idea, se realiza la sinopsis, la cual es el desarrollo de la idea, que marca principalmente lo esencial, y describe la idea del contenido del

producto. La sinopsis puede partir desde la narrativa, dependiendo de su estructura y si es un producto interactivo, un juego, personajes, una historia, todo esto debe contar narrando, como si fuera un guion cinematográfico.

- **Diseño de la interactividad:** El diseño de la interactividad es pensar la relación entre el usuario y el producto. En esta fase se describen las características del usuario y su interacción a mayor detalle.
- **La secuencialidad o narración lineal:** En la secuencialidad, se habla sobre una continuidad en los acontecimientos, en cambio, al hablar de una narración lineal, se refiere a que el usuario es quien decide el orden para acceder a la información, y no existe un orden establecido por el autor, sin embargo, en un producto multimedia se puede tener varias opciones a la vez:
 - **Presentar los contenidos de manera secuencial:** Afirma que la secuencialidad en una estructura de información es necesaria para su presentación.
 - **Presentar los contenidos de manera aleatoria:** El usuario tiene el poder de acceder desde cualquier parte del contenido a otra, cada vez que él lo desee, puede decidir su secuencia narrativa de forma libre.
 - **Presentar los contenidos de manera mixta, secuencial y aleatoria:** Se afirma que se debe de tener precaución con este tipo de contenidos, pues su secuencia debe ser bien pensada por el usuario, incluso siendo aleatoria, pues puede ocasionar resultados distintos aun siendo el mismo producto.
- **Productos didácticos:** Este tipo de contenidos son secuenciales, en los productos se requiere asumir contenidos antes de continuar con otros, o regresar a los anteriores para su correcta asimilación.
- **Estructuración de la comunicación:** Se refiere a la comunicación entre el usuario y la máquina; existen dos tipos de comunicación:
 - **Comunicación muy estructurada:** El usuario sabe qué acciones puede realizar en el producto, mediante menús, interfaz, estructuras.
 - **Comunicación poco estructurada:** El usuario tiene que investigar el producto, pues no tiene una guía, y precisamente la toma de decisiones de este será algo previsto en el producto, pues muchos se desarrollan con ese fin.
- **Interactividad e interacción:** La interactividad en los productos multimedia es normal, en algunos es mayor y en otros menor. Los niveles son:

- Primer grado: Es muy fácil, ya que se basa en presionar un botón y esperar a que suceda una acción.
- Segundo grado: Está relacionado con la historia e inteligencia, hace referencia a las acciones del usuario, pues éstas afectan en el tiempo.
- Tercer grado: En este caso, las acciones del usuario afectan directamente al uso del producto, y se exige una participación más activa de este.
- La forma de diseño interactivo: Es la forma en la que el usuario se relaciona con el producto, de modo que todo lo que se ponga en el programa, jugará un papel importante en el programa. En sí, se verá de forma narrativa cómo se muestran los contenidos, su relación comunicativa, si se usan los elementos del uso del tiempo, y su materialización hacia el usuario.

2.6.1.2 Diseño de navegación

- Organización de la información: El diseño de la navegación se adelanta para saber cómo se va a mover el usuario dentro del producto multimedia y cómo podrá tener la información que desea. La estructura de los elementos del diseño que interactúan con el usuario para llegar a la información debe estar bien diseñada, pues el usuario debe estar cómodo usando el producto y debe ser fácil para él, poder navegar en él.
- Clasificación de la información por categorías: Hace referencia a la organización de la información y su agrupamiento, ya sea por tema, asunto, secuencia, entre otros.
- Agrupación temática y redefinición de los grupos temáticos: La lista primordial de categorías se debe agrupar recomendablemente en temas, y las meta categorías se hacen a nivel superior para que los usuarios lo puedan ver y estén relacionados entre sí; además, se habla de temas que están divididos o de su dificultad al acomodarlos.
- Fragmentación de la información en bloques: Se deben colocar contenidos concentrados de información en bloques de información dentro de cada tema.
- Jerarquización y adjudicación de prioridades: En esta faceta se establece la jerarquía de cada tema en la estructura de la navegación, y como primera instancia definir las prioridades, información importante y casos específicos.
- Establecimiento de relaciones: Se determina la interacción entre los diferentes temas.
- Organización dentro de una estructura: Se predetermina una secuencia no lineal para que el usuario pueda recorrer los distintos caminos del producto, de una forma fácil

- y no confusa. La organización juega un papel importante, pues entre mayor sea la facilidad para llegar a todos los contenidos, más fácil será para el usuario navegar.
- Modelos de organización de la información: El modelaje de la información puede partir desde distintos modelos:
 - Indexada: Esta estructura lleva a una respuesta y la opción es regresar de nuevo al menú.
 - Jerárquica: Se basa en la estructura de árbol, donde se despliega como ramas, y el menú, desplazándose de lo general o lo particular, destacando de esta forma la dependencia y conexión entre cada concepto.
 - Lineal: Representa una sola secuencia, en donde solo se avanza o se retrocede, este modelo se usa para tutoriales pues desprende la información deseada y tiene poca interactividad con el usuario.
 - Lineal jerárquica: Permite una navegación mixta entre la estructura lineal y jerárquica, pues permite navegar en el contenido siendo organizado lineal o jerárquico.
 - Sistema de navegación: La navegación se despliega entre diferentes estructuras, se despliega gracias a los recursos utilizados y sus menús para orientar al usuario.
 - Navegación: El diseño requiere un modelo de estructura de navegación, orientación, para poder construir un producto adecuado. Algunos modelos de navegación son:
 - Navegación mixta: Esta navegación condiciona una navegación que puede ser en orden o libre para el usuario, puede también pasar de bloque en sección o viceversa con jerarquías determinadas.
 - Navegación interna: Se refiere a la navegación dentro del propio sitio web.
 - Navegación externa: El usuario a través de enlaces puede salir del producto, y estos enlaces deberán complementar la información del sitio web.

2.6.2 Producción

- El diseño lógico: Es un guion detallado donde se especifican las acciones del usuario paso a paso de forma textual de cada escena, sus elementos interactivos son los textos, imágenes, sonidos, todo lo que puede visualizar el usuario, y se usa para realizar el diseño gráfico.
- Guion técnico: Es un documento que sirve para el entendimiento entre el guionista y el desarrollador, estos guiones pueden ser sencillos o amplios, pues solamente

plasman lo que puede ver el usuario de forma bastante legible. Existen distintos componentes que conforman el guion técnico, por ejemplo:

- Título: Cada escena tendrá un título y describe de qué se trata.
 - Fondo: Las escenas tienen fondo y pueden ser en formato RGB.
 - Zonas sensibles: Son partes de la pantalla que reaccionan al pasar el cursor encima de ellas.
 - Textos: Es la información que se muestra en el guion, se indica con la palabra TXT.
 - Iconos: Son generalmente imágenes que se ponen en un fondo, se señalan con INC.
 - Animaciones: Son tramas de un video que generalmente proviene de una señal externa y son generados por un programa de animación vía ordenador.
 - Entrada a una escena: Especifica una lista de acciones que suceden cuando el usuario intenta entrar. Las listas pueden ser: presentaciones, música, animaciones, y otros elementos para la parte interactiva. Y las tareas de salida funcionan similarmente, pero con la palabra salida.
- Guion literario: Son una serie de especificaciones del guion técnico, establecen la información de cada página distinta, la escena puede contener título, fondo, rutina de entrada, grupo de tareas, grupos de tareas y zonas sensibles.

2.6.3 Postproducción

En esta etapa, se considera realizar un estudio real sobre el proyecto. En este caso los usuarios podrán explotar el producto, probarlo, detectar si existen inconvenientes en relación con el usuario final. La mayoría de las veces esta etapa se basa en prototipos y se presenta a los usuarios el producto de cada pantalla. Para enriquecer el desarrollo del proyecto, se evalúan las experiencias mediante el análisis de encuestas, con la finalidad de corroborar si el producto satisface correctamente al usuario y las necesidades de la sede.

- Estándares: Para la creación de este proyecto se consideran estos tres estándares, ya que ayudarán a complementar el sitio web en su totalidad, pues se consideran importantes, deben ser actualizados y son idóneos para el entendimiento del usuario y para satisfacer la problemática de la sede. Estos estándares se agrupan en tres categorías:

- Estándares de marca: Estas normas incluyen todo lo que tiene que ver con el aspecto de un sitio web e implica el uso de colores, tipografía, y elementos que son específicos de la universidad.
- Normas de codificación: Los sitios web deben ser construidos de acuerdo con los estándares de programación acordados por el W3C, dicho consorcio se encarga de estandarizar el código del sitio web.
- Normas de accesibilidad: Estas normas se basan en que el sitio web pueda ser comprendido por todo público que esté interesado en él, así como que pueda ser navegado desde cualquier dispositivo.
- Responsive: Es una característica principal en el medio actual, Aubre (2017), lo define como “un sitio creado de este modo es un sitio cuya distribución, tanto la parte gráfica como la funcional del diseño, cambia en función del tamaño de la pantalla”. Esta característica permitirá que todo usuario que navegue en el sitio web pueda ver la información y el diseño adaptado al dispositivo que este posea, sin tener que cambiar de este para poder visualizar mejor el contenido.
- Robustez del software: Es definida por Gutiérrez y López (2016) como: “La capacidad de los sistemas de software de reaccionar en forma apropiada ante condiciones excepcionales. La robustez complementa la corrección. La corrección tiene que ver con el comportamiento de un sistema en los casos, previstos por su especificación; la robustez caracteriza lo que sucede fuera de tal especificación”.
- Seguridad y recomendaciones: Asimismo, se considera contemplar la conceptualización de elementos de seguridad, pues se prevén complicaciones que puedan surgir en un futuro hacia los proyectos:
 - Análisis de riesgo: La identificación de vulnerabilidades en el sitio web, busca identificar los riesgos más críticos que puede enfrentar la sede. “El análisis de riesgo, es el estudio de las posibles amenazas y probables eventos no deseados, además de los daños y consecuencias que éstas puedan producir. Es una herramienta de gestión para evaluar riesgos y determinar el impacto del sitio web” (González, 2017).
 - Probabilidad: “La probabilidad es la posibilidad de materialización del riesgo analizado, debiendo tener en cuenta que, en cualquier caso, de una probabilidad teórica, pues la cuantificación exacta es imposible toda vez que el riesgo cero no existe” (Cardona, 2003). Aplicado al sitio web, supone la

exigencia de poder cuantificar la probabilidad de que se materialice el riesgo en el sitio web con algún tipo de escala cualitativa o cuantitativa. El encargado de realizar el análisis de riesgo tiene que tomar una serie de decisiones para la evaluación de impacto de cada tratamiento.

- Impacto: “Son la consecuencia de la materialización de una o más amenaza sobre uno o varios activos aprovechando la vulnerabilidad del sistema o, dicho de otra manera, el daño causado. Además, desarrollar el proceso de análisis y evaluación de los riesgos de seguridad existentes ligados a las amenazas y vulnerabilidades para medir el impacto en el sitio Web” (González, 2017). Dicho de otro modo, el impacto es el efecto, positivo o negativo, que un determinado tratamiento de datos pudiese tener sobre la persona a la que se le han recabado los mismos. Este impacto puede tener diferentes escalas, que determinarán su carácter positivo o negativo, pero es innegable que cualquier tratamiento de datos generará en las personas físicas afectadas algún tipo de efecto.
- Amenaza: “Una amenaza en el sitio web, es la probabilidad de ocurrencia de un evento que atente con la disponibilidad, integridad y confidencialidad de los datos de la misma, en este sentido el sitio web en mención estas expuesto amenazas tales como robo o corrupción de los datos personales de los usuarios, modificación de su código para que los usuarios finales vean información errada, ataques de denegación de servicio (DoS), que deshabilite la disponibilidad de sitio web, desbordamiento de buffer o inyección de código SQL, que logrando tener el control de sus bases de datos y amenazas causadas por los famosos spam, que son todos esos mensajes de promociones, anuncios de compañías, que algunas veces se muestran hasta con el idiomas distintos y desconocen el origen de los mismo”.
- OWASP Top 10: En esta etapa se considera las recomendaciones que hace OWASP “Open Web Application Security Project”, el cual es un proyecto sin fines de lucro dedicado a evitar el software inseguro. Estas recomendaciones se comprenden de su TOP 10 del 2020:
 - 1. SQL Injection: Es una vulnerabilidad que a través de las bases de datos de la aplicación inyecta código malicioso, extrayendo información del sitio.

- 2. Pérdida de autenticación: Alguien que consiga la contraseña o extrabajador, puede obtener la contraseña si es que no se han aplicado los protocolos de personal, y suplantar la identidad del administrador.
- 3. Mala configuración de seguridad: En este caso, la configuración de la información de los usuarios no concuerda con los mecanismos del sistema, entonces, algunos hackers se aprovechan de eso para robar información y tener acceso al sistema.
- 4. Entradas XML: XML significa Extensible Markup Language es un metalenguaje, el cual puede ser burlado por algún hacker y robar datos confidenciales.
- 5. Control de acceso: Los accesos y sus controles en una mala configuración pueden provocar que las personas accedan al sistema desde la URL.
- 6. Secuencia de comandos en sitios cruzados (XSS): Este ataque se caracteriza por infectar código malicioso desde el dispositivo en el cual quiere ingresar, esto para el robo de información.
- 7. Deserialización insegura: Infecta la aplicación web de forma remota a través de código.
- 8. Uso de componentes con vulnerabilidades conocidas: El código libre permite conocer a los atacantes las vulnerabilidades, entonces, es importante actualizar el sistema.
- 9. Insuficiente registro y monitoreo: El monitoreo de errores debe ser constante para poder detectar oportunamente alguna vulnerabilidad.
- 10. Exposición a datos sensibles: Se recomienda no tener datos sensibles de los usuarios, nombres, dirección, datos bancarios, entre otros, por las vulnerabilidades antes mencionadas.

Gracias al conocimiento de estas reglas, se pretende crear un sitio web que prevea este tipo de vulnerabilidades, con la finalidad de evitar mayores problemas en un futuro.

Capítulo 3. Propuesta de Solución

En este capítulo, se describe de forma detallada la planeación del desarrollo del sitio web de UNAM – Francia, así como las fases de la metodología.

Como primicia se presenta la carta del proyecto, la cual describe componentes propios del sitio web:

3.1 Planeación

3.1.1 Carta del proyecto

CARTA DEL PROYECTO	
<p>Título del proyecto: Diseño e implementación del sitio Web de UNAM Francia.</p> <p>Patrocinador del proyecto: UNAM Francia y DGECI</p> <p>Fecha preparada: 24 octubre 2019</p> <p>Director del proyecto: Mariana Atzin Márquez Jiménez</p> <p>Cliente del proyecto: Director UNAM Francia</p> <p>Justificación del proyecto: Actualmente se dificulta consultar la informa de forma actualizada e integra, así como que el traductor no funcionaba de forma adecuada, así como también facilitar la administración del sitio web.</p> <p>Por lo tanto, se propone implementar y diseñar un sitio web que facilite la administración y consulta de información de la UNAM Francia y todo lo que implica.</p>	
<p style="text-align: center;">Objetivo general</p> <p>El objetivo general del trabajo es desarrollar un sitio web para UNAM–Francia que permita la consulta óptima de la información por parte del usuario final y una administración fácil para las autoridades en un periodo aproximado de 6 meses.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un sitio web usable y accesible para 	<p style="text-align: center;">Criterio de Éxito (Objetivo general)</p> <p>Se creará una encuesta basada en un estudio de satisfacción para evaluar la satisfacción del sitio web del usuario final.</p> <p>Criterio de Éxito (Objetivos específicos).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los procesos que cubren las necesidades de usabilidad, accesibilidad y visibilidad serán evaluados mediante un análisis.

<p>mejora la experiencia de los usuarios</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Implementar para el sitio web una herramienta que permita la traducción. 3. Facilitar la administración del sitio web para contar con información oportuna para los usuarios. 4. Realizar un sitio web con alta visibilidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Traducción inmediata a disposición del usuario 3. Sitio autoadministrable al 100 % 4. Realizar una indexación conforme a la guía de indexación de google.
--	--

Requerimientos de alto nivel:

Producto:

- Sitio web responsivo, usable, accesible, visible y autoadministrable para la consulta de información de los usuarios y una fácil administración por parte de la sede.

Proyecto:

- Documentación de la administración del proyecto basada en las buenas prácticas del PMBOOK.
- Uso de las directrices de accesibilidad, usabilidad y visibilidad de la UNAM
- Adaptar el proceso del sitio web: Pre-producción, producción y postproducción para la realización del proyecto.

Descripción del proyecto de alto nivel:

Se requiere un sitio web para la consulta de información y facilitar la administración del sitio.

Funcionalidades que va a hacer el sistema:

- El sitio web le permitirá al usuario adaptarse en cualquiera de sus dispositivos móviles
- El sitio web le permitirá al usuario cambiar de idioma las veces que sean necesarias

- El sitio web le permitirá al usuario seleccionar cualquier segmento del menú
- El sitio web le permitirá al usuario llenar el formulario de contacto y enviarlo
- Los iconos del traductor deberán ser representados por personajes históricos

Actividades que se van a hacer como parte del sitio web:

- Se indicará el equipo necesario para que el sitio web funcione adecuadamente.
- Implementar Wordpress.

Qué está fuera del alcance del proyecto:

Funcionalidades que no va a hacer el sistema:

- El sitio web no se encargará inscribir a los usuarios a los eventos que la sede ofrece.
- El sitio web no enviará los eventos disponibles y noticias recientes.

Actividades que no se van a hacer como parte del desarrollo del sistema:

- No se hará la configuración del dominio en México.
- No se cotizarán las licencias de Wordpress y los plugings.

Riesgo general del proyecto:

- Incendio
- COVID -19
- Cambio de administración en la sede

Tabla 8

Cronograma de hitos

Fases:	Resumen de hitos	Fecha de vencimiento
PLANEACIÓN	<ul style="list-style-type: none">▪ Firma de carta del proyecto.▪ Recabación de requisitos▪ Análisis de recursos▪ Definición de objetivos	30 de Diciembre 2019
PREPRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none">▪ Diseño de interactividad	03 de Enero 2021
PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none">▪ Diseño de navegación▪ Diseño lógico	04 de Enero 2021
POSPRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none">▪ Creación del producto▪ Documentación de la elaboración▪ Pruebas	05 de Enero 2021
FIN	<ul style="list-style-type: none">▪ Sitio web final▪ Mantenimiento	20 de Abril del 2021.

Nota: Elaboración propia, (2021).

Recursos financieros preaprobados:

\$170,000 pesos mexicanos.

Tabla 9

Lista de interesados clave

ID	Nombre	Rol	Actividades
S-01	René Ceceña	Director 2019	Invitar a los usuarios a visitar el sitio web para conocer las noticias más recientes e información de interés.
S-02	Emilia González	Coordinación de relaciones y gestión 2019	Actualizar la información del sitio web.
S-03	Federico Fernández	Coordinador de Informática	Invitar a los usuarios a visitar el sitio web para conocer las noticias más recientes e información de interés.
S-04	Usuario	Usuario	Visitar el sitio web para conocer información de su interés y las noticias más recientes.

Nota: Elaboración propia, (2021).

Tabla 10

Requerimientos de aprobación del proyecto

Éxito del proyecto	Evaluador	Nombre y firma de cierre
<ul style="list-style-type: none">▪ Implementación del sitio web mediante Wordpress.▪ Visualizar el sitio web desde cualquier pantalla de dispositivos móviles y computadores.▪ Navegar en el sitio web de forma libre en todos los apartados.▪ Cambiar de idioma el sitio web mediante una herramienta▪ Satisfacción de los usuarios▪ No rebasar el presupuesto asignado	Director de la sede	Director de la sede

Nota: Elaboración propia, (2021).

Tabla 11

Actividades por realizar de acuerdo a las fases

Fase	Actividades a realizar	Nombre y firma
PLANEACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Firma de carta del proyecto. ▪ Recabación de requisitos ▪ Análisis de recursos ▪ Definición de objetivos 	Director de la sede
PREPRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de interactividad 	Director de la sede
PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de navegación ▪ Diseño lógico 	Director de la sede
POSPRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación del producto ▪ Documentación de la elaboración ▪ Pruebas 	Director de la sede
FIN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sitio web final ▪ Mantenimiento 	Director de la sede

Nota: Elaboración propia, (2021).

Aprobaciones:

Firma del Director del proyecto

Mariana Atzin Márquez Jiménez

Nombre del Director del proyecto

24 octubre 2019

Fecha

Firma del patrocinador u originador

UNAM – Francia y DGEI

Nombre del patrocinador u originador

24 octubre 2019

Fecha

Como parte de la propuesta de solución, se realizó la programación de eventos a través de un Gantt, el cual describe que:

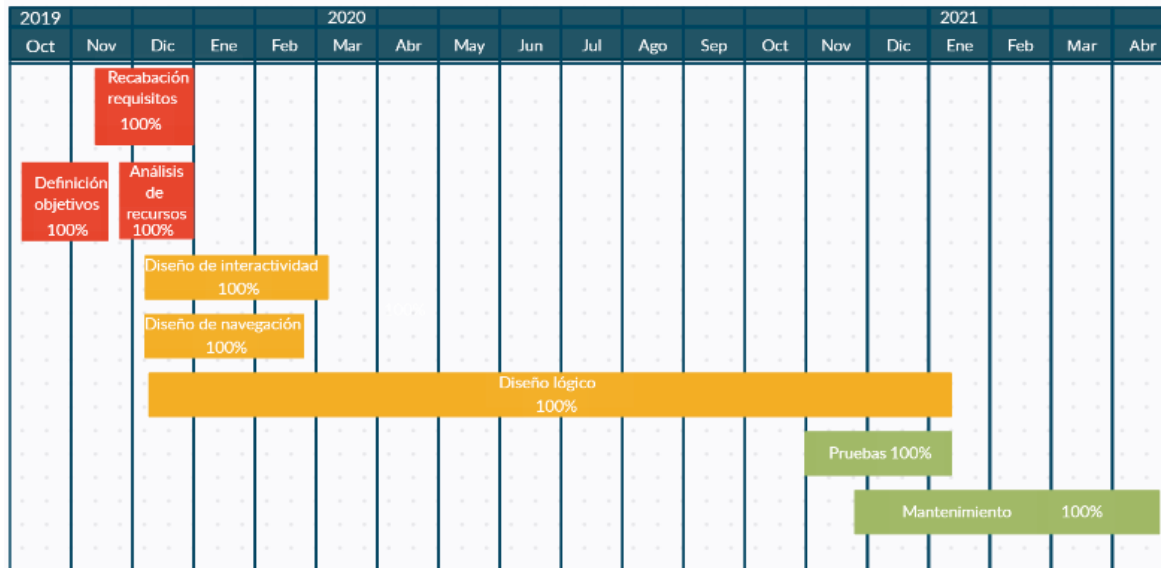
El inicio del proyecto fue en octubre del 2019, se empezó con pautas muy grandes como lo es, definición de objetivos, análisis de recursos y recabación de requisitos, todos dentro de esta periodicidad y tomados a la par, porque dentro de las definiciones del proyecto, se consideraron los requerimientos y elementos que se tenían para partir para los objetivos. Posterior a la clarificación y término de la fase color rojo, se considera proceder a

la etapa siguiente, que habla más acerca del desarrollo de la metodología a inicios de diciembre del 2020, por ello, se contemplan las etapas de diseño de interactividad con duración de diciembre a marzo; diseño de navegación que abarca de diciembre 2019 a febrero 2020; y diseño lógico que contempla desde diciembre 2019 a enero 2021. Se pensaron estos lapsos de tiempo porque se comenzó a pensar en la concepción de todos los elementos al momento de la construcción del sitio web, y para que se fuese ligando de forma que se apegue al objetivo y a la metodología.

Todavía cabe señalar que la etapa que está en color verde se comprende al final del proyecto, como primera parte, se considera la etapa de pruebas y satisfacción del cliente, esta fase se comparte con el diseño lógico debido a que, si en la etapa de pruebas algo sale mal, se corrige dentro del diseño. Y una vez corregido, se propone el mantenimiento del sitio web abarcando un poco el diseño de pruebas ya que mientras salían los resultados se daba mantenimiento (ver figura 3).

Figura 3

Gantt



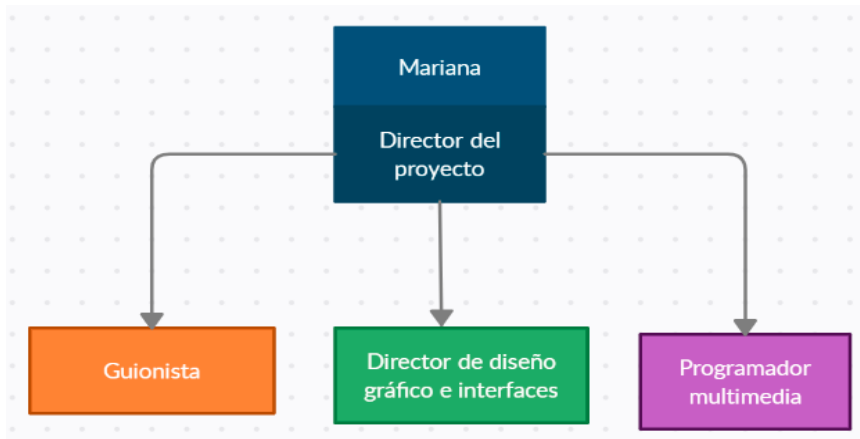
Nota: Elaboración propia, (2021).

El equipo de trabajo se conformó por una persona, la cual desempeñó diferentes roles a lo largo de la construcción del proyecto:

El principal rol fue la dirección del proyecto, conforme fue avanzando, se tomaron los roles de director de diseño gráfico e interfaces, guionista y programador multimedia (ver figura 4).

Figura 4

Organigrama del proyecto



Nota: Elaboración propia, (2021).

Derivado del organigrama y los roles que se asumieron a lo largo del proyecto, se generó la matriz RACI, con esto se define con mayor detalle los procesos que se tienen en la construcción del proyecto, así como la determinación de roles y su responsabilidad (ver tabla 8).

Tabla 11

Matriz RACI

Ocupaciones	Director del proyecto	Guionista	Director de diseño gráfico y de interfaces	Programador multimedia
Planificación	R	I	A	I
Análisis de los recursos	I	A	R	I
Recabación de requerimientos	R	A	C	I

Desarrollo de la metodología	C	C	A	I
Implementación y mantenimiento	I	I	C	R

Nota: Elaboración propia, (2021).

3.2 Riesgos

Tabla 12

Escenarios de riesgo

Id	Riesgos	Fuente	Manejo de respuesta	Probabilidad	Impacto	Severidad	Plazo	Respuesta	Impacto en pesos	Vme
1	Posibilidad de que la pandemia provocada por el virus SARS-COV-2 acorte la estancia en la sede y cancele el proyecto o quede inconcluso, afectando de esta forma al equipo del proyecto: Director del proyecto.	Pandemia mundial	Aceptable	0.8	0.4	0.88	Permanente	Mitigar	\$30,000.00	\$24,000.00
2	Posibilidad de que exista un cambio de administración en la sede, y este cancele, cambie o acorte el proyecto afectando al Director del proyecto.	Político	Tolerable	0.6	0.2	0.68	Largo	Mitigar	\$50,000.00	\$30,000.00
3	Incendio provocado por error humano al no seguir las reglas de las instalaciones, entonces las herramientas de trabajo se verán dañadas afectando al director del proyecto y la continuidad de este.	Error humano	No tolerable	0.4	0.9	0.94	Largo	Evitar	\$14,000.00	\$5,600.00
									\$94,000.00	\$59,600.00

Nota: Elaboración propia, (2021).

Tabla 13

Escalas

Escala	Tiempo	Costo	Calidad Desempeño	Impacto
Muy Alta	Retraso Mayor 20%	Sobrecosto Mayor 15%	Inservible	.90
Alta	Retraso del 10 al 20%	Sobrecosto del 10 al 15%	Degradación mayor	.80
Media	Retraso Menor 10%	Sobrecosto del 5 al 10%	Degradación media	.60
Baja	Elimina, Holgura, Totales	Sobrecosto del 2.5 al 5%	Degradación pequeña	.40
Muy Baja	Elimina, Holgura, Libres	Sobrecosto menor 2.5%	Degradación mínima	.20
Imperceptible	No hay efecto	No hay efecto	No hay efecto	.10

Nota: Elaboración propia, (2021).

Tabla 14

Matriz de probabilidad e impacto

P O B A B I L I D A D	1										
	0.9										
	0.8				1						
	0.7										
	0.6		2								
	0.5										
	0.4									3	
	0.3										
	0.2										
	0.1										
	0	0.1	0.2	0.3	0.4	0.5	0.6	0.7	0.8	0.9	1
Impacto											

Elaboración propia, (2021).

3.3 Preproducción

Objetivo del sitio web

Solucionar la difícil administración del sitio web, que generaba dificultades en la difusión, divulgación de los programas, convenios, intercambios programas y que, además, al tener una gestión complicada comprometía bastante la información a mostrar por los usuarios.

Audiencia

La audiencia del sitio estará compuesta por usuarios que tengan interés en la información que proporciona la sede, estos usuarios pueden ser académicos, alumnos, investigadores y personas interesadas en el intercambio académico, becas, cursos y convenios.

Recursos

La sede cuenta con un recurso muy importante, que es la suscripción al servidor IONOS; entonces, para ocupar el mismo servicio y respetando el convenio que tiene IONOS con WordPress, y conforme a lo estipulado en sus ventajas del gestor facilita la creación de un sitio web.

Como ya se había mencionado con anterioridad, presenta pros que nos ayudarán a solucionar el objetivo que se establece y a consecuencia del convenio que tiene con la sede, se procede a usarlo para continuar con la misma línea del proveedor de servicios.

Una vez claros los recursos para el desarrollo del proyecto, se continua con la recabación de requerimientos:

3.3.1 Lista de requerimientos

Los requerimientos surgieron a base de una entrevista con el director Rene Ceceña (la entrevista se encuentra en el apéndice A), de los cuales se clasificaron conforme a su prioridad, y se describieron para conforme a las peticiones del director para poder cumplir sus expectativas, cumplir el objetivo y apegarse a la metodología.

Tabla 16*Tabla de requerimientos 1*

Descripción	Prioridad	Color
El sitio web le permitirá al usuario ver la información con un fondo que contraste	Alta	Rojo
El sitio web le permitirá al usuario ver la información con un tipo de letra legible y contrastante	Alta	Rojo
El sitio web deberá tener el logo de la UNAM	Media	Amarillo
El sitio web deberá tener los colores de la UNAM	Baja	Verde
El sitio web le permitirá al usuario navegar en todo el menú	Alta	Rojo
El sitio web le permitirá al usuario usar los botones designados en cada bloque	Alta	Rojo
El sitio web le permitirá al usuario adaptarse en cualquiera de sus dispositivos móviles	Alta	Rojo
El sitio web le permitirá al usuario cambiar de idioma las veces que sean necesarias	Alta	Rojo
El sitio web le permitirá al usuario seleccionar cualquier segmento del menú	Alta	Rojo
El sitio web le permitirá al usuario llenar el formulario de contacto y enviarlo	Media	Amarillo
Los iconos del traductor deberán ser representados por personajes históricos	Baja	Verde

Nota: Elaboración propia, (2021).

Tabla 17*Tabla de requerimientos 2*

Descripción	Prioridad	Color
El sitio web les permitirá a los administradores modificar el diseño del sitio web, publicaciones y elementos	Media	Yellow
El sitio web les permitirá a los administradores modificar cualquier elemento multimedia	Alta	Red
El sitio web les permitirá a los administradores crear y modificar publicaciones	Alta	Red
El sitio web les permitirá a los administradores modificar elementos informativos	Alta	Red
El sitio web les permitirá a los administradores revisar las personas que quieren contactarse a través del formulario de contacto	Alta	Red
El sitio web les permitirá a los administradores modificar cualquier elemento multimedia	Alta	Red
El sistema controlará el acceso y lo permitirá solamente a usuarios autorizados. Los usuarios deben ingresar al sistema con un nombre de usuario y contraseña	Alta	Red
El sistema enviará una alerta al administrador del sistema cuando exista un spam en el formulario de contactos	Baja	Green
El sistema detectará spam en el formulario de contactos y evitará su registro	Media	Yellow
El software podrá ser utilizado en los sistemas operativos Windows, Linux y OSX.	Alta	Red
La aplicación debe poder utilizarse sin necesidad de instalar ningún software adicional además de un navegador web.	Alta	Red
La aplicación debe poder utilizarse con los navegadores web Chrome, Firefox e Internet Explorer.	Alta	Red

Nota: Elaboración propia, (2021).

Esta tabla está conformada por la descripción del requerimiento, prioridad y color, en la descripción se señala todo lo que el sitio web podrá realizar, permitirá realizar y la definición de algunos elementos de diseño

Tabla 15

Tabla de prioridad del requerimiento

Prioridad del requerimiento	Nivel	Color
Se tomará en cuenta en la etapa correspondiente pero no será la prioridad.	Baja	
Se tomará en cuenta a lo largo del proceso, sin embargo, no se evaluará como fundamental, sino más bien relevante.	Media	
Será la prioridad máxima en la creación del sitio web.	Alta	

Nota: Elaboración propia, (2021).

Una vez definido los requerimientos, se analiza las características de los usuarios que tendrá el sitio web, estas características describirán el tipo de usuario que es, sus habilidades y las tareas dentro de este.

Tablas de características de los usuarios

Tabla 18

Características del usuario visitante

Características del usuario	
Tipo de usuario	Visitante
Habilidades	Navegación web
Tareas	Ingresar al sitio web para conocer información de UNAM – Francia

Nota: Elaboración propia, (2021).

El usuario visitante podrá acceder a la información del sitio web que este le ofrece sin ningún tipo de restricción por parte de este, el usuario es muy probable que pertenezca al grupo de audiencia al que está dirigido el sitio web: académicos, alumnos, investigadores, colaboradores y personas interesadas en la información.

Tabla 19

Características del usuario administrador

Características del usuario administrador	
Tipo de usuario	Administrador
Habilidades	Dominio de elementos y herramientas de sitios web
Tareas	Ingresar información para que se actualice el sitio web. Verificar que el sitio funcione adecuadamente. Edición de apartados en el sitio web.

Nota: Elaboración propia, (2021).

El usuario administrador podrá acceder a la consola de administración sin ninguna restricción, ya que es el único usuario que podrá tener todos los permisos que le concede Wordpress y tendrá la capacidad de hacer todos los cambios que así se requiera (ver tabla 19).

Tabla 20

Características del usuario editor

Características del usuario editor	
Tipo de usuario	Editor
Habilidades	Dominio de editores gráficos
Tareas	Ingresar información para que se actualice el sitio web. Edición de apartados en el sitio web.

Nota: Elaboración propia, (2021).

El usuario editor podrá acceder a la edición del sitio web, y en cada uno de sus apartados para poder modificarlos y actualizar la información que se requiera, el usuario

podrá acceder a todas las herramientas de edición que ofrece Wordpress, sin embargo, se le estará restringido el acceso para la administración del sitio.

Ficha del producto

- Descripción de la idea: La implementación de un sitio web.
- Necesidad: Facilidad de administración, entendimiento, que el usuario la comprenda.
- La meta: Que cumpla con las expectativas y objetivos que la sede requiere y que el usuario necesita.
- Público objetivo: Alumnos, académicos, investigadores, colaboradores y personas interesadas en los cursos, eventos, conferencias, intercambio, convenios que se ofrecen en el sitio web.
- Objetivos; Lanzar el sitio web con la información y diseño completa dentro del periodo establecido.

3.3.2 *Diseño de la interactividad*

- Idea. “La implementación, diseño del sitio web ayudarán a la gestión de la información y a que los apartados estén mejor establecidos, concretos y enfocados a lo que el usuario busca”
- Sinopsis. El sitio web deberá facilitar la gestión para el administrador del sitio, pues podrá brindar una interactividad adecuada para el usuario mediante las herramientas que el CMS le ofrece, de igual modo, se auxiliará en componentes como la arquitectura de la información, usabilidad, teoría del color, para poder brindar información actualizada y comprensible para el visitante.
- Interactividad. La secuencialidad del sitio web es mixta, ya que el menú está diseñado con arquitectura de la información de manera que el usuario pueda saltar de un contenido a otro sin perderse en el camino, debido a que la información esta agrupada, y aunque todo es relacionado con la UNAM – Francia, permanece sobre temas relacionados entre sí y puede navegar de forma libre.
- Estructuración de la comunicación. La estructura de la comunicación es equilibrada ya que cuando se entra a esta clase de sitios es porque requiere conocer información o para conocer lo que la sede ofrece, el público al que va dirigido tiene el conocimiento de navegar en internet y gracias a la usabilidad se consideran elementos como botones para que le sea reconocible cualquier componente que se

le ponga y no se sienta extraño con elementos que no reconozca o no sepa usar con facilidad.

- Interactividad e interacción. La interactividad es en primer grado, ya que no requiere una participación del usuario, las únicas interacciones que tiene es cuando el usuario pasa de un menú a otro a través de botones.

3.3.3 *Diseño navegacional*

Ahora bien, se considera pasar a la siguiente etapa navegacional, pues se visualiza la trazabilidad del usuario, sus tareas y cómo podría interactuar con estas.

Sin embargo, para proceder con el diseño navegacional, se prevé el diseño adecuado de la información, pues sin la trazabilidad del usuario a la hora de navegar esta podría ser complicada, entonces se considera el uso de la arquitectura de la información.

Tomando en cuenta lo anterior, se propuso acomodar la información conforme a la arquitectura, pues se usa en cuando existe mucha información y este es el caso.

Se determinó esta opción para que el usuario, al navegar dentro del sitio web, pudiera encontrar el contenido deseado y motivar, a su vez, a explorar otros contenidos a fin de comprender la información que buscó.

Por otra parte, se examinó cómo sería la interacción deseada por el usuario, cómo el diseño podría ayudar al visitante del sitio web para llegar a la información requerida, qué opciones tendría al moverse dentro del sitio web, y cómo respondería a las acciones que él hiciera.

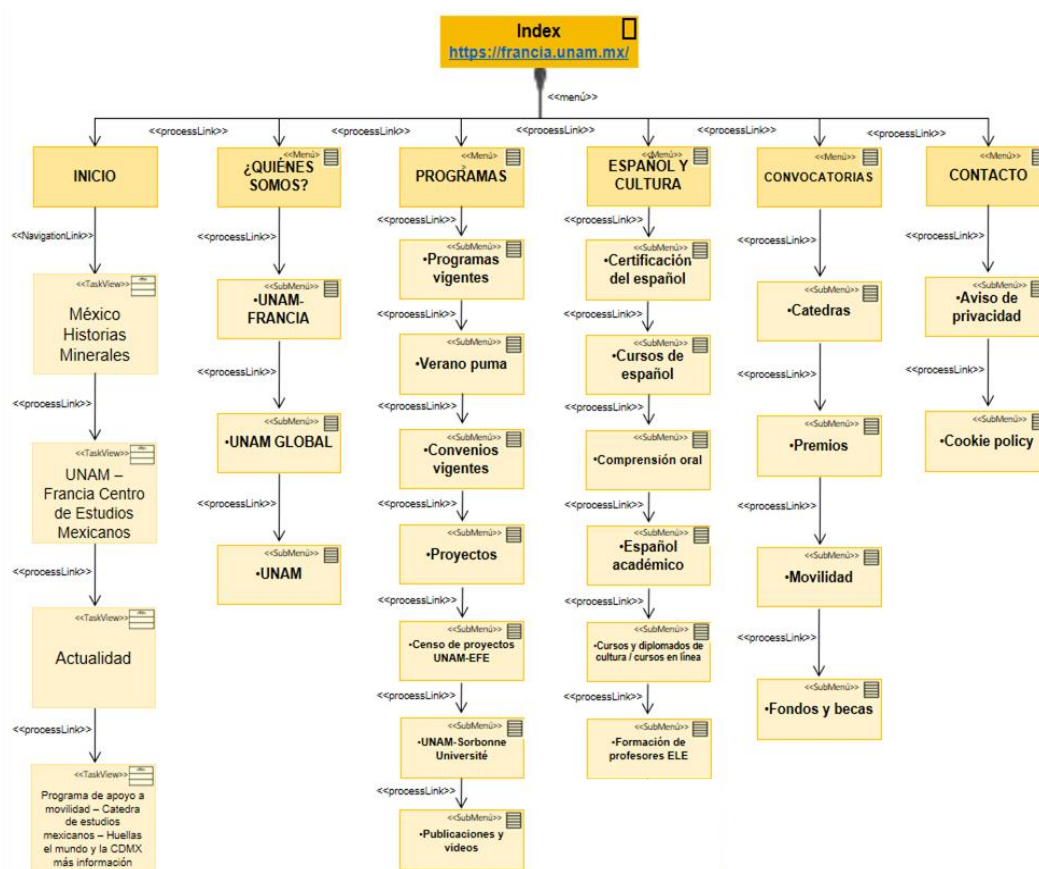
Ahora bien, el sitio web está orientado principalmente a la información, sin embargo, también se habla de imágenes, la mayoría es de tipo ornamental, solo es para tratar de complementar la información y es una adición a la estética.

- **Diagrama de navegación**

Hecha esta etapa de la estructura de la información, se formaliza un diagrama de navegación que va de la mano también con el diseño lógico, ya que a partir del diagrama se conoce un esquema de navegación más específico (ver figura 5),.

Figura 5

Diagrama de navegación



Nota: Elaboración propia, (2021).

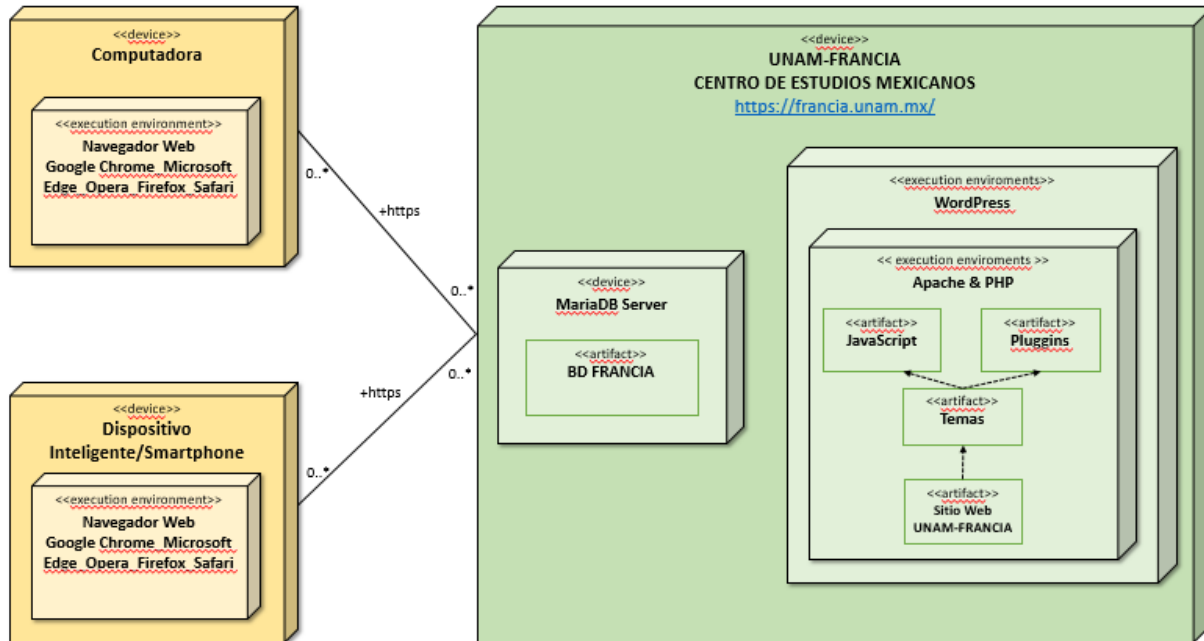
Este diagrama representa cómo quedaría el menú conforme a los avances que se han tenido durante el proyecto, además de la inclusión de los enlaces, nodos, estructuras de acceso y contexto.

Se agregó Process Link conforme a algunos diagramas de navegación para indicar que el único proceso es el dar click y se despliega la información.

Se trató de esquematizar de la mejor forma, pues en la siguiente etapa se relaciona este menú con la estructura de la interfaz, y se observará si la construcción fue sido la mejor, ya que la navegación si bien no es un tema aislado, se traza la interacción con la del usuario y con el diseño se verificaría si es lo adecuado para el usuario final.

Figura 6

Diagrama de despliegue



Nota: Elaboración propia, (2021).

En la figura 6 se representa un diagrama de despliegue, en el cual se puede visualizar la arquitectura del sitio web y disposición física de sus artefactos.

3.4 Organización de la información

La información está clasificada en grupos de información que está relacionada entre sí para facilitar la comprensión de la información que se encuentra ahí está interrelacionada, cada tema por sí mismo se encuentra jerarquizado conforme a lo que la sede desea que se muestre primero, y los elementos de la información se conjuntan en el mismo tema y sub temas relacionados, esto para una mejor distribución para el usuario para cuando desee buscar información, tiene una idea de en qué grupo podrá encontrar lo que desea encontrar.

- Modelos de organización de la información: El modelaje de la información parte de la estructura lineal jerárquica, porque permite al usuario visualizar el sitio web en orden o saltado, permite tener libertad entre los temas que ofrece el sitio web.
- Sistema de navegación: La navegación se despliega de forma mixta, gracias a los recursos que contiene el sitio web se puede desplegar desde un orden o de forma libre entre las jerarquías que se presentan.

- Diseño lógico: Se dará paso a tener una estructura más uniforme y entendible para el usuario, pues se definirá la interfaz para que le sea más fácil consumir el contenido.

Anteriormente, se revisaron los apartados de usabilidad, los cuales se tomarán en cuenta pues son las directrices que marca la UNAM, y son necesarias para su desarrollo, ya que da un parteaguas importante a esta fase de diseño.

Una vez teniendo las características que requiere el sitio web se procede a abrir la plataforma de Wordpress para poder registrarse conforme al convenio que tiene IONOS.

Figura 7

Login

Nota: Captura de pantalla de Wordpress, (2021).

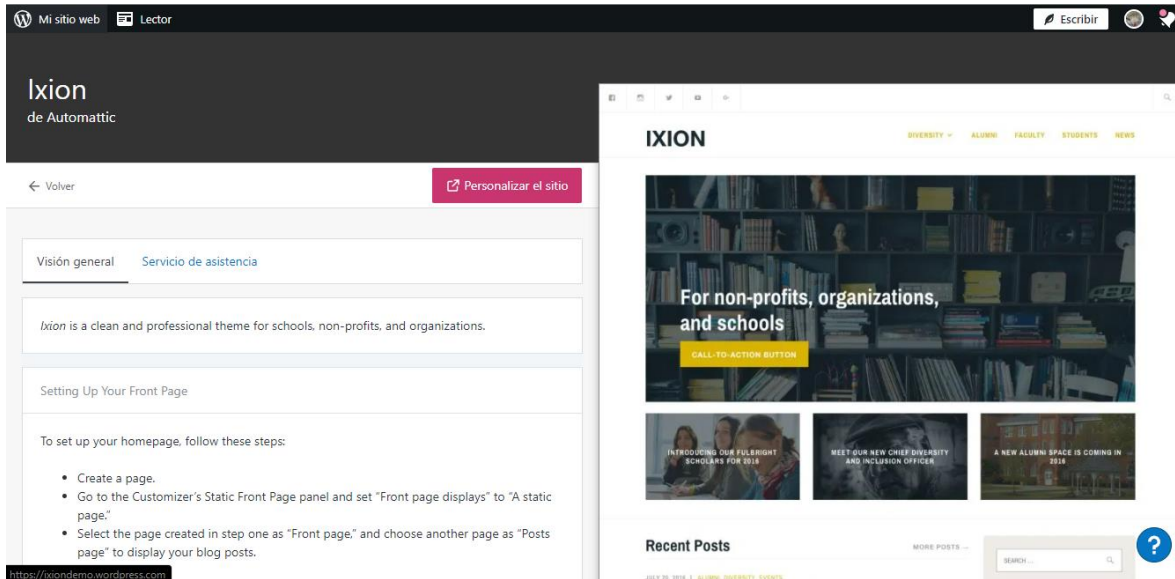
Después del registro, se planteó el desarrollo del sitio web mediante una plantilla relacionada a contenido escolar o académico. Y dentro de las opciones, la plantilla de nombre “IXION” fue la mejor opción, ya que cuenta con un diseño responsivo:

Se desea que se adapte a las computadoras y no solo algún tamaño de cualquier pantalla, sino también de cualquier dispositivo, esto para que se pueda consultar la información desde cualquier punto y el usuario pueda tener lo que requiere a su alcance.

Además de que esta plantilla ofrece bloques de contenido correctamente espaciados y estructurados conforme a lo planteado, además de que el menú y la navegación del usuario sería la adecuada ya que le permite visitar páginas sin orden alguno y la personalización de los contenidos y bloques.

Figura 8

Plantilla



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Después de escoger la plantilla que más se acomodaba a lo que se requiere, pulsamos en el botón rosado de la imagen, para que el tema se acoplara al sitio web y poder iniciar con la personalización.

Figura 9

Personalización de la cabecera



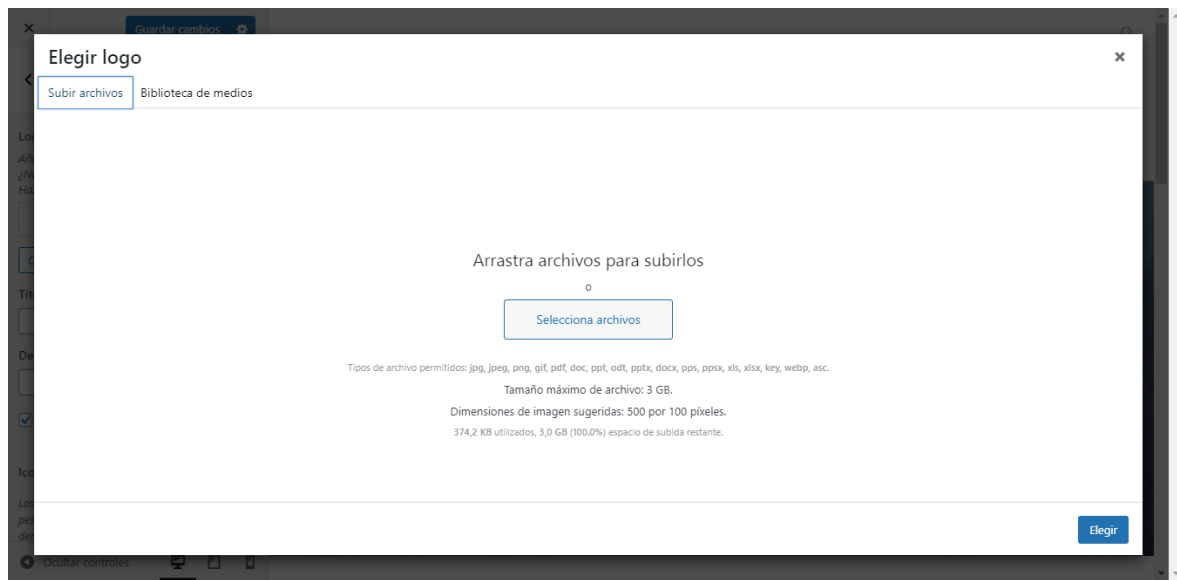
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

La plataforma nos arrojó el menú de personalización, iniciando con la posibilidad de configurar la imagen de la cabecera, así como también el título del sitio web y parte del menú.

Se decidió ingresar como imagen de la cabecera el logo de la sede, dando clic en el botón con forma de lápiz para editar la sección.

Figura 10

Elección de logo

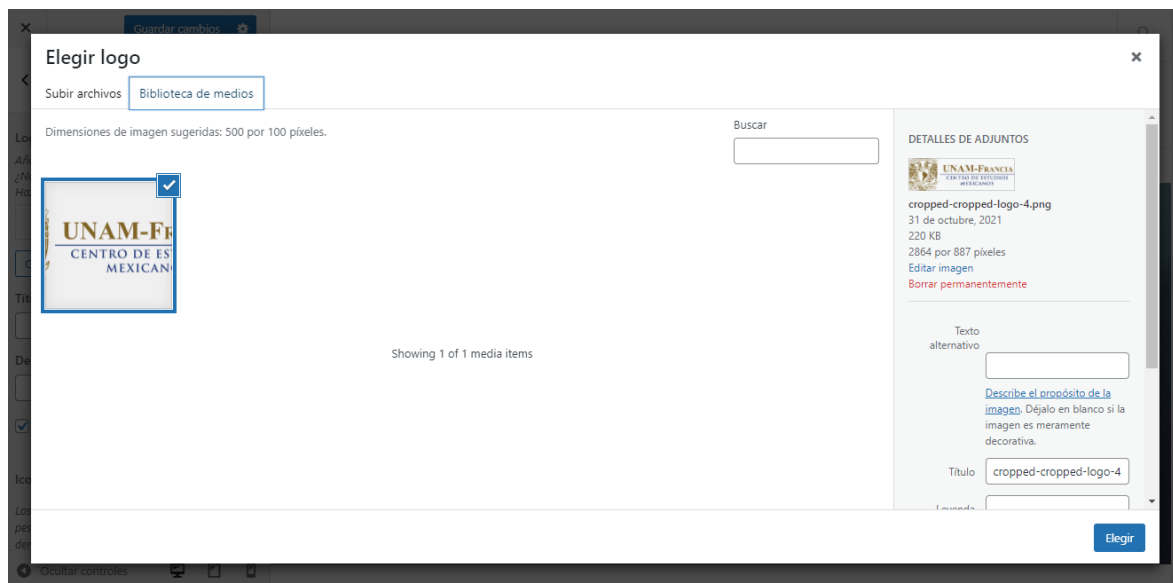


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

El apartado nos arrojó la pantalla para elegir el logo, la cual nos daba la opción de arrastrar el archivo y seleccionar. Entonces se arrastró el logo de la sede, quedando cargada de esta forma:

Figura 11

Selección de logo



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En el apartado del lado izquierdo de esta imagen, se muestran las características de la imagen, nombre y tamaño. En este apartado habría que cambiar el nombre de las imágenes usando el nombre descriptivo de éstas, pues es parte del apartado de accesibilidad, el poner el nombre correcto de las imágenes, así mismo muestra si se desea colocar un texto alternativo, sin embargo, este apartado no fue rellenado, ya que como lo indica el sitio web, esta imagen es decorativa y solo para indicar el logo de la sede, lo mismo pasa con el apartado de leyenda, el cual se encuentra debajo del título.

Ya teniendo estos apartados de texto con el título correcto y los otros dos de textos alternativos y leyenda vacíos, se procede a darle clic en el botón elegir, en la imagen que se ha cargado.

Quedando de esta forma cargado el logo:

Figura 12

Logo cargado



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Así mismo, en el apartado lateral se tiene título del sitio web donde se introdujo que el sitio web se llama UNAM - Francia, el cual hace referencia a nombrar el sitio web, así como una descripción corta, la cual se dejó en blanco.

Posterior a subir el logo del sitio web, se comenzó a colocar el menú, entonces para acceder a cambiar el menú se dio clic en el botón de lápiz que se encuentra pegado a la palabra página de inicio. Desplegando este apartado para cambiar los menús:

Figura 13

Modificación del menú



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En la parte izquierda, se encuentra un apartado donde se elige el nombre del menú, y con ese nombre se identifica el menú de la página.

Figura 14

Nombramiento del menú



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En este caso, se colocó de nombre al menú "Inicio", dejando los demás apartados como atributos del título, clases, relación con el enlace y descripción en blanco, esto no solo

en el caso de esta primera configuración del menú, sino también en todas las páginas del menú.

Así mismo se empezó a colocar los nombres de cada apartado del menú, quedando de esta forma:

Figura 15

Páginas del menú

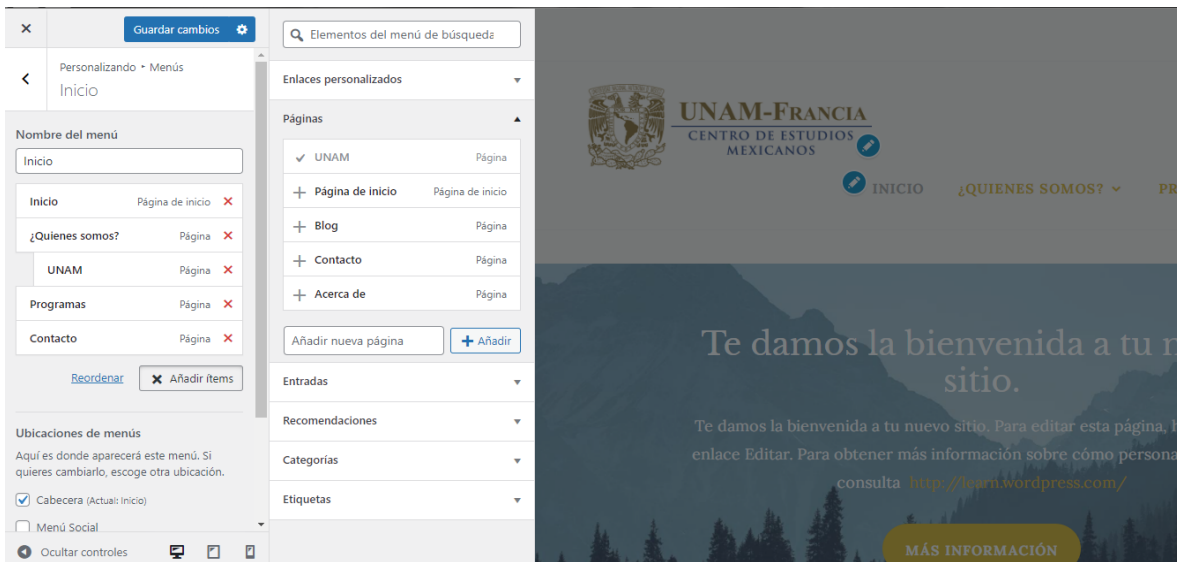


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y mostrándose en tiempo real en el lado derecho superior:

Figura 16

Orden del menú



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Por otra parte, se requirió el uso de submenús, para créalos se dio clic en el botón de añadir ítems, para que se desplegara otro apartado. En él, se puede visualizar un apartado que dice añadir nueva página, con el botón de alado añadir.

En ese segmento, se escribe el nombre de la página que se quiere crear, y una vez listo el nombre se da clic en el botón añadir, y se añade en la parte superior.

Y para controlar la jerarquía del menú, se requiere arrastrar con el cursor en el apartado derecho el nombre de la página que creamos y se selecciona arrastrándolo ligeramente hacia la derecha para crear ese sub menú. Es importante colocarlo debajo del nombre de la página al que se le desea agregar ese menú para que quede en el lugar correcto de los segmentos del menú.

Una vez teniendo el menú armado con su correcta jerarquía se guardan los cambios y se continúa personalizando:

Figura 17

Colores y fondos



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En este apartado se personaliza el fondo y los colores y conforme al segmento de la paleta de color, se determinó que:

La paleta de color partió de colores neutros y oscuros, se definió el color gris (RGB 250, 244, 227) de fondo ya que ayuda a resaltar la información, no compite con los demás colores, demuestra lógica y esencialidad. Lo cual en cuanto a visualizar el contenido

académico, cultural e internacional era muy importante, ya que se podía colocar la información sin ningún problema, pues muchos de los carteles para anunciar eventos, vienen en una paleta de color muy colorida, con tonalidades bastante vibrantes y al mantener en el sitio web en una paleta en colores neutros como el gris, azul, negro guinda, dorado en tonos oscuros haría que el contraste fuese el correcto sin tener problemas con algún contenido.

En el hipervínculo que dice escoger tus propios colores, se estableció ese color y junto con el color genérico de la plantilla paleta amarillo – dorado y negro.

No se movió ningún otro apartado del menú de colores, más que el hipervínculo para seleccionar los colores mencionados de forma previa.

Después de generar estos cambios, se seleccionó el tipo de tipografía que tendría, colocando el cursor en títulos y en fuente base, se despliegan diferentes tipografías y se escoge la que se desea, en este caso, se eligió en títulos “Libre Baskerville” y en fuente base “Lora”.

Figura 18

Tipografía



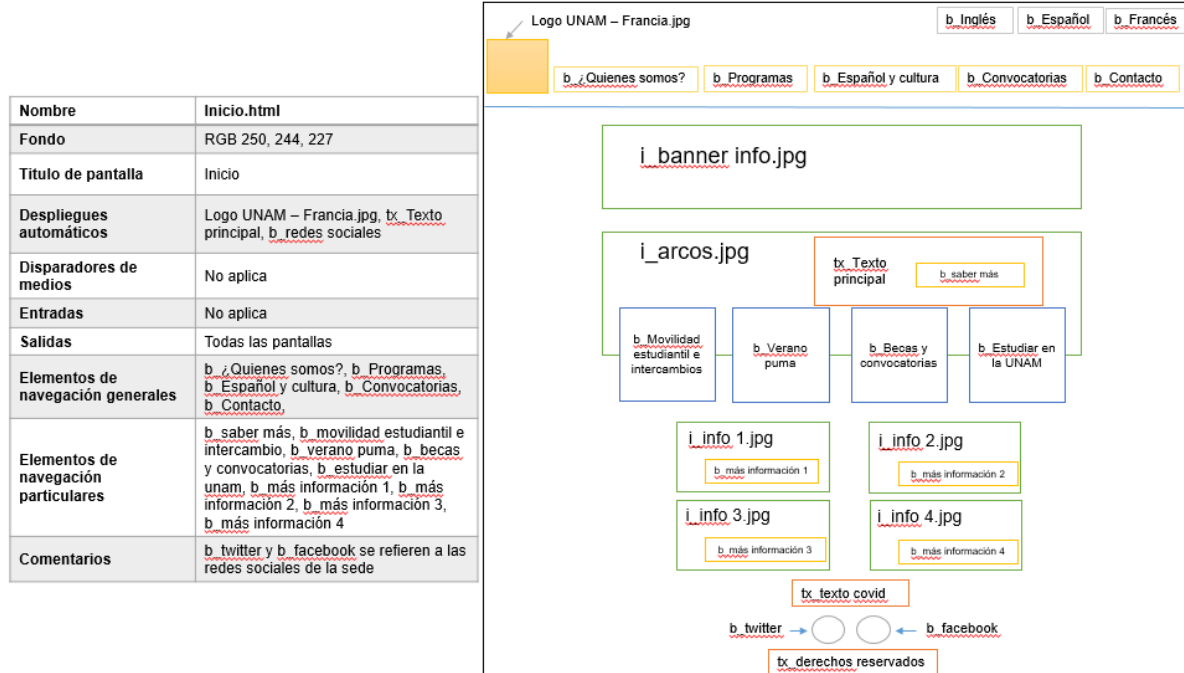
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Teniendo configurados estos elementos, del menú, fondo, tipografía y logotipo, se procede al llenado de cada página del menú:

Y para esto, se crearon los guiones técnicos y literarios, los cuales determinan en qué espacio se encuentra cada botón, o información de la página:

Figura 19

Guion técnico 1 – Inicio



Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 1

Descripción textual:

Al entrar al sitio web se desplegará el logo de UNAM-Francia del lado izquierdo superior de la pantalla, del lado derecho superior se desplegarán los botones de idioma (Español, Francés e Inglés) con distintos logos. Debajo de estos elementos se desplegarán los botones de navegación del sitio web con las siguientes categorías:

- **Botón “Inicio”**
- **Botón “¿Quiénes somos?”**
- **Botón “Programas”**
- **Botón “Español y cultura”**
- **Botón “Convocatorias”**
- **Botón “Contacto”**

Debajo de estos botones de navegación se coloca una infografía con información relevante de eventos o convocatorias que ocurrirán próximamente. En la parte inferior de esta infografía se coloca una imagen de fondo la cual corresponde al interior de la sede en Francia y dentro de esa imagen se colocará el título “UNAM-Francia centro de estudios

mexicanos” luego de ello, en la parte inferior se colocará la siguiente información “UNAM-Francia es la oficina de representación de la Universidad Nacional Autónoma de México en París, albergada por la Universidad de la Sorbona en el campus histórico de los Cordeliers. Su objetivo fundamental es fortalecer las relaciones académicas entre las dependencias de la UNAM y las instituciones y organismos equivalentes en el espacio francófono europeo (el EFE: Francia, Luxemburgo, Salsua romanday Valonia)”.

En la parte inferior derecha del texto anterior se colocó un botón con el texto “saber más”

Debajo de este botón se colocan otros 4 botones acomodados de forma horizontal los cuales tiene un ícono y texto:

- **Botón** “Movilidad estudiantil e intercambio”
- **Botón** “Verano puma “
- **Botón** “Becas y convocatorias”
- **Botón** “Estudiar en la UNAM”

Estos botones nos redirigirán hacia la información correspondientes de cada uno de ellos.

Prosiguiendo la navegación, se nos muestra el título “Actualidad” y enseguida 5 eventos y/o programas que se están llevando a cabo en la fecha en la cual se consulte el sitio web, estos eventos tienen una infografía pequeña y un botón de “más información” que nos redirigirá a la información correspondientes del evento o programa seleccionado.

En la parte inferior a estos elementos antes mencionados nos encontramos con un recuadro blanco el cual en la parte izquierda tiene el logo de UNAM-Francia y a su lado derecho contiene un aviso acerca del COVID-19 el cual nos dice “UNAM-Francia sigue trabajando para garantizar la continuidad de sus operaciones académicas y administrativas. En vista de la actual contingencia sanitaria de lucha contra la pandemia de Covid-19, todas las actividades presenciales en la oficina de la UNAM-Francia, dentro del Campus *Les Cordeliers*, se realizan bajo estricto apego a las normas impuestas por las autoridades locales.

Los invitamos a mantener el contacto a través del correo electrónico: info@francia.unam.mx

Para consulta médica a distancia o atención psicológica en línea puedes contactar a la Clínica de Atención Preventiva del Viajero de la UNAM al correo

contacto@clinicadeviajero.unam.mx, o bien consultar su página:
<http://clinicadeviajero.umam.mx/>

Debajo de estos elementos, en la parte central se encuentran los logos de las redes sociales de UNAM-Francia los cuales corresponden a Facebook y Twitter, de bajo se encuentra un logo de “UNAM la universidad de la nación” y debajo de este logo se tiene un texto que dice “2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.”

Figura 20

Guion técnico 2 - ¿Quiénes somos?

Nombre	Acerca-de.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	¿Quiénes somos?
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	inicio.html
Salidas	que-hace-unam-francia.html, estudiar-en-la-unam.html, unam-en-linea.html.
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto
Elementos de navegación particulares	b_leer más 1, b_leer más 2, b_leer más 3, b_pagina UNAM, b_pagina SDI, b_pagina DGSi, b_EC
Comentarios	No aplica

The screenshot shows a web page titled '¿Quiénes somos?' with a technical overlay. The overlay identifies various elements:

- Logo: Logo UNAM – Francia.jpg
- Navigation: b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto
- Main Content: i_sede.jpg (tx_¿Quiénes somos?), i_fondo degradado.png (tx_info.as), i_fondo degradado.png (tx_infor.1, b_leer más.1), i_fondo degradado.png (tx_infor.2, b_leer más.2), i_fondo degradado.png (tx_infor.3, b_leer más.3)
- Footer: tx_sitios de interés (b_pagina UNAM, b_pagina SDI, b_pagina DGSi, b_EC), tx_me gusta esto (b_me gusta), tx_derechos reservados

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 2

Descripción textual:

Información “UNAM-Francia es el instrumento de la Universidad Nacional Autónoma de México de apoyo a su internacionalización en el espacio francófono europeo, en el cual incluye a Francia, Luxemburgo y las regiones de habla francesa en Bélgica y Suiza.

El espacio francófono europeo es una región prioritaria para las relaciones académicas internacionales de la UNAM dado su dinamismo y sus investigaciones de punta en diversas áreas tales como, entre otras, la aeronáutica, la ingeniería aeroespacial, las matemáticas, la inteligencia artificial, la medicina, la psicología, la filosofía, la historia y los estudios sobre patrimonio.

Te invitamos a conocer qué es la UNAM, cuál es su estrategia de internacionalización y qué papel juega UNAM-Francia en este contexto.”

Información “En UNAM Global encontrarás una explicación del sentido de la internacionalización además de información sobre las sedes de la UNAM en el extranjero y su historia (Un poco de historia y Sedes en el extranjero), así como sobre los programas de intercambio académico (Intercambio de personal académico), los trámites de movilidad

estudiantil (Movilidad estudiantil y prácticas profesionales) y la oferta educativa de la UNAM (Estudiar en la UNAM).”,

Información “En el rubro UNAM, se ofrece una descripción general del sentido del proyecto universitario (¿Qué es la UNAM?); podrás acceder también a la estadística de la universidad (UNAM en cifras) y a los contenidos digitales producidos por la UNAM (UNAM en línea)”

Información “¿Que es la UNAM”

Información “Sitios de interés”

- **Botón** “Pagina UNAM”
- **Botón** “Secretaría de Desarrollo Institucional”
- **Botón** “Coordinación de Relaciones y Asuntos Internacionales”
- **Botón** “Dirección General de Cooperación e Internacionalización”

Figura 21

Guion técnico 3 – Cátedras

Nombre	catedra-miguel-aleman-de-estudios-prehispanicos.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	La cátedra Miguel Alemán Valdés-UNAM-Sobonne
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	cátedras.html
Salidas	
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	tx_boletín.url redirigirá a UNAM DGCS 733, b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 3

Descripción textual:

Información “La UNAM y, por su lado, diversas universidades francesas tienen programas de cátedras para los que, por razones institucionales y temáticas el personal de la UNAM puede postular. Aquí encontrará la información general sobre éstas, así como las ligas pertinentes para profundizar la información y los correos pertinentes de contacto en las instituciones respectivas.”

Información “La Cátedra Miguel Alemán Valdés-UNAM-Sorbonne es un esfuerzo institucional para la promoción de los estudios prehispánicos.

La cátedra ofrece un apoyo financiero para estancias de investigación a académicos de ambas universidades, dentro de las cuales deben ofrecer cursos, conferencias y/u organizar foros de discusión en la universidad receptora. Su acuerdo de creación fue firmado en noviembre de 2017 y publicado por Gaceta UNAM el 5 de abril de 2018. Su vigencia es de cuatro años con la posibilidad de ser renovado por períodos iguales subsecuentes.

Informes: Dr. Alberto Carrera Portugal, responsable de cátedras de la Coordinación de Humanidades +52 (55) 5622-7565 al 68 ext. 29 - albercp@unam.mx

Boletín UNAM DGCS 733

Acuerdo de creación de la Cátedra Miguel Alemán Valdés-UNAM-Sorbonne”

Información “Descripción: Buscando promover enfoques interdisciplinarios, tanto en el campo de las humanidades y las ciencias sociales, como en el de las artes, las letras y los idiomas, la Chaire de l’Amérique latine tiene como objetivo recibir en las instalaciones del IPEAT a académicos de cualquier nacionalidad, trabajando en temas relacionados con la dinámica social de diferentes países latinoamericanos, las relaciones trans-americanas o las relaciones entre los países de América Latina con otras regiones del mundo. El académico seleccionado deberá participar y promover diversas actividades académicas, tales como jornadas de estudios, cursos, conferencias o la redacción de un artículo de investigación.

Institución: Institut Pluridisciplinaire pour les Etudes sur les Amériques

Lugar: Toulouse, Francia

Fecha límite: 16 de marzo de 2020

Área(s): Humanidades, Ciencias Sociales, Artes, Letras e idiomas.

Más información: <https://ipeat.univ-tlse2.fr/accueil/navigation/international/chaire-amerique-latine/chaire-amerique-latine-chal-161728.kjsp>

Mme Marie-Agnès Palaisi (professeure des universités, responsable de la Chaire Amérique latine): chal.ipeat@gmail.com ”

Información “Descripción: Cátedras propuestas a académicos del continente americano y de Europa, detentores de una plaza en una universidad americana, que se especializan en el estudio de sociedades latinoamericanas. Se privilegian las solicitudes para estancias de un semestre (4 meses de septiembre a enero o 3 meses de enero a marzo), buscando lograr una integración genuina de los profesores visitantes en las actividades de enseñanza e investigación del instituto.

Institución: Institut des Hautes Études de l’Amérique latine

Lugar: París, Francia

Fecha límite: Noviembre de 2020 (por confirmarse), para candidaturas para el año académico 2021-2022

Área(s): Ciencias Sociales, Humanidades

Más información: <http://www.iheal.univ-paris3.fr/fr/international/chaire-de-professeurs-invite%C3%A9s>

Manuel Rodríguez Barriga (Responsable administratif des Chaires): iheal-chaire@sorbonne-nouvelle.fr”

Información “Descripción: L’IHEAL lance aujourd’hui son appel à candidatures pour les chaires de professeur·e·s et de chercheur·e·s invité·e·s pour l’année 2021 – 2022. Depuis plus de dix ans, l’IHEAL attribue chaque année des chaires à des enseignant·e·s et chercheurs/chercheuses étrangers/étrangères travaillant sur l’Amérique latine dans le domaine des sciences humaines et sociales. Elles permettent à l’IHEAL de tisser des liens avec de nombreuses universités latino-américaines et de consolider un large réseau scientifique.

Les candidatures peuvent être transmises jusqu’au 15 novembre 2020. Vous pouvez consulter toutes les informations relatives à l’élaboration du dossier de candidature sont disponibles au lien suivant.

Institución: Institut des Hautes Études de l’Amérique latine

Lugar: París, Francia

Fecha límite: 15 Noviembre

Más información: <http://www.iheal.univ-paris3.fr/node/769>”

Figura 22

Guion técnico 4 – CELA

Nombre	cela.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Cela
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	Sitio web CELA
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_saber más
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a website layout for CELA. At the top, there is a logo 'Logo UNAM – Francia.jpg' and three language selection buttons: 'b_ingles', 'b_español', and 'b_frances'. Below the logo is a navigation menu with buttons: 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area features a background image 'i_fondo escribiendo naranja.png'. It contains several text boxes: 'tx_cela', 'tx_info cela', and 'b_saber más'. At the bottom, there are social media sharing options: 'tx_compartelo', 'b_twitter', 'b_facebook', 'tx_me gusta esto', and 'b_me gusta'. A footer contains 'tx_derechos reservados'.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 4

Descripción textual:

Información “Puede también optarse por presentar el examen para la obtención del Certificado de Español como Lengua Adicional, CELA, siendo la UNAM-Francia centro de certificación de éste. El CELA certifica el nivel de dominio en el conocimiento y uso de la lengua española para interactuar comunicativamente en los ámbitos personal, público y académico. Los candidatos que obtienen de 70 a 100 puntos en el examen, obtienen un certificado expedido por la UNAM, que les puede servir para diversos propósitos como trabajar o realizar estudios en México o en otros países de habla hispana.

Si deseas presentar este examen en UNAM-Francia contáctenos para programarlo.”

Figura 23

Guion técnico 5 - Censo de proyectos UNAM – EFE

Nombre	Censo-de-proyectos-unam-efe.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Censo de proyectos UNAM-EFE
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	Google drive, sitio web universidad de Toulouse, sitio web LaSol, sitio web LIA Eridanus
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_click-1, b_click-2, b_click-3, b_consulta-academicos
Comentarios	b_click-1, b_click-2, b_click-3 redirigirán a la información correspondiente b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 5

Descripción textual:

información “Durante los meses de marzo y abril de 2019, UNAM-Francia realizó un cuestionario entre el personal académico de la UNAM formado en el Francia o las regiones francófonas de Bélgica y Suiza, y/o que mantienen una colaboración con instituciones académicas de esta región, con el objeto de establecer un censo del intercambio académico entre dichos espacios. Los resultados de la encuesta son uno de los elementos que permiten orientar las políticas académicas y presupuestarias de la oficina de representación en París, en particular mediante la definición de áreas y acciones prioritarias.”

Información “Resultados respuestas recibidas: 182”

Información: “Proyectos de académicos de la UNAM en colaboración con instituciones francesas: 160”

Información: “Proyectos de académicos de la UNAM en colaboración con instituciones belgas: 14”

Información “Proyectos de académicos de la UNAM en colaboración con instituciones suizas: 8”

Información “Tres primeras instituciones con mayor número de proyectos de colaboración con la UNAM:

Sorbonne Université 16

École des Hautes Études en Sciences Sociales 8

Aix-Marseille Université 8

150”

Información “Proyectos de colaboración en:

Ciencias Físico-Matemáticas e Ingenierías: 47

Ciencias Biológicas, Químicas y de la Salud: 43

Ciencias Sociales: 45

Humanidades y Artes: 47”

Información “La UNAM desarrolla además diversos proyectos de investigación institucionales. Éstos dan lugar a la conformación de equipos de trabajo binacionales de largo término y alcance, haciendo posible a la vez el desarrollo de infraestructura académica permanente. Es el caso del Laboratorio de Química Molecular aplicada a Materiales y a Catalasis (Química), de la Unidad Mixta Internacional franco-mexicana Solomon Lefshetz (Matemáticas) y del Laboratorio Internacional Asociado Eridanus (Astronomía).”

Información “Creado en 2013, el Laboratorio de Química Molecular aplicada a Materiales y a Catalasis (LCMMC), ofreció durante cuatro años un espacio de investigación fundamentalmente en química orgánica. Además de la publicación de una treintena de artículos especializados, este espacio permitió la firma de un convenio de cotutelas entre la Universidad de Toulouse y la UNAM”.

Información “La Unidad Mixta Internacional franco-mexicana Solomon Lefschetz (LaSol), tiene como antecedente el Laboratorio Internacional Asociado Solomon Lefschetz (LIASLA) el cual funcionó entre 2009 y 2017 especializándose en ocho áreas: álgebra, análisis y ecuaciones diferenciales parciales, matemáticas discretas, sistemas dinámicos, geometría, probabilidad, singularidades y topología. LaSol es en este sentido un nuevo paso en el marco de la colaboración con el objetivo de promover equipos de investigación y estancias en matemáticas avanzadas en México y Francia. La Unidad Mixta LaSol es operativa desde abril de 2017.”

Información “Por su parte, el Laboratorio Internacional Asociado Eridanus (LIA Eridanus), busca consolidar y promover la colaboración en diversos dominios de la investigación astronómica, entre otros, la exploración de exoplanetas, el estudio del medio interestelar y

la construcción de instrumentos astronómicos. En este último rubro destaca la construcción y operación conjunta, a partir de 2021, del telescopio Colibrí, dentro de las instalaciones del Observatorio Astronómico Nacional de San Pedro Mártir, Baja California, México.”

Figura 24

Guion técnico 6 - Certificación del español

Nombre	certificacion-del-espanol.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Certificación del español
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_inglés, b_español, b_francés
Disparadores de medios	Biblioteca.gif
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Logo UNAM – Francia.jpg

b_Inglés b_Español b_Francés

b_¿Quiénes somos? b_Programas b_Español y cultura b_Convocatorias b_Contacto

i_biblioteca.gif tx_certificación del español

i_fondo_azul.png

tx_titulo_exeleaa y cela

tx_info siele i_rectoria.png

i_alumnas.png tx_info_exeleaa y cela

tx_compartelo

b_twitter b_facebook

tx_me gusta esto

b_me gusta

tx_derechos_reservados

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 6

Descripción textual:

Información “EL SIELE es un instrumento elaborado por la UNAM, el Instituto Cervantes y las Universidades de Salamanca (España) y de Buenos Aires (Argentina), reconocido en todos los países de habla hispana como medio de certificación del dominio de la lengua. En UNAM-Francia puedes presentarlo en las fechas definidas por el calendario.”

Información “El EXELEAA y el CELA son instrumentos elaborados por profesionales de la enseñanza del español de la propia universidad, el primero destinado a evaluar el dominio de la lengua para realizar actividades académicas mientras que el segundo se centra en el manejo del español en los ámbitos personal, público y académico. Para presentarlo puedes hacer una solicitud contactándonos directamente.”

Figura 25

Guion técnico 7 – Contacto

Nombre	contacto.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Contacto
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx Texto principal, b_inglés, b_español, b_francés
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	inicio.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	if_mapa, b_enviar
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede, if_mapa se refiere al mapa de la ubicación de la sede tomado de Google maps.

Logo UNAM – Francia.jpg

b Inglés b Español b Francés

b_¿Quiénes somos? b Programas b Español y cultura b Convocatorias b Contacto

i_fondo azul degradado.png

tx_nombre
it_nombre
tx_correo
it_correo
tx_sitio web
it_sitio web
tx_comentario
it_comentario

b_enviar

i_fondo_paris.png

tx_contactanos
i_info_contactanos

b_ubicacion b_telefono b_correo

if_mapa

tx_compartelo
b_twitter b_facebook
tx_me gusta esto
b_me gusta

tx_derechos reservados

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 7

Formulario

- Nombre
- Correo electrónico
- Sitio web
- Comentario

Mapa “ubicación sede”

Figura 26

Guion técnico 8 – Convenios

Nombre	convenios-2.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Convenios
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	Sitios web de los convenios existentes por cada país
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_convenio fr, b_convenio bel, b_convenio zu
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 8

Información “Con la finalidad de promover el intercambio en todos los campos del conocimiento con instituciones del espacio francófono europeo, la UNAM tiene:

87 convenios vigentes con instituciones del espacio francófono europeo:

63 en Francia

17 en Bélgica*

7 en Suiza*

Aquí puedes consultarlos. Puedes también acceder a la liga a los servicios de relaciones internacionales de las universidades respectivas dando click en el ícono correspondiente.

*En estos casos se incluyen también a los centros educativos y de investigación no francófonos.”

Título “Francia”	Imagen “centro nacional”	Imagen “ECAM LA SALLE”
Imagen “academia”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Botón “Convenio”	Imagen “aix Marsellie”	Imagen “ECAM LA SALLE”
Imagen “aix Marsellie”	Botón “Convenio”	
Botón “Convenio”		

Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “ENSDAD”	Imagen “IFAL”	Imagen “Lyon 2”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “ENS”	Imagen “IFAL”	Imagen “Lyon 2”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “ENS”	Imagen “ILE”	Imagen “Montpellier”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “Ecole polytechnique”	Imagen “Museum”	Imagen “Montpellier”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “ESAD”	Imagen “Sorbonne Universités”	Imagen “Montpellier”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “ESAD”	Imagen “La Rochelle”	Imagen “Patheon”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “SciencesPo”	Imagen “Poitiers”	Imagen “Paris Nord”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “SciencesPo”	Imagen “Rouen”	Imagen “Descartes”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “Sorbonne”	Imagen “Rouen”	Imagen “Namberre”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “Excelia”	Imagen “Diderot”	Imagen “Namberre”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “SciencesPo Lille”	Imagen “Diderot”	Imagen “UPEC”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “SciencesPo Lille”	Imagen “Dreans”	Imagen “Paris SUD”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “INA”	Imagen “Dreans”	Imagen “Pierre & Marie Curie”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “INP”	Imagen “Jean Moulin”	Imagen “Pierre & Marie Curie”
Botón “Convenio”	Botón “Convenio”	Botón “Convenio”
Imagen “IFAL”	Imagen “Joseph Fourier”	Botón “Convenio”

Imagen "Sorbonne
Nouvelle"
Botón "Convenio"
Imagen "Sorbonne
Nouvelle"
Botón "Convenio"
Imagen "Toulouse"
Botón "Convenio"
Imagen "Toulouse"
Botón "Convenio"
Imagen "Toulouse"
Botón "Convenio"
Imagen "Toulouse"
Botón "Convenio"
Imagen "Toulouse"
Botón "Convenio"
Imagen "Paris8"
Botón "Convenio"
Imagen "Paris8"
Botón "Convenio"
Título "Bélgica"
Imagen "Antwerp"
Botón "Convenio"
Imagen "UMONS"

Botón "Convenio"
Imagen "UCL"
Botón "Convenio"
Imagen "UCL"
Botón "Convenio"
Imagen "UCL"
Botón "Convenio"
Imagen "Liégue"
Botón "Convenio"
Imagen "Liégue"
Botón "Convenio"
Imagen "UMONS"
Botón "Convenio"
Imagen "UMONS"
Botón "Convenio"
Imagen "UMONS"
Botón "Convenio"
Imagen "ULB"
Botón "Convenio"
Imagen "ULB"
Botón "Convenio"
Imagen "Antwerp"

Botón "Convenio"
Imagen "Antwerp"
Botón "Convenio"
Imagen "Antwerp"
Botón "Convenio"
Imagen "GENT"
Botón "Convenio"
Imagen "VRIJE"
Botón "Convenio"
Título "Suiza"
Imagen "Ub"
Botón "Convenio"
Imagen "Ub"
Botón "Convenio"
Imagen "Ub"
Botón "Convenio"
Imagen "Ub"
Botón "Convenio"
Imagen "Ub"
Botón "Convenio"
Imagen "Ub"
Botón "Convenio"
Imagen "Ub"
Botón "Convenio"

Figura 27

Guion técnico 9 – Convocatorias

Nombre	convocatorias-3.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Convocatorias
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_francés
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	inicio.html
Salidas	Sitio web fundación UNAM, sitio web CONACYT, sitio web Campus France, sitio web MUFRAMEX
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_fundación UNAM, b_conacyt, b_campus france, b_muframex
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a web page layout for 'Convocatorias'. At the top left is the 'Logo UNAM – Francia.jpg'. To its right are three language selection buttons: 'b Inglés', 'b Español', and 'b Francés'. Below these are five navigation buttons: 'b_¿Quiénes somos?', 'b Programas', 'b Español y cultura', 'b Convocatorias', and 'b Contacto'. The main content area contains a large image placeholder 'i_fondo estatua arcos.png' and two text boxes: 'tx_convocatorias' and 'tx_info convocatorias'. Below this is a section 'tx sitios de interés' containing four buttons: 'b_fundación UNAM', 'b_conacyt', 'b_campus france', and 'b_muframex'. Underneath is a 'tx compartelo' section with 'b_twitter' and 'b_facebook' buttons. Below that is a 'tx_me gusta esto' section with a 'b_me gusta' button. At the bottom right is a 'tx derechos reservados' button.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 9

Descripción textual:

Información “Mostramos en este rubro las convocatorias vigentes para cátedras y premios en el espacio francófono europeo a las que pueden postular los académicos de la UNAM. UNAM-Francia ofrece orientación sobre los trámites a realizar a los académicos que deseen postular y que lo requieran. Se ofrece igualmente información sobre convocatorias de movilidad y becas vigentes, así como sobre fondos a los que se puede recurrir para el financiamiento de actividades académicas.”

Figura 28

Guion técnico 10 - Cursos de español

Nombre	cursos-de-espanol.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Cursos de español
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	Sitio web CEPE campus CMDX, Sitio web CEPE campus Polanco, Sitio web CEPE campus Taxco
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_click 1, b_click 2, b_click 3
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a website layout for 'Cursos de español'. At the top right, there are language selection buttons: 'b_ Inglés', 'b_ Español', and 'b_ Francés'. Below them is a navigation menu with buttons: 'b_ ¿Quiénes somos?', 'b_ Programas', 'b_ Español y cultura', 'b_ Convocatorias', and 'b_ Contacto'. The main content area is labeled 'i_fondo blanco.png'. It contains several text elements: 'tx_cursos español', 'tx_info cursos esp', 'tx_campus 1', 'b_click 1', 'i_iglesia.png', 'tx_campus 2', 'b_click 2', 'tx_campus 3', and 'b_click 3'. Below this, there are two infographic elements: 'i_infografia esp' and 'i_infografia ing'. At the bottom, there are social media and sharing elements: 'tx_compartelo', 'b_twitter', 'b_facebook', 'tx_me gusta esto', 'b_me gusta', and 'tx_derechos reservados'.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 10

Descripción textual:

Información “La UNAM ofrece, a través del Centro de Enseñanza para Extranjeros, cursos presenciales de español como lengua extranjera,

en el campus central de la Ciudad de México”

Información “en Polanco (barrio del Centro de la Ciudad de México)”

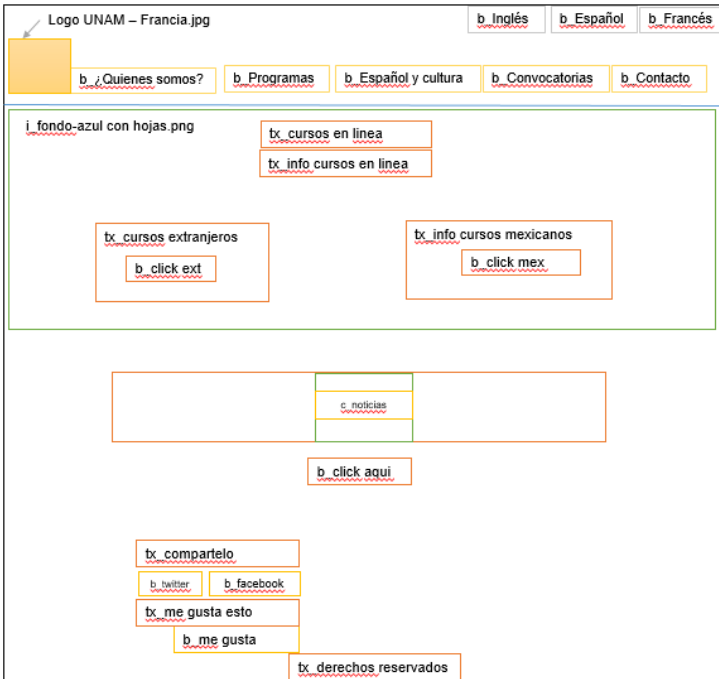
Información “y en Taxco (pueblo clasificado como patrimonio nacional).”

Información “2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.”

Figura 29

Guion técnico 11 - Cursos en línea

Nombre	Cursos-en-linea.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Cursos en línea
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_inglés, b_español, b_francés
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	Sitio web CEPE, cepe.unam.mx/inscripción.php
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_click ext, b_click mex, b_click aqui
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede, c_noticias es un carrusel que se despliega cursos en línea de interés



The screenshot shows a web page layout for 'Cursos en línea'. At the top, there is a header with the UNAM logo and navigation links for 'Inglés', 'Español', and 'Francés'. Below the header, there is a main content area with a blue background and white text. The content area contains several sections: 'Cursos en línea', 'Cursos extranjeros', and 'Cursos mexicanos'. Each section has a corresponding 'click' button. At the bottom, there is a footer with social media links for Twitter and Facebook, a 'me gusta' button, and a 'derechos reservados' notice.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 11

Descripción textual:

Información “La UNAM, a través del CEPE, ofrece cursos virtuales de lengua española y de cultura mexicana. Con una duración de entre seis y ocho semanas y con diversos niveles de estudio, los cursos presentan diversas modalidades: Español y cultura mexicana, Español, Práctica del español, Cursos de cultura para extranjeros, Cursos de cultura para mexicanos.”

Información “Cursos para extranjeros”

Información “Cursos para mexicanos”

Figura 30

Guion técnico 12 - Cursos y diplomados de cultura

Nombre	Cursos-y-diplomados-de-cultura.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Cursos y diplomados de cultura
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	Sitio web CEPE CDMX, CEPE Taxco
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	c_click cdmx, click taxco
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a web page layout with the following elements labeled:

- Logo UNAM – Francia.jpg
- b_¿Quienes somos?
- b_Programas
- b_Español y cultura
- b_Convocatorias
- b_Contacto
- b_Inglés
- b_Español
- b_Francés
- i_fondo chihuahua.png
- tx_cursos y diplomados de cultura
- tx_info cdmx
- b_click cdmx
- tx_info taxco
- b_click taxco
- tx_compartelo
- b_twitter
- b_facebook
- tx_me gusta esto
- b_me gusta
- tx_derechos reservados

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 12

Descripción textual:

Información “La UNAM ofrece, a través del Centro de Enseñanza para Extranjeros, cursos de cultura, en el campus central de la Ciudad de México.”

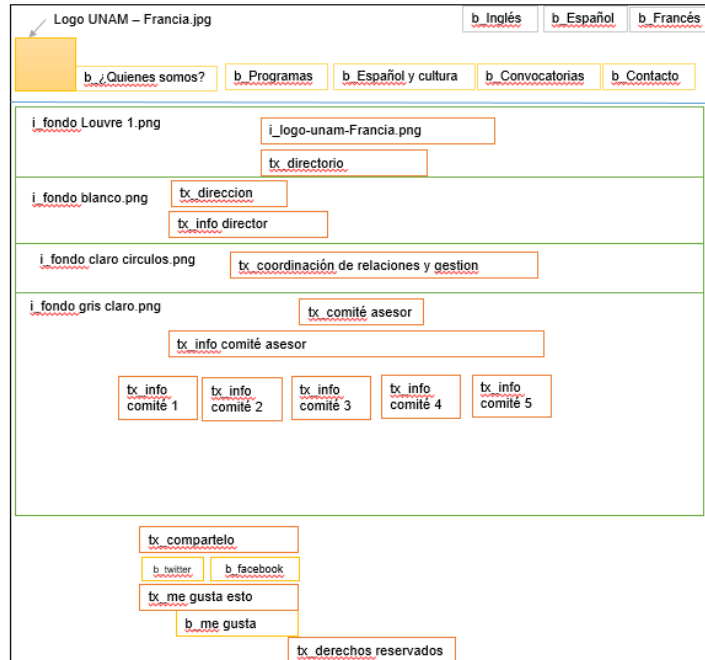
Información “y en Taxco (pueblo clasificado como patrimonio nacional).”

Información “2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.”

Figura 31

Guion técnico 13 – Directorio

Nombre	directorio.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Directorio
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx Texto principal, b inglés, b español, b frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	acerca-de.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b ¿Quiénes somos?, b Programas, b Español y cultura, b Convocatorias, b Contacto, b me gusta, b twitter, b facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b twitter, b facebook se refiere a las redes sociales de la sede



Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 13

Descripción textual:

Información “Dirección

Dr. Federico Fernández Christlieb

direccion@francia.unam.mx

+33(0) 1 44 27 53 73”

Información “Formado por personalidades de amplia y reconocida trayectoria en los sectores académico, cultural, privado y/o social del EFE, relacionadas y/o conocedoras de las realidades académica y social mexicanas, o bien contando con una experiencia relevante en el ámbito de la política educativa, el Comité Asesor de UNAM-Francia tiene como tarea asesorar a la dirección de la sede en su labor de fortalecimiento del proyecto de internacionalización de la UNAM dentro del espacio francófono EFE. Tiene como una de sus tareas principales el apoyar en la elaboración e implementación del plan anual de trabajo mediante su orientación y apoyo operativo.”

Información “Juan Manuel Gómez-Robledo Verduzco

Embajador de México en Francia”

Información “Stefania Giannini

Subdirectora de Educación de la UNESCO, ex-Ministra de Educación de la República Italiana”

Información “François Weil

Consejero de Estado, ex-rector de la Académie de Paris, antiguo director de la École des Hautes Études en Sciences Sociales.”

Información “Serge Fdida

Vicepresidente de relaciones internacionales de Sorbonne Université.”

Información “Christian González Laporte

Asesor independiente para política educativa, ex-representante del Conacyt en Europa”

Figura 32

Guion técnico 14 - Español académico

Nombre	espanol-academico.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Español académico
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	Sitio web UNAM Chicago
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_registro, b_mas info
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a website layout for 'Español académico'. At the top, there is a header with the text 'Logo UNAM – Francia.jpg' and three language selection buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below the header is a navigation menu with five items: 'b_¿Quienes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area features a large placeholder for an infographic labeled 'i_infografía cursos'. To the left of this placeholder are several smaller elements: 'tx_cursos', 'h_unam chicago', 'b_registro', and 'b_mas info'. At the bottom of the page, there are social media sharing options: 'tx_compartelo', 'b_twitter', 'b_facebook', 'tx_me gusta esto', and 'b_me gusta'. A footer element 'tx_derechos reservados' is located at the bottom right.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 14

Descripción textual:

Información “UNAM CHICAGO”

Figura 33

Guion técnico 15 – Español y cultura

Nombre	Espanol-y-cultura.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Español y cultura
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	inicio.html
Salidas	Sitio web CEPE, sitio web CEPE Polanco, Sitio web CEPE Taxco, Sitio web DCU, Sitio web TV UNAM, Sitio web Radio UNAM
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_ceppe, b_des-cul-unam, b_tv-unam, b_radio-unam
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a web page layout for 'Español y cultura'. At the top, there is a logo 'Logo UNAM – Francia.jpg' and three language selection buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below the logo is a navigation bar with five buttons: 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area is divided into two sections. The first section has a background image 'i_fondo bellas artes.png' and contains a title 'tx_español y cultura' and a text block 'tx_info esp y cult'. The second section has a background image 'i_fondo blanco degradado azul.png' and contains a list of links 'tx_sitios de interés' with sub-links 'b_ceppe', 'b_des-cul-unam', 'b_tv-unam', and 'b_radio-unam'. Below this is a social media sharing section 'tx_compartelo' with buttons for 'b_twitter' and 'b_facebook', followed by a 'tx_me gusta esto' section with a 'b_me gusta' button. At the bottom right, there is a 'tx_derechos reservados' button.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 15

Descripción textual:

Información “Una de las tareas de la UNAM, y en particular de las escuelas y oficinas de representación en el extranjero, es la enseñanza y certificación del español, así como la promoción de la cultura mexicana. En UNAM-Francia puedes presentar los exámenes de certificación SIELE, EXELEAA y CELA. Por su parte, el Centro de Enseñanza para Extranjeros (CEPE) de la UNAM es la dependencia encargada de organizar y ofrecer los cursos de español, los diplomados de cultura e historia de México, así como los cursos de formación de profesores de español como lengua extranjera (ELE).

Además de estos cursos presenciales, el CEPE ofrece cursos en línea de lengua española y de cultura mexicana.”

Figura 34

Guion técnico 16 – Estudiar en la UNAM

Nombre	estudiar-en-la-unam.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Estudiar en la UNAM
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	unam.html
Salidas	Google drive
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta b twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_programas-todos-niveles, b_misma-dependencia
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 16

Descripción textual:

Información “La UNAM ofrece estudios de bachillerato, licenciatura y posgrado, presenciales y a distancia.

El bachillerato ofrece tres programas:”

Información “A nivel licenciatura, la UNAM cuenta con 129 programas, repartidos en sus diferentes facultades, escuelas y unidades multidisciplinarias, mientras que en posgrado ofrece diversos programas de especialización y cerca de una centena de currícula tanto de maestría como de doctorado. A diferencia de la licenciatura, los posgrados son organizados de manera conjunta por dos o más dependencias de la UNAM, así, por ejemplo, el posgrado en la organización y gestión del posgrado en Filosofía de la Ciencia participan el Instituto de Investigaciones Filosóficas, la Facultad de Ciencias, la Facultad de Filosofía y Letras y la Dirección General de Divulgación de la Ciencia; en el caso del posgrado en Ciencias de la Sostenibilidad participan 12 entidades de la UNAM: las facultades de Ciencias y de Arquitectura, las escuelas nacionales de estudios superiores de León y de Morelia, los

institutos de Ecología, de Biología, de Ingeniería, de Energías Renovables, de Ecosistemas y Sustentabilidad, de Investigaciones Sociales y de Investigaciones Económicas.”

Figura 35

Guion técnico 17 – EXELEEA

Nombre	exeleaa.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	EXELEAA
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_saber más
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 17

Descripción textual:

Información “Igualmente, ofrecemos el examen de Español como Lengua Extranjera para el Ámbito Académico, EXELEAA. El EXELEAA está diseñado para diagnosticar el grado de idoneidad de los candidatos en función de su competencia lingüística en español, para cursar estudios superiores impartidos en lengua española. Está orientado a solicitantes de becas de países no hispanohablantes y a candidatos de programas de intercambio que desean cursar estudios de licenciatura o posgrado que requieren un documento, que haga constar su nivel de dominio de español.

El examen está diseñado con base en las competencias comunicativas del Marco Curricular Común para el Bachillerato (MCC) publicado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y en los estándares del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). La UNAM otorga un certificado a las personas que alcanzan el puntaje establecido para

cada uno de los niveles de dominio, de acuerdo con los niveles del MCER. Su vigencia es de dos años.

Si deseas presentar este examen en UNAM-Francia contáctenos para programarlo”

Figura 36

Guion técnico 18 – Fondos y becas

Nombre	fondos-y.becas.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Fondo y becas
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	convocatorias.html
Salidas	Sitios web DGECI, becas DGECI, PAECI, estancias DGECI, fondos y apoyos CONACYT, Convocatoria EPM, impulso investigación DGAPA, Erasmus+, programa Marie Curie, Double Diplome, Doble Diploma
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_DGECI, b_becas-DGECI, b_PAECI, b_inv-acá-DGECI, b_estan-DGECI, b_fondos-apoyos-CONACYT, b_convocatoria-EPM, b_impulso-inv-dgapa, b_erasmus+, b_prog-marie-curie, b_double-diplome, b_doble-diploma
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 18

Descripción textual:

Información “Diversas instituciones ofrecen becas para la realización de estudios fuera de México o fondos a los que se puede recurrir para el financiamiento de actividades académicas. Te invitamos a consultar esta página, la cual actualizamos mensualmente.”

Información “Cooperación científica, investigación y formación”

Información “Integrated research for advanced chemistry and material Universidad de Lille, Francia”

Figura 37

Guion técnico 19 – Formación de profesores ELE

Nombre	formacion-de-profesores-ele.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Formación de profesores ELE
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	Sitios web DIABEELE, DIAPELE, ESP
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	h_dibeele, h_diapele, h_esp
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

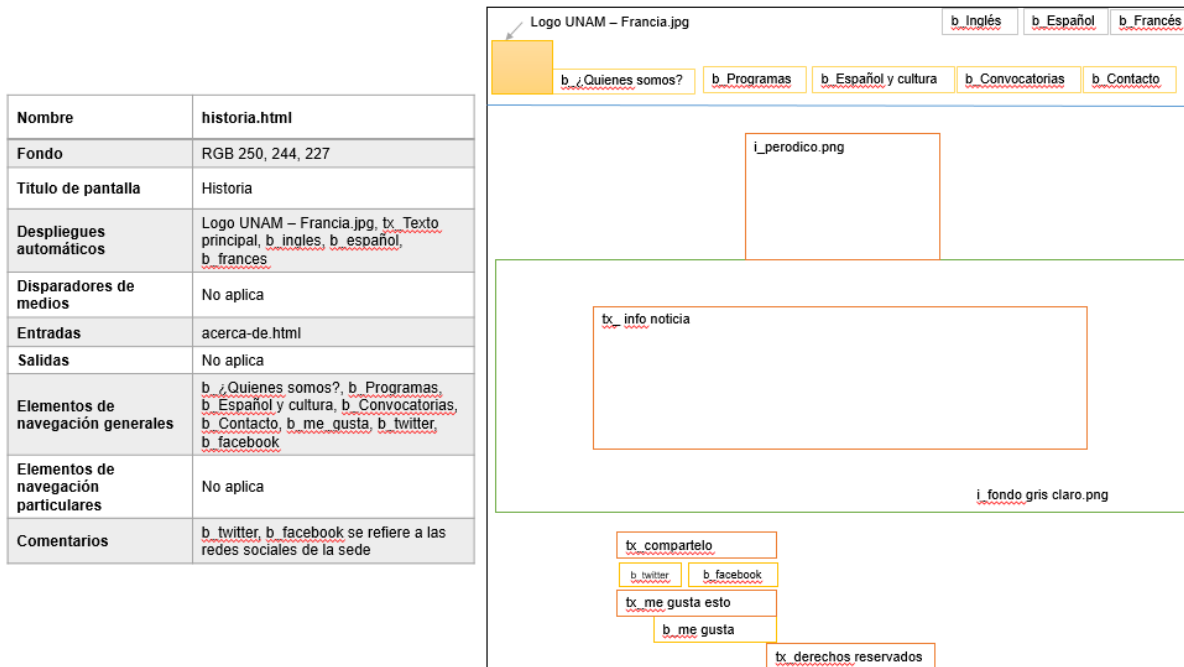
Página n° 19

Descripción textual:

Información “El Centro de Enseñanza para Extranjeros de la UNAM ofrece tres diferentes cursos, presenciales y/o distancia de enseñanza del español como lengua extranjera: el Diplomado Básico en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (DIBEELE), el Diplomado Avanzado en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (DIAPELE) y la Especialización en la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ESP).”

Figura 38

Guion técnico 20 – Un poco de historia



Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 20

Descripción textual:

Información “En 1921 se inaugura en la Ciudad de México la Escuela de Verano para ofrecer cursos de español y cultura mexicana a extranjeros, principalmente estadounidenses, como una iniciativa del rector José Vasconcelos para acercar a ambas sociedades y mejorar las relaciones, relativamente deterioradas, con el país vecino.

El espíritu de la iniciativa de Vasconcelos, de universalizar el conocimiento sobre nuestra lengua española y la cultura mexicana, así como apoyar académicamente a las comunidades mexicanas en el exterior, no sólo se conserva, sino que se ha ampliado, diversificado y asentado en varios países.

La primera representación oficial de la Universidad Nacional, ya autónoma desde 1929, se da en la ciudad de San Antonio, Texas, EUA, en 1944 donde se comienzan a ofrecer cursos de español a la población local; poco después se inician los cursos de inglés para los mexicanos emigrados a la región. Posteriormente, en 1995, en una lógica de integración regional de América del Norte, se crea UNAM-Canadá, en la ciudad de Gatineau, la cual, junto con la ya existente de San Antonio y la fundación en 2004 de la sede en Chicago,

forman el sistema de Escuelas de Extensión de la UNAM en el extranjero: estructuras académicas dedicadas al impulso de la cultura mexicana y la lengua española, donde se imparten cursos y se cuenta con una dinámica comunidad académica.

En 2005 toma inicio un nuevo tipo de sede: las oficinas de representación de la UNAM en el extranjero, cuya misión es, además del fomento a la cultura mexicana y la lengua española, el impulso a las relaciones de intercambio con los medios académicos locales. La primera representación de este tipo fue Los Ángeles, seguida de Seattle y Beijing en 2012, Madrid en 2013, San José de Costa Rica y París en 2014, además de Londres y Tucson en 2015.

2018 es un año en el que las tres más recientes sedes son inauguradas, correspondiendo a las representaciones en Berlín y Boston, además de Johannesburgo, la primera representación de la UNAM en África.”

Figura 39

Guion técnico 21 – Intercambio docente y de investigación

Nombre	Intercambio-docente-y-de-investigacion.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Intercambio docente y de investigación
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	fondo cultura unam.gif
Entradas	acerca-de.html
Salidas	Sitios web DGAPA, PPA, PAPIIT, PREI, DGEI
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_haz click aquí 1, b_haz click aquí 2, b_haz click aquí 3
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a web page layout with the following elements highlighted by red boxes:

- Logo UNAM – Francia.jpg
- Language selection: b_Inglés, b_Español, b_Francés
- Navigation menu: b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto
- Main content area: tx_intercambio docente y de investigación, i_fondo cultura unam.gif, tx_info intercambio
- Secondary content area: tx_intercambio docente y de investigación 2, tx_info intercambio docente UNAM, b_haz click aquí 1, tx_info intercambio personal UNAM, b_haz click aquí 2, tx_info intercambio personal investigación UNAM, b_haz click aquí 3, i_fondo blanco.png
- Support section: tx_info apoyos, b_haz click aquí 4
- Social media: tx_compartelo, b_twitter, b_facebook, tx_me gusta esto, b_me gusta
- Footer: tx_derechos reservados

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 21

Descripción textual:

Información “La UNAM promueve la formación continua y el intercambio de su personal académico a través de estancias en el extranjero y de profesores visitantes, así como mediante el apoyo a estudiantes de posgrado para realizar estancias o cotutelas internacionales.”

Información “La Dirección General de Cooperación e Internacionalización (DGEI) ofrece diversos apoyos financieros para promover la movilidad académica entre la UNAM e instituciones del extranjero.

Si es usted personal de la UNAM y desea realizar una estancia o participar en actividades en el extranjero, consulte la página”

Información “Si es usted personal de la UNAM y desea invitar a un académico extranjero, consulte la página”

Información “Si es usted personal de la una universidad o instituto de investigaciones del extranjero y desea realizar una estancia en la UNAM, consulte la página”

Información “Recuerde además que, como académico de la UNAM, puede solicitar apoyos en la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA) para proyectos de investigación con financiamiento para movilidad (PAPIIT), para participar en reuniones académicas (PPA) o para invitar a académicos de instituciones extranjeras (PPA y PREI). Consulte la página de impulso a la investigación de la DGAPA en el siguiente vínculo:”

Figura 40

Guion técnico 22 – La UNAM

Nombre	la-unam.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	La UNAM
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	acerca-de.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

The screenshot shows a web page layout for 'La UNAM'. At the top left is the 'Logo UNAM – Francia.jpg'. To the right are language selection buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below these are navigation buttons: 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area contains a large box labeled 'tx_UNAM' and a smaller box labeled 'tx_info unam'. To the right of the main content is the text 'i_fondo biblioteca central noche.jpg'. At the bottom, there are social media sharing buttons: 'tx_compartelo', 'b_twitter', 'b_facebook', 'tx_me gusta esto', and 'b_me gusta'. A footer box is labeled 'tx_derechos reservados'.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 22

Descripción textual:

Información “Fundada a mediados del siglo XVI como Real Universidad de México por cédula de Carlos V, la Universidad Nacional Autónoma de México es la universidad más antigua por su entrada en funciones y la más grande de las Américas. En su larga historia, las distintas generaciones que la han conformado han logrado adaptarla a los requisitos y desafíos con los que se han confrontado. Así, asumiendo un papel nacional a partir de 1910, cuando se le nombra Universidad Nacional de México, la universidad de convierte en uno de los espacios fundamentales de construcción de la realidad mexicana. En la actualidad, la UNAM cumple su papel académico en la enseñanza y la investigación de alto nivel mediante programas de bachillerato, licenciatura, maestría y doctorado, para muchos de los cuales es la única universidad que los ofrece en México. Junto con la enseñanza y la investigación, la creación cultural es una de las funciones substantivas de la universidad, para lo que cuenta con una amplia infraestructura incluyendo salas de conciertos, orquestas, salas de teatro y medios de comunicación como TVUNAM y Radio UNAM.

Sobre esta base, desarrolla desde mediados del siglo pasado una importante política de internacionalización que le permite asumir sus tareas y contribuir a la creación de conocimiento a nivel mundial.

Te invitamos a conocer más en los rubros Estudiar en la UNAM, Movilidad estudiantil, para obtener información sobre posibilidades de intercambio en el extranjero que tienes como estudiante de la UNAM o que como estudiante extranjero tienes de venir a la UNAM, Intercambio docente y de investigación en caso de ser un académico de la UNAM o de alguna institución en el extranjero, UNAM en cifras, donde encontrarás la estadística de la universidad y UNAM en línea, el cual da acceso a los contenidos digitales creados por la institución.”

Figura 41

Guion técnico 23 – Memoria de eventos

Nombre	memoria-de-eventos.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Memoria de eventos
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	Google drive
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_haz clic aquí
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a web page layout for 'Memoria de eventos'. At the top, there is a header with the logo 'Logo UNAM – Francia.jpg' and three language selection buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below the header is a navigation menu with five buttons: 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area contains several blocks: 'tx_memoria de eventos' (title), 'i_fondo arco del triunfo noche.jpg' (background image), 'tx_exposiciones' (text), 'tx_info exposiciones' (text), 'i_infografía expo 1.jpg' (image), and 'b_haz click aquí' (button). At the bottom, there are social media sharing options: 'tx_compartelo', 'b_twitter', 'b_facebook', 'tx_me gusta esto', and 'b_me gusta', followed by a footer block 'tx_derechos reservados'.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 23

Descripción textual:

Información “Presentamos en esta sección la memoria de las actividades académicas y culturales realizadas por UNAM-Francia, fundamentalmente mediante la presentación de las exposiciones y los carteles de las conferencias realizadas.”

Figura 42

Guion técnico 24 – Movilidad

Nombre	movilidad.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Movilidad
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	convocatorias.html
Salidas	Google dive
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_haz click aquí
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

The screenshot shows a web page layout for 'Movilidad'. At the top left is the 'Logo UNAM – Francia.jpg'. To its right are three language selection buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below these are five navigation buttons: 'b_¿Quienes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area contains several text elements: 'tx_DEGCI', 'tx_casa de México en Franca', and 'b_haz click aquí'. A large rectangular area is reserved for 'i_infografía formulario solicitud.png'. At the bottom, there are social media sharing buttons: 'tx_compartelo', 'b_twitter', 'b_facebook', 'tx_me gusta esto', and 'b_me gusta'. A 'tx_derechos reservados' notice is located at the bottom right.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 24

Descripción textual:

Carrusel “infografía formulario solicitud”

Figura 43

Guion técnico 25 – Programas

Nombre	programas.html	Logo UNAM – Francia.jpg	b Inglés	b Español	b Francés	
Fondo	RGB 250, 244, 227	b ¿Quiénes somos?	b Programas	b Español y cultura	b Convocatorias	b Contacto
Título de pantalla	Programas	tx_programas	i_estatua.png	tx_info programas	b haz clic aquí 1	tx info EFE UNAM
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx Texto principal, b inglés, b español, b francés	b haz clic aquí 2	tx_verano puma	tx haz clic aquí 3	tx_info proyección y comunidad	b haz clic aquí 4
Disparadores de medios	No aplica	tx_info censo de proyectos	b haz clic aquí 5	tx_info publicaciones y videos	b haz clic aquí 6	tx_compartelo
Entradas	inicio.html	b twitter	b facebook	tx_me gusta esto	b_me gusta	tx derechos reservados
Salidas	Sitios web cátedras.html, verano puma, convenios, convocatorias, UNAM EFE, Sorbonne, publicaciones y videos, Academie Paris, L'Ecole, Créteil.					
Elementos de navegación generales	b ¿Quiénes somos?, b Programas, b Español y cultura, b Convocatorias, b Contacto, b me gusta, b twitter, b facebook					
Elementos de navegación particulares	b haz clic aquí 1, b haz clic aquí 2, b haz clic aquí 3, b haz clic aquí 4, b haz clic aquí 5, b haz clic aquí 6, b haz clic aquí 7, b sorbonne, b L'Ecole, b aP, b aCr					
Comentarios	b twitter, b facebook se refiere a las redes sociales de la sede,					

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 25

Descripción textual:

Información “La tarea de UNAM-Francia se traduce en diversos programas de promoción académica y cultural. Te invitamos a conocer sus programas vigentes, tales como el programa de intercambio de bachillerato, la Cátedra Miguel Alemán o el programa de doble diploma en Ciencias de la Visión en asociación con la Sorbona”

Información “Dentro de los programas vigentes existe el Verano Puma, consistente en cursos de francés en inmersión en Francia, para lo cual puedes consultar la pestaña específica que le está dedicada.”

Información “Puedes consultar también los convenios vigentes, los cuales constituyen el marco del intercambio de las instituciones del EFE con la UNAM”

Información “Te presentamos además en este rubro los proyectos en los cuales UNAM-Francia trabaja actualmente con vistas a potenciar la proyección internacional de la UNAM y su comunidad.”

Información “La pestaña Censo de proyectos UNAM-EFE presenta los resultados generales de la encuesta que con fines de conocimientos del estado de la colaboración y

de orientación de las políticas académicas de UNAM-Francia se realizó el primer semestre de 2019 entre la comunidad de académicos de la UNAM.”

Información “La pestaña UNAM-Sorbonne Université busca resaltar la asociación estratégica entre ambas universidades, la cual da cabida a la existencia de la oficina de representación de la UNAM en Francia dentro de la Universidad de la Sorbona además del desarrollo de proyectos comunes en diversas áreas estratégicas.”

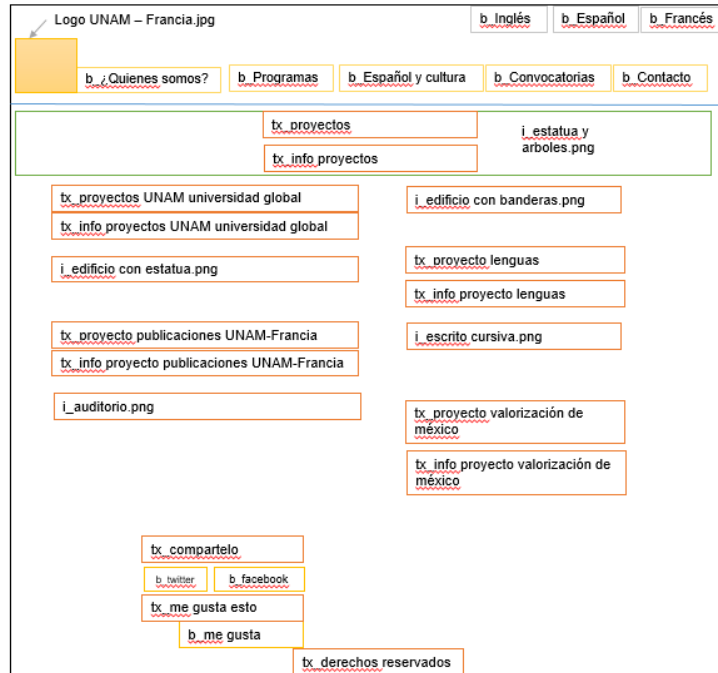
Información “Por último, en Publicaciones y videos puedes consultar las publicaciones y los videos producidos por UNAM Francia o de instituciones asociadas. La finalidad de estos materiales es el impulso del diálogo académico entre la UNAM e instituciones francófonas, así como la promoción y de la cultura y de los estudios lingüísticos, con textos originales, traducciones, entrevistas y documentales originales, así como videos subtitrados.”

Información “Sitios de interés”

Figura 44

Guion técnico 26 – Proyectos

Nombre	proyectos.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Proyectos
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede



Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 25

Descripción textual:

Información “Además de la continuidad de los programas existentes (movilidad estudiantil de bachillerato, Cátedra Miguel Alemán de estudios mesoamericanos, diplomas dobles, entre otros) UNAM-Francia desarrolla, durante el presente año, una serie de proyectos nuevos, entre los que destacan los siguientes:”

Información “Programa de maestrías de la UNAM impartidas en el París (México Antiguo, Renacimiento Americano, Historia y Filosofía de la Ciencia).

Desarrollo del programa del minor Frontera con la Sorbona.

Oferta de materias en francés en las curricula de la UNAM.

Intercambio de personal académico con la Sorbona y la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales.”

Información “Verano Puma 2021 en Dijon/Aix-en-Provence, metodología de la investigación.

Proyecto de enseñanza de lenguas autóctonas de México en UNAM-Francia.”

Información “Traducción al francés de un texto relevante de un académico de la UNAM.

Traducción al español de un texto relevante de un académico francés.”

Información “Creación del Premio UNAM, en colaboración con la Academia de París.

Creación del Día de la UNAM en París.

Ciclo de cine (Filmoteca UNAM) en el marco de la Semana de América Latina.

Exposición Aportaciones de la UNAM al conocimiento.

UNAM: patrimonio de la Humanidad e infraestructura.”

Figura 45

Guion técnico 27 – Publicaciones y videos

Nombre	publicaciones-y-videos.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Publicaciones y videos
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	Google drive
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_haz click aquí 1, b_haz click aquí 2
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 27

Descripción textual:

Información “Una nueva área prioritaria de las actividades de UNAM-Francia es la publicación de obras de interés en el marco del intercambio académico entre las comunidades académicas de la UNAM y el EFE.”

Información “Se impulsan cuatro tipos de obras:

- libros originales de equipos de trabajo binacionales,
- memorias de eventos realizados o apoyados por UNAM-Francia,
- traducciones del español al francés o del francés al español de obras de académicos que involucren a sus respectivas comunidades y
- traducciones al francés de textos en lenguas originarias de México. En esta página se dará publicidad a estas publicaciones con la posibilidad de descargar aquellos en acceso libre:”

Información “UNAM-Francia produce también videos para la promoción de sus eventos, así como medio de acercamiento a la lengua y al vocabulario en español y en francés de los tópicos de investigación que ocupan a las comunidades académicas de la UNAM y del

EFE. En el primer caso se encuentran los videos registrados de actividades organizadas por UNAM-Francia; el segundo tipo de videos son ediciones subtituladas de material producido por los centros académicos con los que la UNAM-Francia ha firmado acuerdos en este sentido. Puedes consultarlos en la liga:"

Figura 46

Guion técnico 28 – ¿Qué es la internacionalización?

Nombre	que-es-la-internacionalizacion.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	¿Qué es la internacionalización?
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 28

Descripción textual:

Información “La internacionalización es el conjunto de mecanismos que permiten firmar convenios, desarrollar programas de estudios multinacionales, encontrar fuentes de financiamiento, para la facilitación del establecimiento de relaciones, a nivel mundial, entre los actores académicos: profesores, investigadores, estudiantes y administrativos.

La internacionalización es, consecuentemente, una condición necesaria para la realización de las tareas de construcción y difusión de conocimientos, de imaginación de alternativas a los temas nacionales, de actualización de la planta académica y de preparación de los estudiantes.”

Información “Mejora la formación y las habilidades de los estudiantes.

Propicia la diversidad social y desarrolla la sensibilidad cultural de los estudiantes.

Permite compartir programas de estudio, metodologías y proyectos de investigación potenciando la creación de conocimientos.

Promueve y difunde en el extranjero la investigación y las actividades de la universidad.

Aumenta la competitividad, la visibilidad y la capacidad de atracción de la universidad.

Impulsa la diplomacia cultural.

Prepara para hacer frente a los desafíos nacionales y globales.

Crea dinamismo interno mediante el desarrollo la autocrítica.

Promueve el automejoramiento de las prácticas de gobierno por comparación con otras universidades.”

Figura 47

Guion técnico 29 – ¿Qué hace UNAM – Francia?

Nombre	que-hace-unam-francia.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	¿Qué hace UNAM-Francia?
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	acerca-de.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 29

Descripción textual:

Información “Crear las condiciones óptimas para el desarrollo de la política de internacionalización de la UNAM en Francia, Luxemburgo y las regiones francófonas de Bélgica y Suiza es la misión de”

Información “Promover los vínculos académicos entre la UNAM y las instituciones de educación medias superior, superior y de investigación del EFE

Propiciar la movilidad de académicos y estudiantes

Desarrollar programas académicos comunes entre la UNAM y el EFE

Contribuir al debate en áreas estratégicas del conocimiento

Concebir nuevas iniciativas para la promoción de los intercambios académicos

Conducir y sostener acciones en materia de promoción de la cultura mexicana y de la lengua española”

Figura 48

Guion técnico 30 – SIELE

Nombre	siele.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	SIELE
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	espanol-y-cultura.html
Salidas	Sitio web SIELE, SIELE inscripciones
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_saber más, b_inscripciones
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 30

Descripción textual:

Información “El Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española, dirigido a estudiantes y profesionales de los cinco continentes, certifica el grado de dominio del español a través de medios electrónicos.

Se trata de un instrumento elaborado y promovido por la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Cervantes, la Universidad de Salamanca y la Universidad de Buenos Aires, y respaldado por 75 universidades asociadas presentes en los 22 países de Iberoamérica, lo que garantiza estándares de calidad y de buenas prácticas en la elaboración de las pruebas, y el uso de distintas variedades lingüísticas del mundo hispánico.

SIELE certifica el grado de competencia en la lengua española a través de cuatro pruebas: Comprensión de lectura, Comprensión auditiva, Expresión e interacción escritas y Expresión e interacción orales; y toma como referencia los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER) del Consejo de Europa.

El examen puede ser presentado en UNAM-Francia donde se ofrece un promedio de un par de plazas por semana. Más información e inscripciones en:"

Figura 49

Guion técnico 31 – UNAM en cifras

Nombre	unam-en-cifras.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	UNAM en cifras
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	acerca-de.html
Salidas	Sitio web UNAM en cifras
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_saber más
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

The screenshot shows the layout of the 'UNAM en cifras' website. At the top, there is a header with the logo 'Logo UNAM – Francia.jpg' and navigation links for 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. Below the header, there is a main content area with a central image 'i_péndulo de Newton.png' and a text box 'tx_unam en cifras'. Below this, there is a section with 'tx_cifras' and 'tx_info cifras' text boxes, and a 'b leer más' button. At the bottom, there are five columns of 'tx_cifras' text boxes with sub-headers: 'facultades', 'programas de licenciatura', 'estudiantes', 'programas de maestría y doctorado', and 'institutos y centros de investigación'. Below these are social media links 'b_twitter' and 'b_facebook', a 'tx_me gusta esto' button, a 'b_me gusta' button, and a 'tx_derechos reservados' footer.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 31

Descripción textual:

Información “La UNAM es la institución de educación superior más antigua y más grande de las Américas: fundada en 1551, es la primera institución del continente americano que empieza, en la práctica, a impartir cátedra universitaria. Por otro lado, su crecimiento para responder a las demandas nacionales y a las exigencias del conocimiento la han convertido en un establecimiento educativo con más de 350 mil estudiantes, 3 programas de bachillerato (110 mil alumnos), 129 programas de licenciatura (210 mil estudiantes) y 83 programas de maestría y doctorado (30 mil jóvenes investigadores).

Para realizar esta tarea, la UNAM cuenta con 20 Facultades, 3 Escuelas, 7 Unidades multidisciplinarias, así como 57 Institutos y centros de investigación en prácticamente todas las ramas del conocimiento y repartidos en distintos puntos del territorio nacional. Su infraestructura incluye observatorios astronómicos, estaciones biológicas y buques de investigación en los océanos Atlántico y Pacífico, teniendo a su cargo el Observatorio Astronómico Nacional, los servicios sismológico y mareográfico nacionales, el Herbario

Nacional, la Hemeroteca y la Biblioteca nacionales, así como la conservación de áreas protegidas como la Reserva de la Biósfera de los Tuxtlas.

Todo ello posibilita que el 25 por ciento de la investigación científica nacional sea el resultado del trabajo de profesores e investigadores de la UNAM, publicando un promedio de 10 artículos en revistas con comité de lectura y 6 libros diarios.

Conoce más datos de la UNAM (numeraria, agenda estadística, series estadísticas, sistema dinámico de estadísticas, perfiles de alumnos de ingreso y egreso, indicadores presupuestales) en el Portal de Estadística Universitaria de la universidad.

Información “20 Facultades

129 Programas de licenciatura

350,000+ Estudiantes

82 Programas de maestría y doctorado

57 Institutos y centros de investigación”

Figura 50

Guion técnico 32 – UNAM en línea

Nombre	unam-en-línea.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	UNAM en línea
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_inglés, b_español, b_francés
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	acerca-de.html
Salidas	Sitio web UNAM en línea
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_saber más
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

The screenshot shows a web page layout for 'UNAM en línea'. At the top left is the 'Logo UNAM – Francia.jpg'. To its right are three language selection buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below these is a navigation menu with five items: 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area contains a large box with 'tx_unam en línea' and 'i_teclado laptop.png' in the top right, and 'tx_info unam en línea' in the center. Below this is a 'b_saber más' button. At the bottom of the page, there is a 'tx_compartelo' button, two social media buttons ('b_twitter' and 'b_facebook'), a 'tx_me gusta esto' button with a 'b_me gusta' sub-button, and a 'tx_derechos reservados' button at the very bottom.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 32

Descripción textual:

Título “UNAM en línea”

Información “Puedes acceder a todos los contenidos digitales producidos por la UNAM, clasificados en los rubros Docencia Digital, Cultura, Ciencia y Acervo Digital, en el portal Toda la UNAM en línea:”

Figura 51

Guion técnico 33 – UNAM – Francia

Nombre	unam-francia.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	UNAM-Francia
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	acerca-de.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

The screenshot shows the layout of the UNAM-Francia website. At the top, there is a header with the logo 'Logo UNAM – Francia.jpg' and three language buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below the header is a navigation menu with five buttons: 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area is a large white rectangle with a green border. Inside, there is a large image placeholder 'i_fondo_sede_lateral.png' and two text boxes: 'tx_info_unam-francia' and 'tx_unam-francia'. At the bottom of the page, there are several social media and utility buttons: 'tx_compartelo', 'b_twitter', 'b_facebook', 'tx_me gusta esto', 'b_me gusta', and 'tx_derechos_reservados'.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 33

Descripción textual:

Información “Encargada de promover los intercambios académicos entre la UNAM y el espacio francófono europeo, UNAM-Francia se concibió en el marco de la visita de Estado que el presidente francés, François Hollande, realizó en México en 2014. Fruto de un acuerdo firmado en ese momento entre la rectoría de la UNAM y la Academia de París, UNAM-Francia se instala en la Academia de Ciencias de Francia desde ese mismo año e inaugura sus oficinas en el campus Les Cordeliers de la entonces Universidad Pierre y Marie Curie en marzo de 2015. Actualmente, UNAM-Francia está albergada por la Universidad de la Sorbona, con la que mantiene una colaboración estratégica, en el mismo campus de los Cordeliers.

En este rubro podrás encontrar una descripción de las tareas de UNAM-Francia, una explicación de la importancia y el sentido de la internacionalización de la universidad, así como una descripción de su estructura organizativa.

Puedes también, mediante la pestaña Memoria de eventos, tener acceso a las exposiciones e instrumentos de difusión de los eventos organizados por UNAM-Francia.

Para consultar sus programas (tales como intercambio de bachillerato, movilidad estudiantil y de personal académico, cátedras, dobles diplomas y otros), así como los convenios vigentes y los proyectos para los próximos años (maestrías y diplomados de la UNAM en Francia, materias en francés en los currícula de la UNAM, mineurs en Sorbonne Université...), te invitamos a consultar la pestaña Programas.”

Figura 52

Guion técnico 34 – UNAM global

Nombre	unam-global.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	UNAM Global
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	acerca-de.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 34

Descripción textual:

Información “La UNAM desarrolla, como parte fundamental de su proyecto académico, acciones de internacionalización que permiten potenciar los conocimientos y las habilidades de su personal y estudiantado.

Aquí podrás consultar un breve relato de la historia del proceso de construcción del proyecto de internacionalización de la UNAM, así como la liga a todas las sedes de la UNAM en el extranjero.”

Figura 53

Guion técnico 35 – UNAM Sorbonne Universite

Nombre	unam-sorbonne-universite.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	UNAM Sorbonne Universite
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_inoles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	Sitio web Sorbonne, Sitio web talleres UNAM
Elementos de navegación generales	b_¿Quienes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_colab 2019, b_programa talleres
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 35

Descripción textual:

Información “La UNAM mantiene una asociación estratégica con la Sorbona; en este contexto, ambas universidades emprenden diversas acciones para el impulso de programas de estudio y proyectos de investigación comunes.”

Información “Destaca en este sentido el encuentro realizado el 2 y 3 de 2020 en las instalaciones de Ciudad Universitaria, en México, articulado en tres ejes prioritarios de su colaboración: Transición medioambiental, Patrimonios y Química y Física. Participaron en éstos a una treintena de académicos y autoridades de ambas universidades con el objetivo de profundizar la colaboración en la creación de equipos binacionales, de cátedras y de dobles diplomas, la promoción de cotutelas y codirecciones de tesis, así como el impulso a la movilidad de académicos y estudiantes.”

Figura 54

Guion técnico 36 – Aviso de privacidad

Nombre	Aviso-privacidad.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Cookie policy (EU)
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	contacto.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b>Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_gestión consentimiento
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 36

Descripción textual:

Información “Trato de información de los usuarios”

Información “La página UNAM – Francia no recaba datos personales de sus participantes. Si usted desea inscribirse para recibir información de las actividades y eventos de la sede, sus datos (nombre, institución, correo electrónico) serán única y exclusivamente empleados para ese fin”.

Figura 55

Guion técnico 37 – Cookie policy

Nombre	cookie-policy-eu.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Cookie policy (EU)
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	contacto.html
Salidas	No aplica
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	b_gestión consentimiento
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 37

Descripción textual:

Información “Esta política de cookies se actualizó por última vez el 21 enero. 2020 y se aplica a los ciudadanos y residentes legales permanentes del área económica europea.

Información “Nuestra web <https://francia.unam.mx> (en adelante: «la web'») utiliza cookies y otras tecnologías relacionadas (para mayor comodidad. todas las tecnologías se denominan «cookies»). Las cookies también son colocadas por terceros a los que hemos contratado. En el siguiente documento te informamos sobre el uso de cookies en nuestra web. “

Información “Una cookie es un pequeño archivo simple que se envía junto con las páginas de esta web y que tu navegador almacena en el disco duro de tu ordenador o de otro dispositivo. La información almacenada puede ser devuelta a nuestros servidores o a los servidores de terceros relevantes durante una visita posterior.”

Información “Un script es un fragmento de código de programa que se utiliza para hacer que nuestra web funcione correctamente y de forma interactiva. Este código se ejecuta en nuestro servidor o en tu dispositivo.”

Información “Una baliza web (o una etiqueta de pixel) es una pequeña e invisible pieza de texto o imagen en una web que se utiliza para hacer seguimiento del tráfico en una web. Para ello, se almacenan varios datos sobre ti mediante balizas web.”

Información “Algunas cookies aseguran que ciertas partes de la web funcionen correctamente y que tus preferencias de usuario sigan recordándose. Al colocar cookies funcionales, te facilitamos la visita a nuestra web. De esta manera, no necesitas introducir repetidamente la misma información cuando visitas nuestra web y, por ejemplo, los artículos permanecen en tu cesta de la compra hasta que hayas pagado. Podemos colocar estas cookies sin tu consentimiento.”

Información “Usamos cookies de estadísticas para optimizar la experiencia en la web para nuestros usuarios. Con estas cookies estadísticas obtenemos conocimientos del uso de nuestra web. Te pedimos tu permiso para colocar cookies de estadísticas.”

Información “Las cookies de marketing/seguimiento son cookies, o cualquier otra forma de almacenamiento local, usadas para crear perfiles de usuario para mostrar publicidad o para hacer el seguimiento del usuario en esta web o en varias webs con fines de marketing similares.”

Información “En nuestra web hemos incluidos botones para Facebook y Twitter promocionar páginas (p. ej. «me gusta•), «pin•>) o compartirlas (p. ej. «tuitear•>) en redes sociales como Facebook y Twitter. Estos botones funcionan usando código de Facebook y Twitter ellos mismos. Este código incrusta cookies. Estos botones de redes sociales pueden almacenar y procesar cierta información, de esta manera puede ser mostrado un anuncio personalizado.

Por favor lee la política de privacidad de estas redes sociales (que puede cambiar frecuentemente) para saber que hacen con tus datos (personales) que procesan usando estas cookies. Los datos que reciben son anonimizados el máximo posible. Facebook y Twitter están ubicados en los Estados Unidos.”

JETPACK	Propósito pendiente de investigación
TWITTER	Márketing/Rastreo s"
GOOGLE	Funcional Estadísticas Y
TRANSLATE	Márketing/Rastreo. Funcional
ELEMENTOR	Márketing/Rastreo
FACEBOOK	Propósito pendiente de investigación

GOOGLE	Márketing/Rastreo s"
FONTS	Funcional Estadísticas

Información “Cuando visites nuestra web por primera vez, te mostraremos una ventana emergente con una explicación sobre las cookies. Tan pronto como hagas clic en «Todas las cookies,>, aceptas que usemos todas las cookies y plugins tal como se describe en la ventana emergente y en esta política de cookies. Puedes desactivar el uso de cookies a través de tu navegador, pero, por favor, ten en cuenta que nuestra web puede dejar de funcionar correctamente.”

Información “Tienes los siguientes derechos con respecto a tus datos personales:

- Tiene derecho a saber por qué se necesitan tus datos personales, qué sucederá con ellos y durante cuánto tiempo se conservarán.
- Derecho de acceso: tienes derecho a acceder a tus datos personales que conocemos. • Derecho de rectificación: tienes derecho a completar, rectificar, borrar o bloquear tus datos personales cuando lo desees.
- Si nos das tu consentimiento para procesar tus datos, tienes derecho a revocar dicho consentimiento y a que se eliminen tus datos personales.
- Derecho de cesión de tus datos: tienes derecho a solicitar todos tus datos personales al responsable del tratamiento y a transferirlos íntegramente a otro responsable del tratamiento.
- Derecho de oposición: puedes oponerte al tratamiento de tus datos. Se cumple con esto, a menos que existan motivos justificados para el procesamiento.

Para ejercer estos derechos, por favor, contacta con nosotros. Por favor, consulta los detalles de contacto en la parte inferior de esta política de cookies. Si tienes alguna queja sobre cómo gestionamos tus datos, nos gustaría que nos la hicieras saber, pero también tienes derecho a enviar una queja a la autoridad supervisora (la autoridad de protección de datos).”

Información “Puedes utilizar tu navegador de Internet para eliminar las cookies de forma automática o manual. También puedes especificar que ciertas cookies no pueden ser colocadas. Otra opción es cambiar los ajustes de tu navegador de Internet para que recibas un mensaje cada vez que se coloca una cookie. Para obtener más información sobre estas opciones. consulta las instrucciones de la sección «Ayuda" de tu navegador.

Ten en cuenta que nuestra web puede no funcionar correctamente si todas las cookies están desactivadas. Si borras las cookies de tu navegador, se volverán a colocar después de tu consentimiento cuando vuelvas a visitar nuestras webs. están desactivadas. si borras las cookies de tu navegador, se volverán a colocar después de tu consentimiento cuando vuelvas a visitar nuestras webs.”

Información “Para preguntas y/o comentarios sobre nuestra política de cookies y esta declaración, por favor, contacta con nosotros usando los siguientes datos de contacto:

UNAM FRANCIA

<https://francia.unam.mx/>

Francia

Website: <https://francia.unam.mx>

Email: info@cemunam.fr

Número de teléfono: +33 (0) 6 29966350

Esta política de cookies ha sido sincronizada con cookiedatabase.org el 28 noviembre, 2019”

Figura 56

Guion técnico 38 – Movilidad estudiantil

Nombre	Movilidad-estudiantil.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Movilidad estudiantil
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_ingles, b_español, b_frances
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	convocatorias.html
Salidas	Sitios web UNAM, DGECI, Posgrado UNAM, CEPE, DGAE, CGEP
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b facebook
Elementos de navegación particulares	b_haz clic aquí 1, b_haz clic aquí 2, b_haz clic aquí 3, b_haz clic aquí 4, b_haz clic aquí 5, b_haz clic aquí 6
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 38

Descripción textual:

Información “La UNAM te ofrece diversas posibilidades para complementar o para continuar tus estudios en sus diferentes niveles y modalidades, desde el bachillerato presencial y a distancia, hasta licenciaturas y posgrados, pasando por estancias de intercambio internacional.”

Información “La UNAM ofrece, para sus estudiantes de licenciatura y posgrado, la posibilidad de realizar estancias en instituciones extranjeras como parte de su formación académica. Para la licenciatura se ofrecen apoyos para estancias semestrales, de investigación, de idioma o para participar en actividades como encuentros académicos. Puedes obtener mayor información al respecto en la página”

Información “Puedes también consultar la oferta de becas de DGECI:”

Información “Para los estudiantes de posgrado existen apoyos tanto de la UNAM como del Conacyt. Consulta la página de movilidad estudiantil de la Coordinación General de Estudios de Posgrado:”

Título “Estancias de intercambio para estudiantes extranjeros.”

Información “Si eres estudiante de una universidad extranjera, puedes realizar estancias semestrales a nivel licenciatura. Para conocer las características de las estancias y los procedimientos de inscripción en estudios de licenciatura consulta la siguiente página: “

Información “Puedes consultar la oferta y los planes de estudio que la UNAM ofrece en licenciatura y posgrado en la página de la Dirección General de Administración Escolar: “

Información “Para estancias a nivel posgrado, consulta la página de movilidad estudiantil para estudiantes del extranjero de la Coordinación General de Estudios de Posgrado: “

Figura 57

Guion técnico 39 – Verano puma

Nombre	Verano-puma.html
Fondo	RGB 250, 244, 227
Título de pantalla	Verano Puma
Despliegues automáticos	Logo UNAM – Francia.jpg, tx_Texto principal, b_Inglés, b_Español, b_Francés
Disparadores de medios	No aplica
Entradas	programas.html
Salidas	Sitio web Sorbonne, Sitio web talleres UNAM
Elementos de navegación generales	b_¿Quiénes somos?, b_Programas, b_Español y cultura, b_Convocatorias, b_Contacto, b_me gusta, b_twitter, b_facebook
Elementos de navegación particulares	No aplica
Comentarios	b_twitter, b_facebook se refiere a las redes sociales de la sede,

The screenshot shows a web page layout for 'Verano Puma'. At the top, there is a header with a logo 'Logo UNAM – Francia.jpg' and three language selection buttons: 'b_Inglés', 'b_Español', and 'b_Francés'. Below the header is a navigation bar with five buttons: 'b_¿Quiénes somos?', 'b_Programas', 'b_Español y cultura', 'b_Convocatorias', and 'b_Contacto'. The main content area is divided into two sections. The top section contains three text boxes: 'tx_título verano puma', 'tx_invitación verano puma', and 'tx_info verano puma'. To the right of these boxes are three image placeholders: 'i_fondo negro.png', 'i_verano puma.png', and 'i_louvre.png'. The bottom section contains a 'tx_compartelo' button, two social media buttons ('b_twitter' and 'b_facebook'), a 'tx_me gusta esto' button, a 'b_me gusta' button, and a 'tx_derechos reservados' button.

Nota: Fuente propia, (2021).

Página n° 39

Descripción textual:

Información “La situación actual de emergencia sanitaria no permite abrir el programa este año ¡TE ESPERAMOS EN 2022!”

Información “El Verano PUMA UNAM-Francia es un programa de cursos intensivos en inmersión para el aprendizaje y perfeccionamiento de la lengua francesa en París, Francia. Está dirigido a estudiantes y académicos interesados en avanzar en el dominio de dicha lengua con vistas a la realización de estudios o estancias en sistemas académicos de habla francesa. El programa incluye en este sentido, además de los cursos de lengua, cursos de introducción a la cultura francesa o de metodología, así como visitas académicas y culturales.

Concebido en el marco de la colaboración estratégica de la UNAM con la Universidad de la Sorbona (Sorbonne Université), este programa ofrece un marco inmejorable para el perfeccionamiento del francés, tanto por las instalaciones en las que se imparte como por el personal académico a su cargo: profesores especialistas en enseñanza del francés (FLE:

Français langue étrangère) del Service d'innovation pour l'apprentissage des langues de la Sorbona”

3.5 Producción

3.5.1 Interfaz gráfica de usuario

En la etapa pasada se inició el desarrollo del sitio web, tomando como premisa la elección de la plantilla, su configuración en cuestión a la elección de tipografía, logotipo, paleta de color y apartados del menú.

Ahora bien, en esta etapa, se dará paso al desarrollo de cada apartado de la página, teniendo como base el diseño los guiones técnicos y literarios.

Para su desarrollo, se instala un plugin llamado Elementor, que fungirá como editor en wordpress, para su instalación, es necesario partir del panel de control, donde existe un apartado llamado plugins.

Figura 58

Panel de control

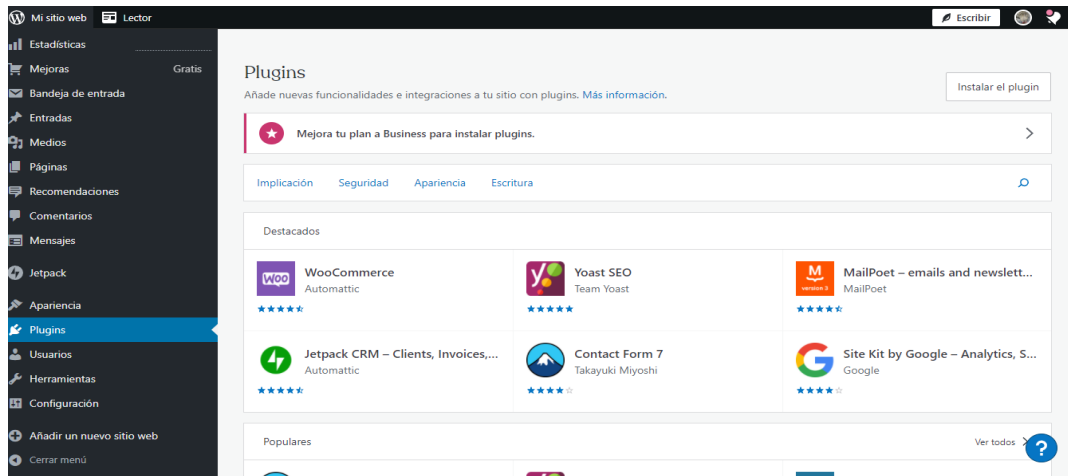


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En este apartado se mostrarán algunos plugins que son recomendados por wordpress, y en la parte derecha superior existe una lupa en la cual se introduce el nombre o tema del plugin que se desea buscar. Y una vez introduciendo el tema o nombre se desplegarán algunas opciones relacionadas a lo buscado.

Figura 59

Panel de control plugins

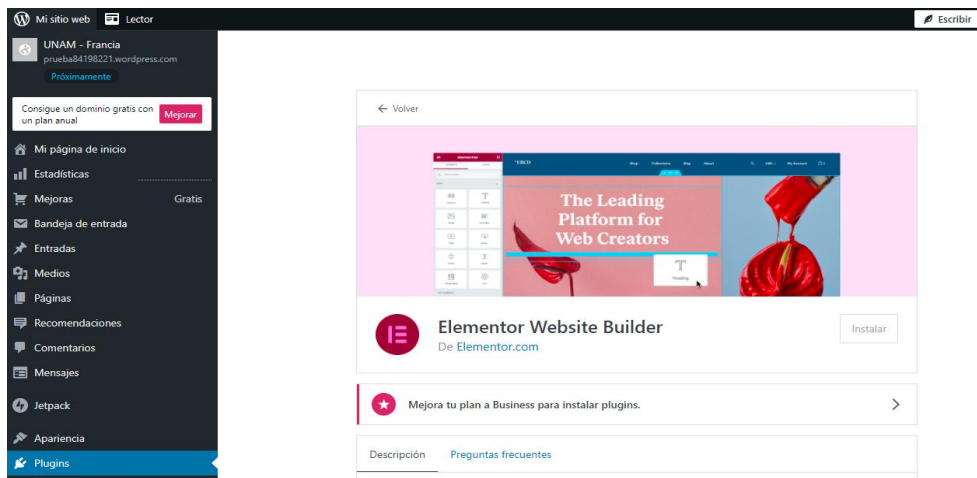


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En este caso, se introdujo Elementor en el buscador y arrojó el plugin deseado, una vez desplegado se instala el plugin, dando clic en el botón instalar para que cuando se entre en el panel de personalización aparezca este editor y se pueda personalizar cada página.

Figura 60

Elementor



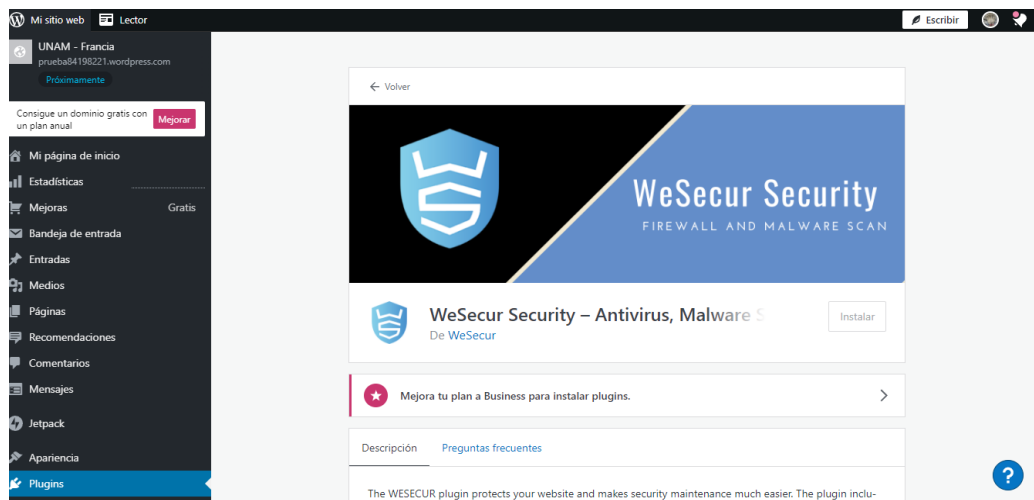
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Teniendo instalado este plugin, se procede a instalar del mismo modo WeSecur security, Akismet Spam Protection para los apartados de la seguridad del sitio referente a

antivirus, malware y spam con la configuración predeterminada. Así mismo IONOS en convenio con Wordpress se agrega el certificado https como parte de la configuración de seguridad. Además, se instaló Yoast SEO para la indexación del sitio web y Gtranslate para la traducción.

Figura 61

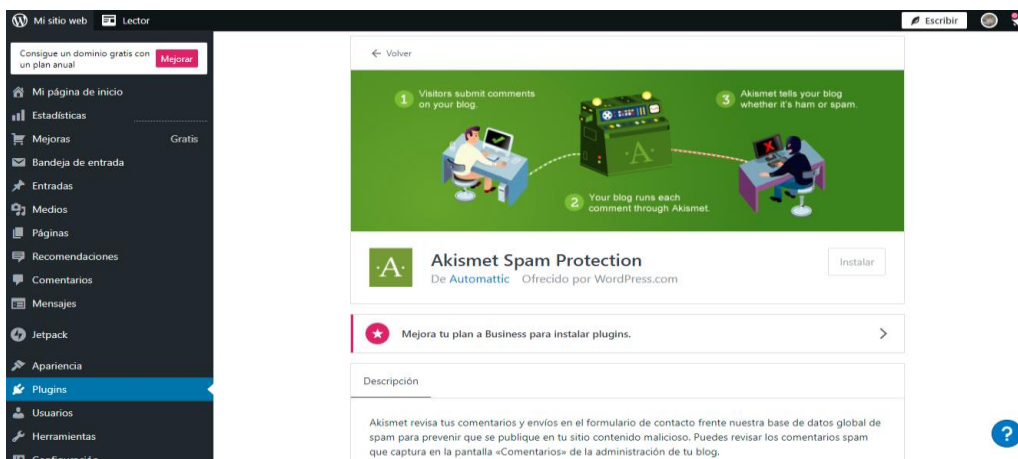
WeSur Security



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Figura 62

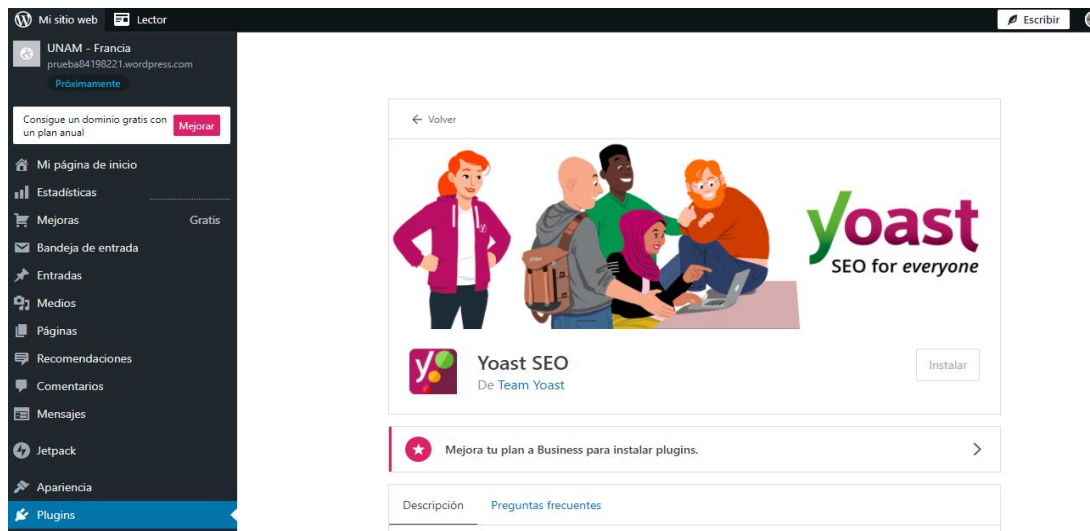
Akismet Spam Protection



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Figura 63

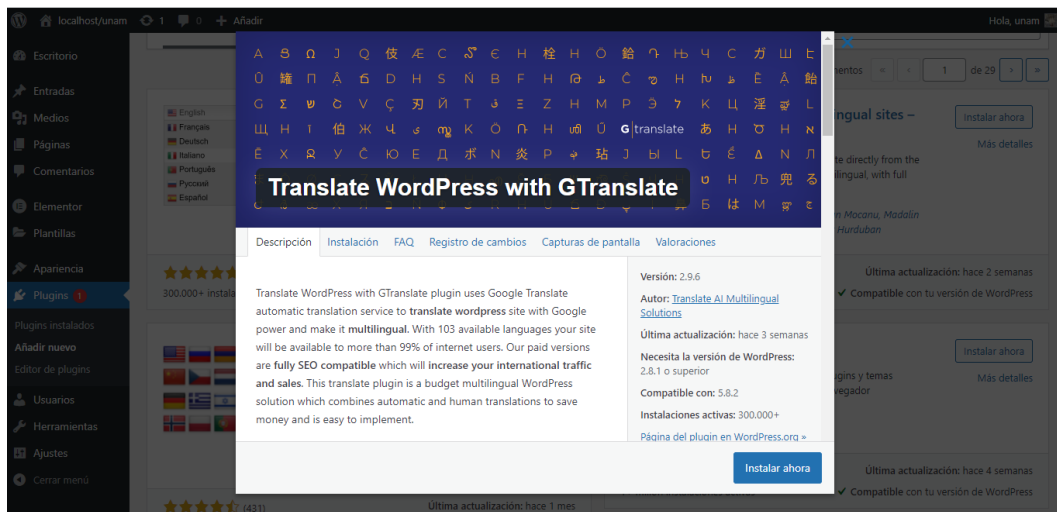
Yoast SEO



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Figura 64

GTranslate

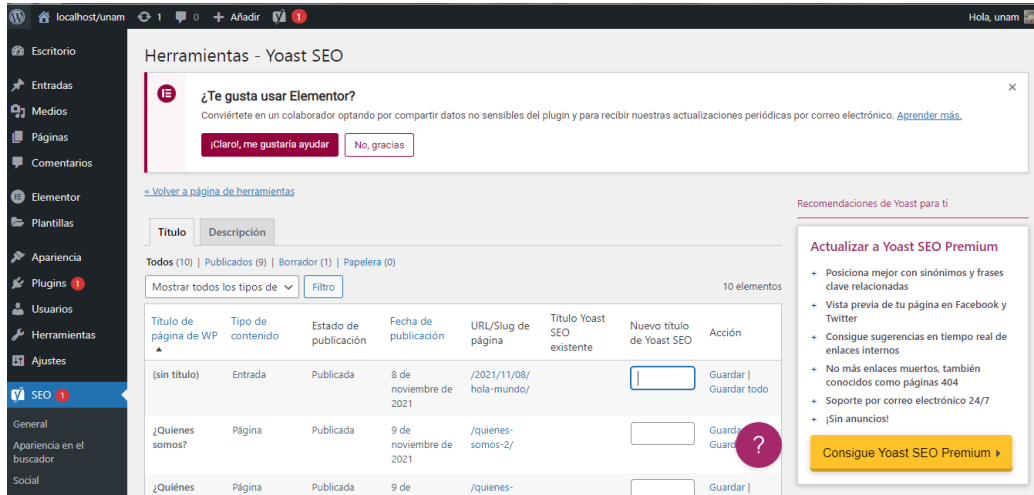


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

La configuración de los plugins de seguridad se limitó a ser la predeterminada y a la activación de estos de forma genérica. En cuanto a la indexación, se instaló Yoast, se activó, y se modificaron las entradas y descripciones de cada página para que pudiera ser leído mejor por los buscadores de información.

Figura 65

Panel de control Yoast SEO



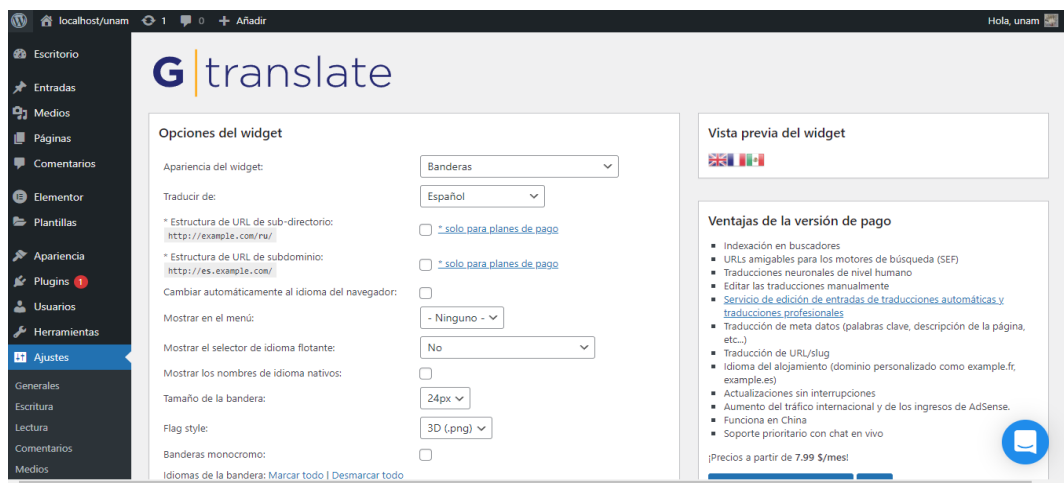
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y en el momento de guardar los cambios, se abran indexado conforme al plugin en los buscadores, tanto su título como su descripción.

Para la configuración del traductor, se descargó Gtranslate, ya que tiene la posibilidad de traducir en diferentes idiomas, traduce las urls de cada página y permite la personalización de los iconos.

Figura 66

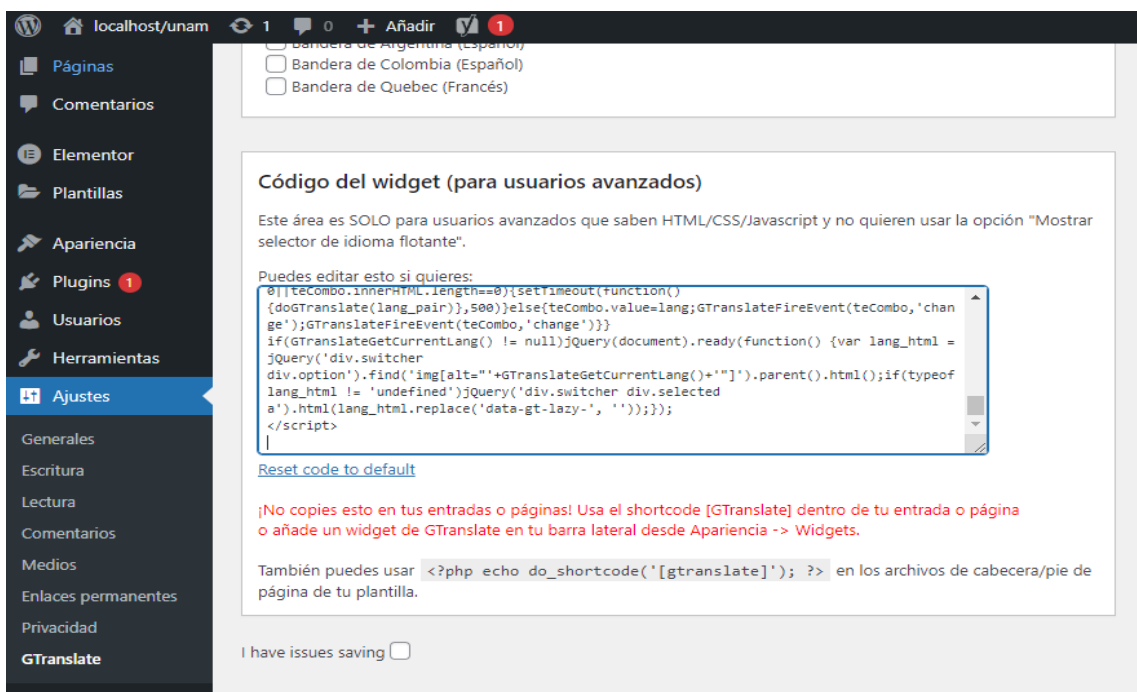
Panel de control 1 GTranslate



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Mediante CSS y HTML destina un apartado para la modificación de iconos del traductor y así adecuarlos conforme a lo planteado.

Figura 67
Panel de control 2 GTranslate



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En cuanto al dominio del sitio web, se migró por parte de IONOS, entonces no hubo necesidad de configurarlo, y posteriormente paso a ser configurado por la DGTIC en la UNAM, ya que la Unión Europea no permitía la terminación geográfica MX.

(Cabe destacar que esta configuración no afectó a la traducción e indexación del sitio web.)

Teniendo estos plugins instalados en Wordpress, se inicia el desarrollo de la etapa de producción referente a los apartados de las páginas:

Se dividirá en tres partes, cada una habla acerca de cómo se desarrolla cada pantalla, la primera habla de las pantallas con mayores elementos de diseño (botones, imágenes, líneas, formas, etc). La segunda parte tiene páginas con menor contenido, y manteniendo algunos elementos de diseño vistosos sí como la primera parte, pero en menor cantidad. Y la tercera parte tiene elementos simples de diseño.

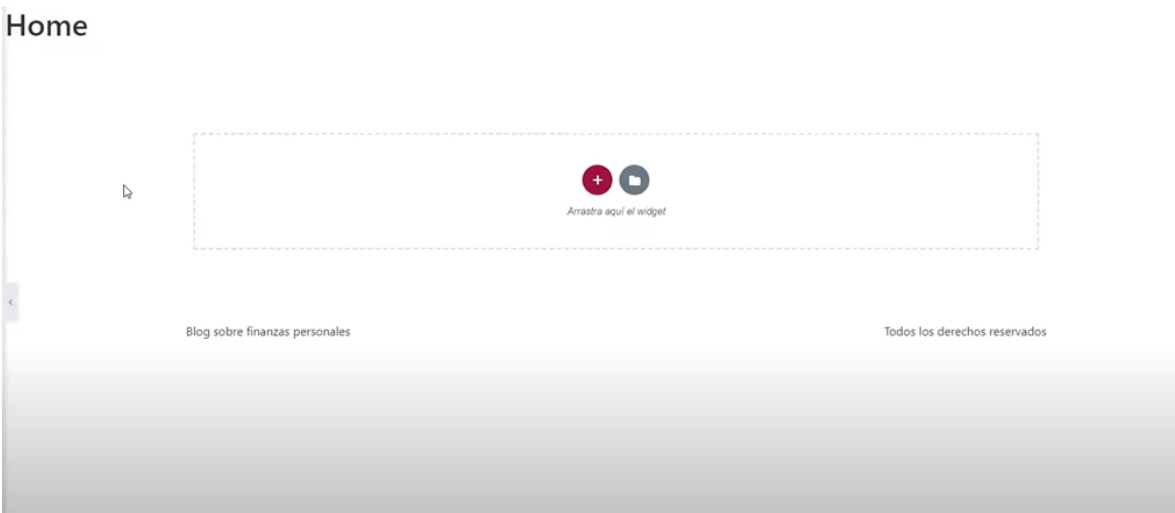
3.5.1.1 Primera parte

Para la creación de las pantallas de: Inicio, ¿Quiénes somos?, Contacto, Certificación en español, Cátedras, Censo de proyectos UNAM – EFE, Convenios, Fondos y becas, Investigación docente y de investigación, Movilidad estudiantil y Proyectos y Programas.

Teniendo la configuración del editor se inicia el diseño de cada apartado. El editor de Wordpress se despliega de esta forma al entrar al apartado de personalización:

Figura 68

Home Wordpress



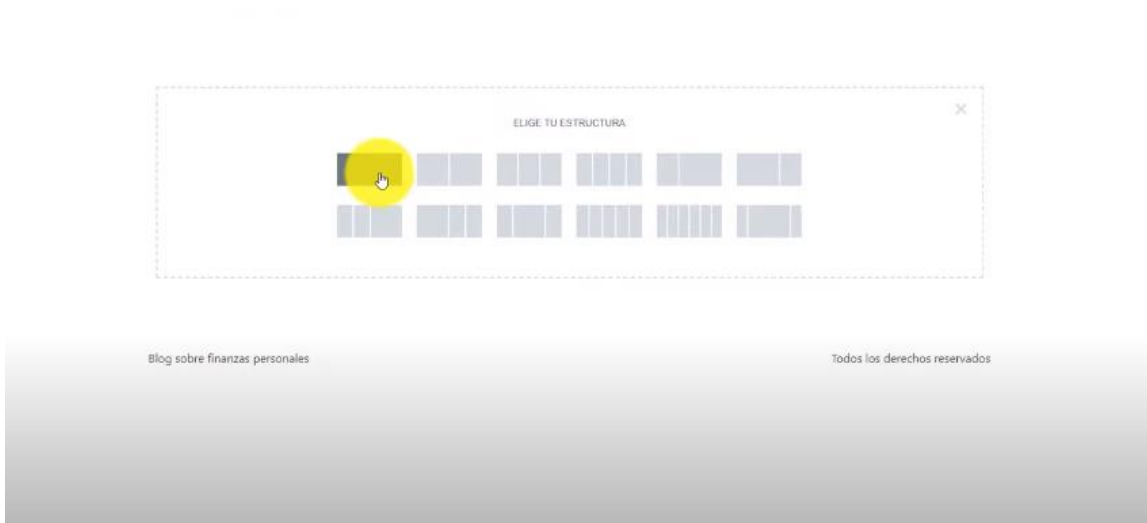
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Se muestran dos botones, uno guinda y otro gris, el color guinda representa la apertura de las estructuras en la pantalla, y la otra pantalla permite visualizar plantillas predeterminadas y ya realizadas.

En este caso se dará clic en la primera estructura ya que para esta primera etapa solo es necesaria una estructura de contenido.

Figura 69

Elección de estructura

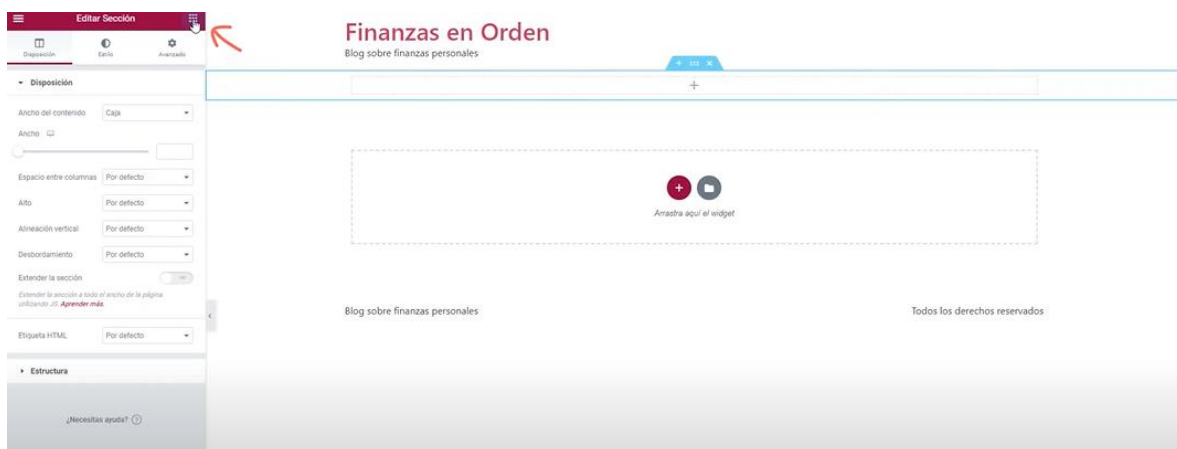


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Teniendo la estructura uno seleccionada, se despliega una pantalla con características de la estructura que ayudan a controlar el espacio en la pantalla, si abarcará todo el año de la pantalla o si solo será una parte, eso se controla mediante una línea.

Figura 70

Dimensión de estructura



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Después de seleccionar el tamaño deseado de la estructura, se procede a añadir los elementos de diseño desde el panel del editor.

Figura 71

Menú de Elementor

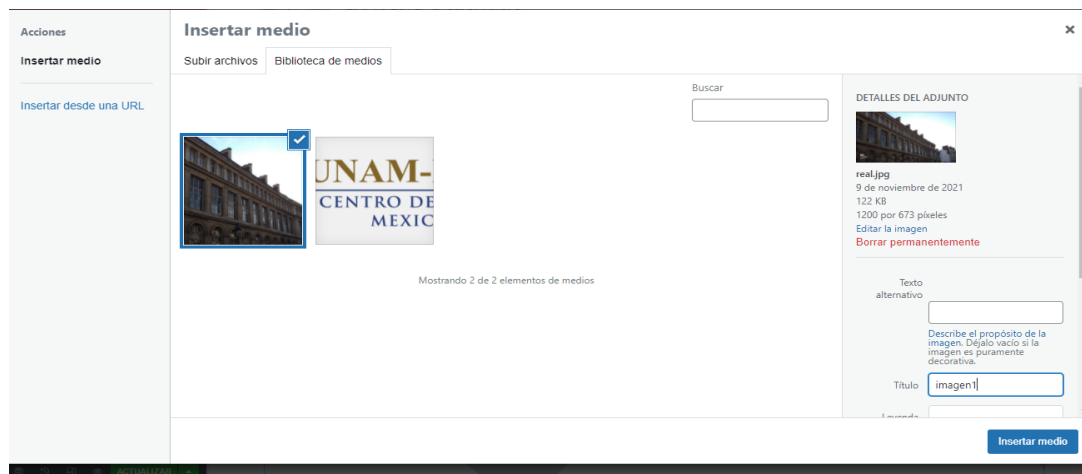


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En esta parte se seleccionará la estructura y se colocará una imagen de fondo, primeramente, se cargará la imagen deseada como fondo:

Figura 72

Insertar medio

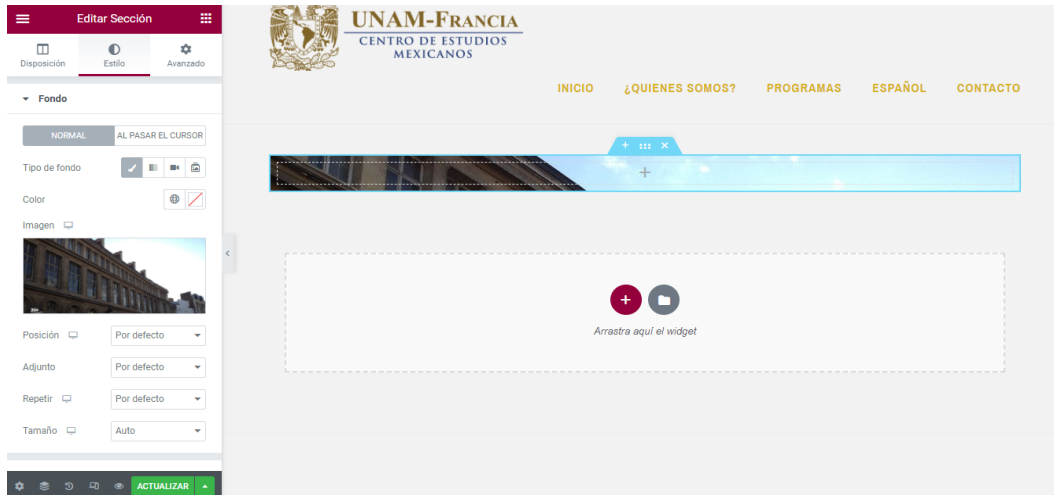


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Se coloca en título, el nombre de la imagen que tendrá dentro del sitio web, y posterior a eso se presiona en insertar medio.

Figura 73

Fondo de estructura

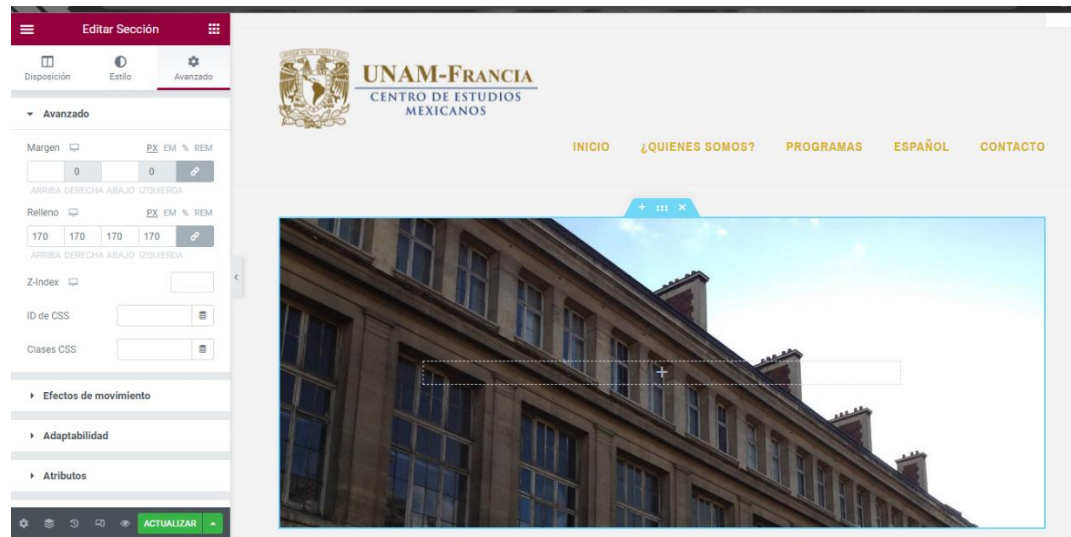


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y una vez insertada la imagen, se debe seleccionar el tamaño de la imagen en la sección de Relleno, entre mayor sea el número, más ancha será y entre menor sea el número, será más delgado. Esto se ajusta dependiendo el diseño.

Figura 74

Relleno de estructura



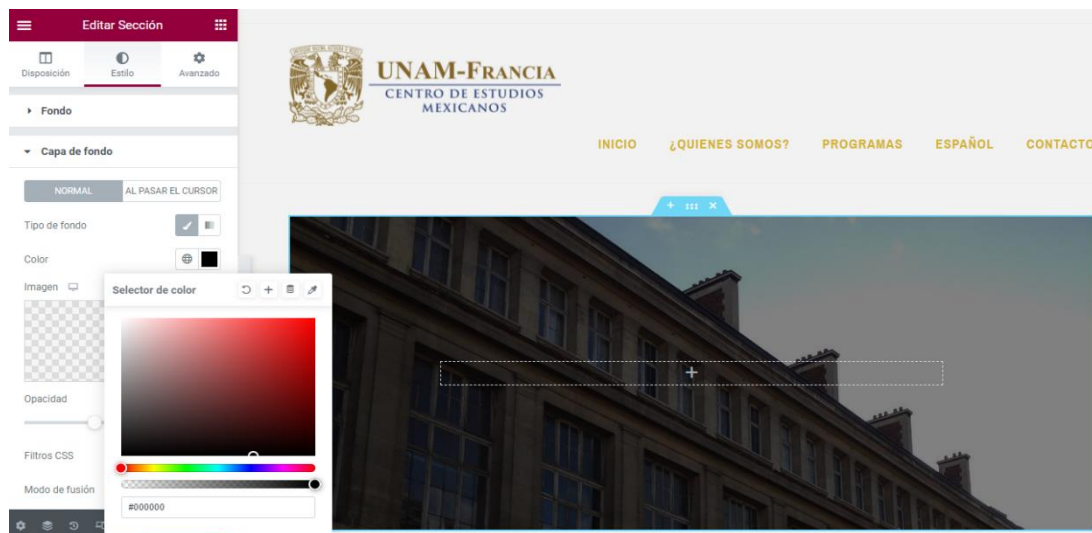
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Ya con la imagen colocada con el tamaño correspondiente, se deberá colocar una capa de fondo para tener un contraste más claro con el texto.

Y para este paso, se requiere pasar a la pestaña de estilo.

Figura 75

Capa de fondo



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En esta pestaña se selecciona color, y se elige un color oscuro para crear el contraste entre el texto y la imagen. Dentro de la elección de color existe la capacidad de seleccionar una gama amplia de colores de capa de fondo, la cual se modificará de acuerdo al diseño, sin embargo, siempre quedará de forma oscura para crear contraste.

Posterior al acomodo de la capa de fondo, se inicia con la colocación del título de la página. Entonces en la sección del menú de elementos se elige encabezado y se arrastra el elemento hacia la estructura del centro de la imagen.

Figura 76

Texto en la estructura



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

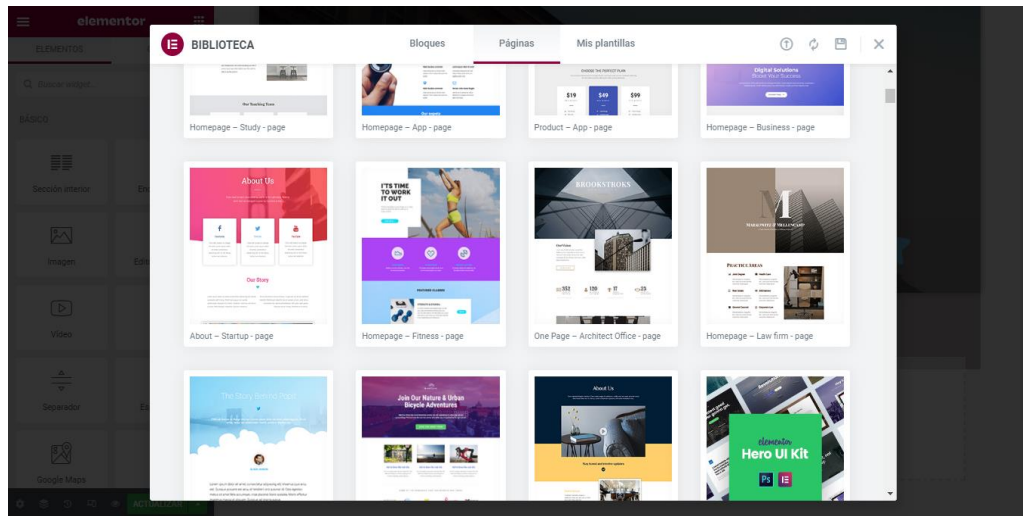
Y en el cuadro del lado izquierdo se coloca el texto que se desea, se elige el tamaño, color y la alineación.

Posterior a la modificación del texto se requerirá el uso de una plantilla para acomodar los iconos.

Entonces en el apartado donde se escoge la estructura se da clic en la carpeta, y esta desplegará un menú de opciones a escoger, plantillas y bloques para su modificación.

Figura 77

Biblioteca de páginas



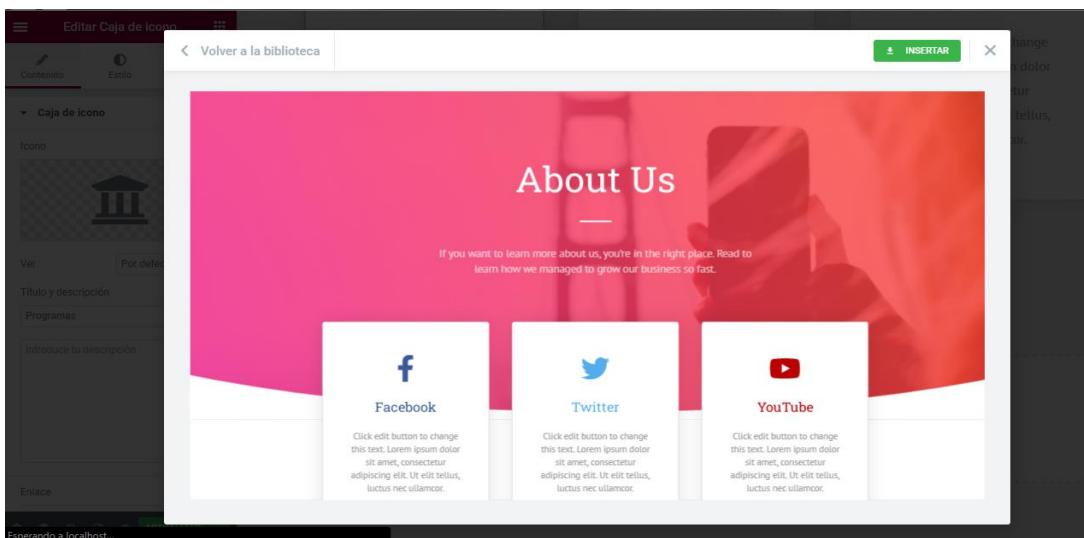
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En este apartado del menú, se elige una plantilla similar al guion o con elementos que se desea incluir.

Una vez seleccionada se mostrará en grande y ya ampliada se da clic en el botón insertar.

Figura 78

Plantilla de la biblioteca



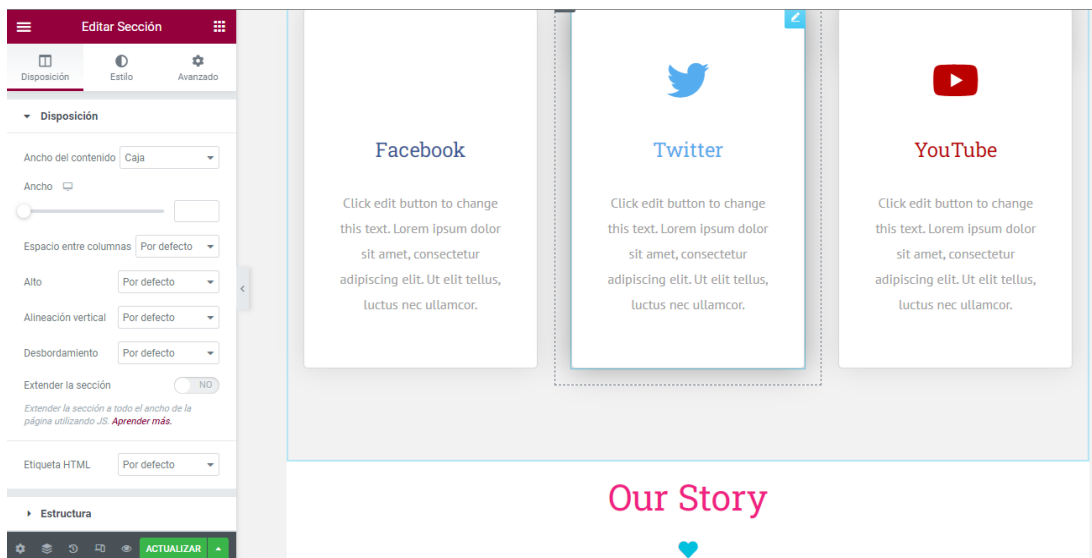
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Ya insertada la plantilla en la página, se mantendrá o modificará la plantilla conforme al guion.

En esta parte específicamente se eliminará la imagen de arriba dando clic en eliminar a la estructura que lleva la imagen para solo dejar los botones.

Figura 79

Caja de iconos

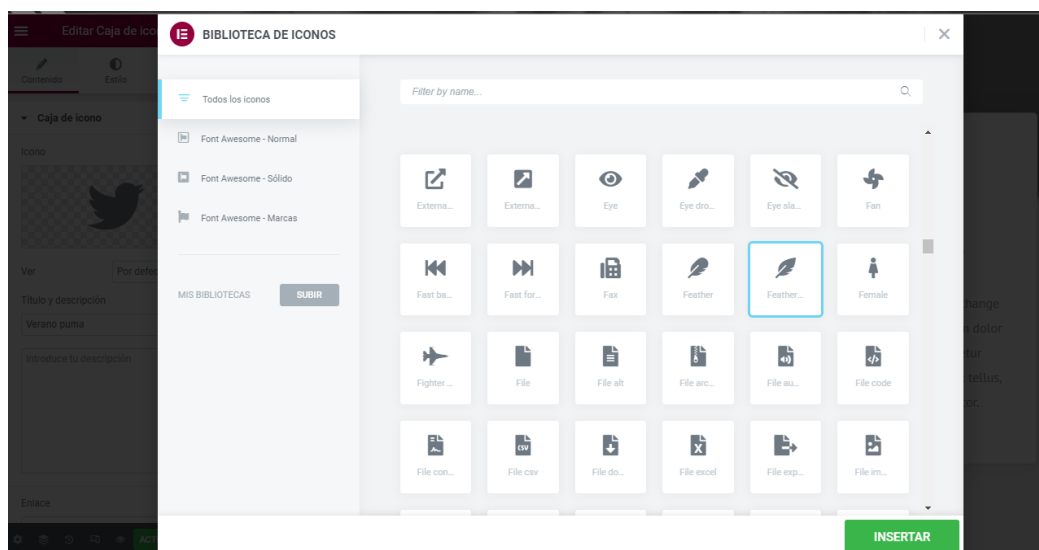


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Teniendo solo los botones, se introduce el enlace al que se redirigirá el botón, así mismo se modificarán los iconos desde la biblioteca para poder adecuarlo al contexto de la sede.

Figura 80

Biblioteca de iconos

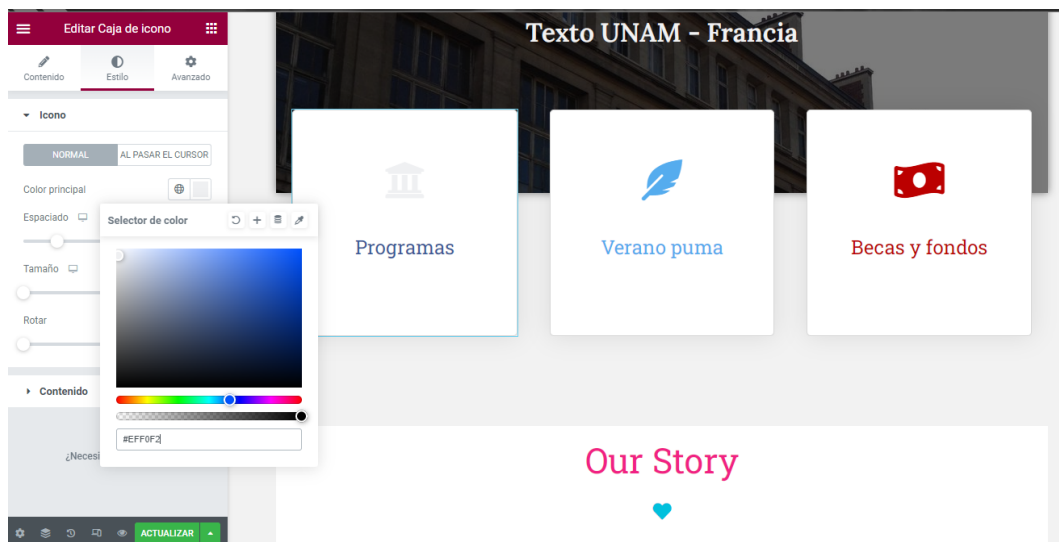


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Una vez escogidos, se procede a la personalización de los iconos. Primeramente, se coloca en el apartado de edición el diseño del título y descripción del botón, se coloca el texto correcto y modifica el color en la pestaña de estilo.

Figura 81

Personalización de la caja de iconos

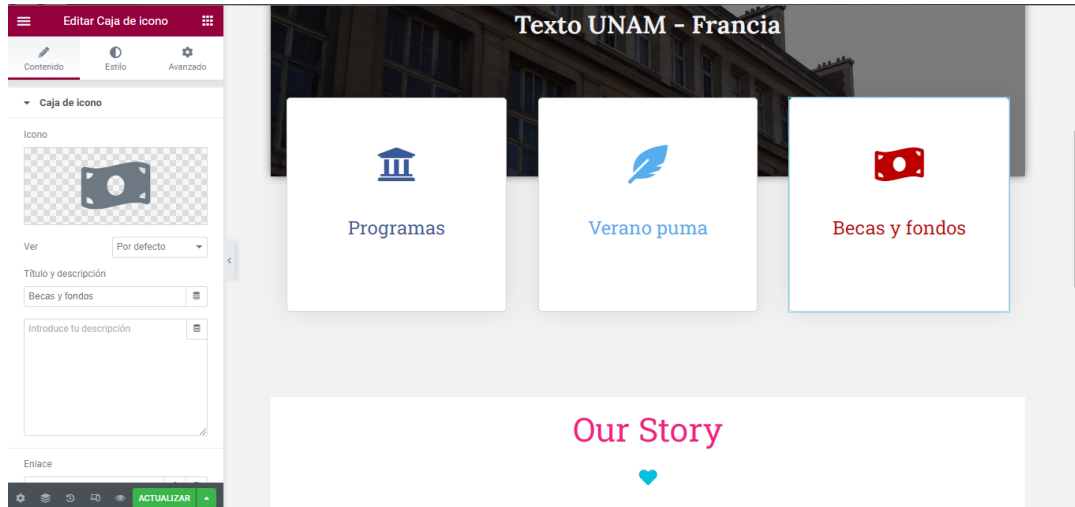


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Quedando de esta forma los iconos.

Figura 82

Caja de iconos con color

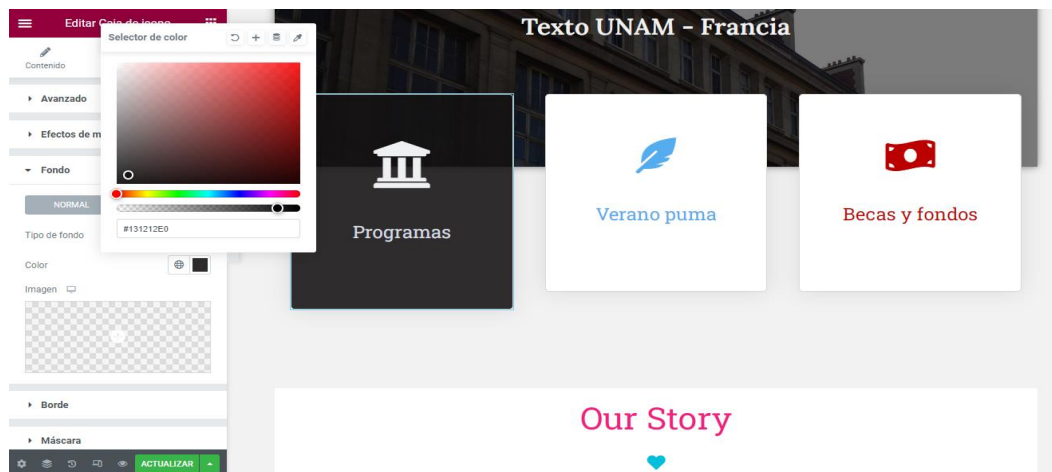


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Ahora bien, para continuar con la misma línea de la imagen de arriba, se modifica en el menú de diseño el color de fondo de los botones con una ligera transparencia para que se pueda tener un contraste con la imagen de atrás, los iconos y el texto.

Figura 83

Fondo de caja de iconos



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y se agregó otra sección dentro de la misma estructura, para duplicar uno de los botones y quedarán los botones conforme al guion técnico.

Figura 84

Caja de iconos personalizada



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Después de colocar la sección de arriba, se coloca la siguiente sección de noticias, entonces conforme a lo planteado, se escoge una estructura y dentro de la estructura se selecciona el menú para edición del apartado la imagen, el texto, y el botón para después modificarlos.

Figura 85

Edición de botón



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Se carga la imagen del mismo modo que el apartado de arriba y se selecciona el tamaño que tendrá en el apartado de tamaño.

Figura 86

Edición de imagen



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Ya seleccionado el tamaño deseado de la imagen, se procede a la modificación de color del texto, se modifica el color conforme a los contrastes. Y se repite el procedimiento con el botón, se selecciona y se cambia el color, tamaño y alineación. Una vez configurados estos elementos se duplican de acuerdo al número de noticias que se quieran mostrar en la página.

Y conforme a la plantilla que se había instalado previamente, se había cargado una sección abajo que se dejó para modificarla y anexar el texto último del guion.

Figura 87

Edición de estructura



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

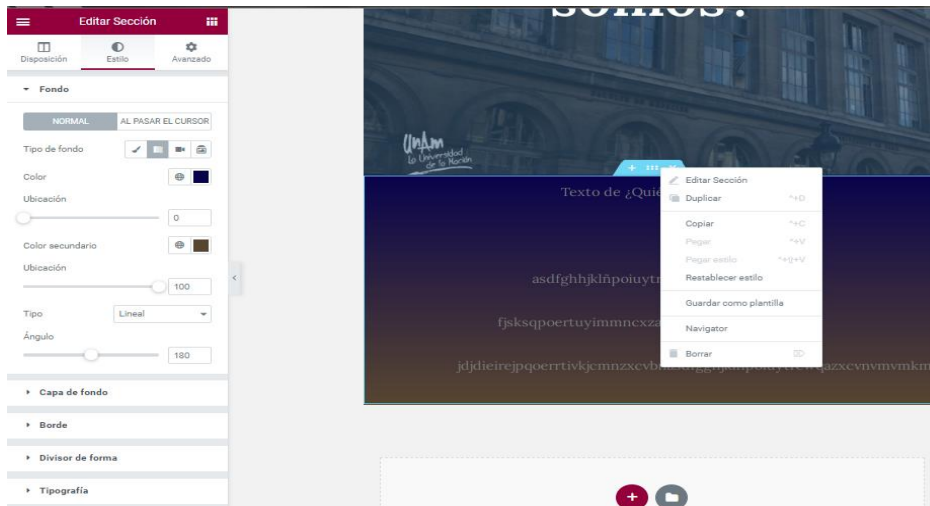
Ya conociendo la configuración de estos elementos de diseño se procede a la realización de las demás páginas, ya que toda esta primera parte y de la segunda se modifican conforme al guion técnico y tienen una premisa muy parecida, se añadirán algunos elementos de diseño específicos que se usaron en el desarrollo de unas páginas, por ejemplo, en el apartado de:

¿Quiénes somos?

Existe un degradado de fondo en el texto, entonces en este caso se selecciona el fondo en el apartado de estructura y se selecciona el fondo degradado, que está a lado del fondo sólido dentro del menú de edición.

Figura 88

Edición de degradado



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

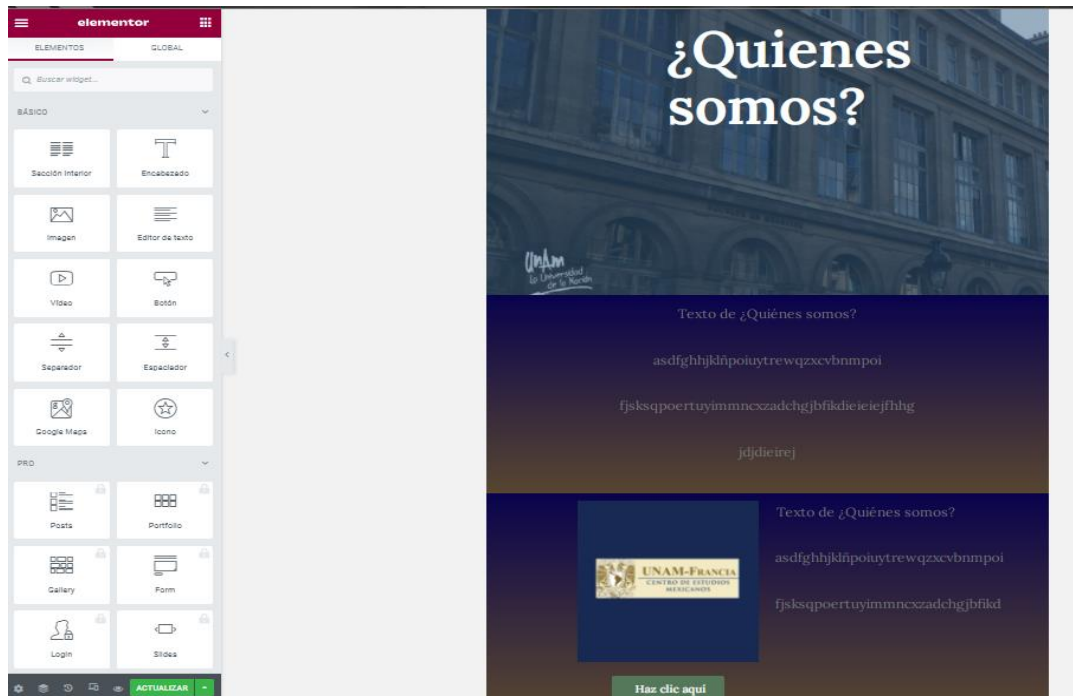
Ya seleccionado abre un apartado con dos líneas y dos selecciones para escoger el color, entonces se escogen los colores deseados para realizar un contraste entre el texto que se pondrá encima.

La ubicación de los colores sirve para saber cuánto abarcará el color en la estructura, así mismo existe otra línea abajo, llamado ángulo que sirve para saber si el degradado va en forma horizontal o si parte de algún otro ángulo.

Después de la colocación del fondo degradado, se colocan los otros elementos de diseño como el texto y el botón de la misma forma que los elementos que ya se han visto con anterioridad.

Figura 89

Degradado



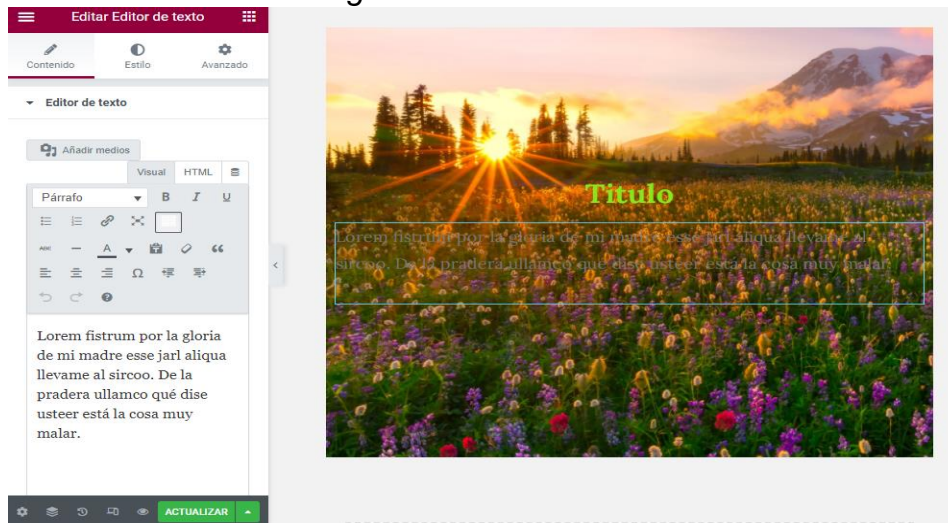
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Otro diseño específico es Proyectos, Intercambio docente y de investigación, Movilidad estudiantil, es la colocación de texto sobre imagen y resaltando el texto que se colocó mediante una capa de fondo que no abarque toda la imagen.

Se elige una estructura, se carga una imagen de fondo y en la estructura se selecciona un título y un texto.

Figura 90

Edición de texto sobre imagen

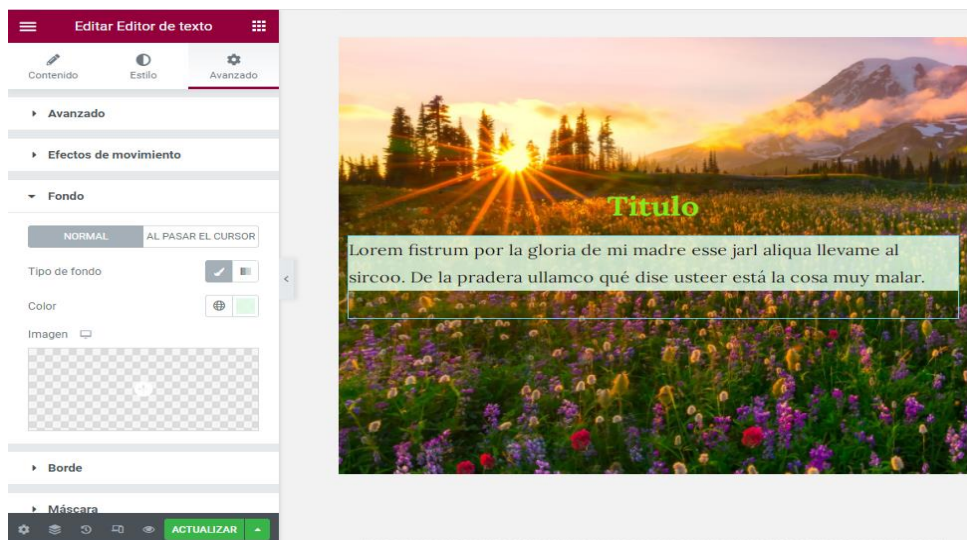


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Se selecciona el texto y se posiciona en el apartado de avanzado la sección de fondo y se coloca un color que haga contraste sobre la imagen.

Figura 91

Contraste de texto sobre imagen



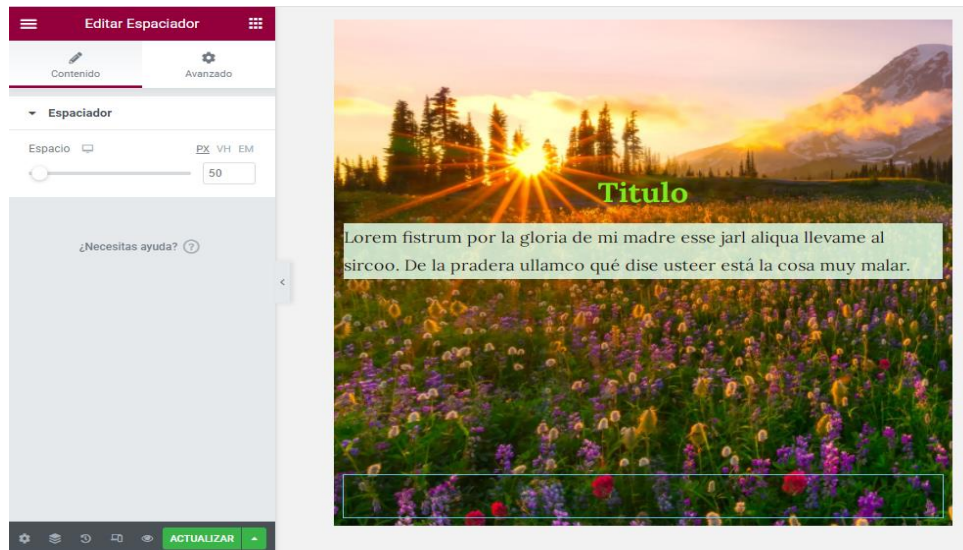
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Además de que en estos apartados se introdujo una línea para separar los títulos del contenido de las páginas.

En el menú de la edición se selecciona un espaciador, el cual se va a modificar.

Figura 92

Espaciador

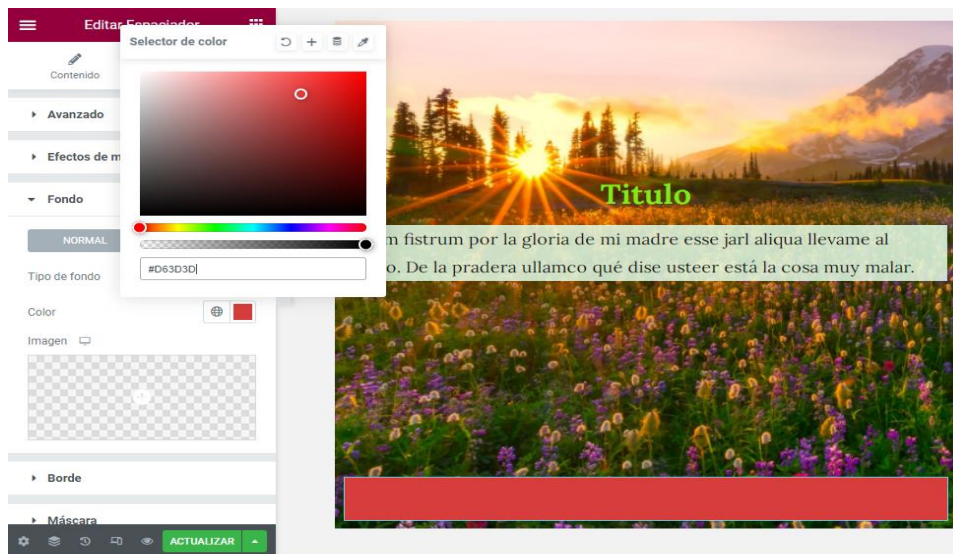


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Se coloca el apartado de avanzado en la edición, en la sección de fondo y se elige el color deseado.

Figura 93

Edición de espaciador

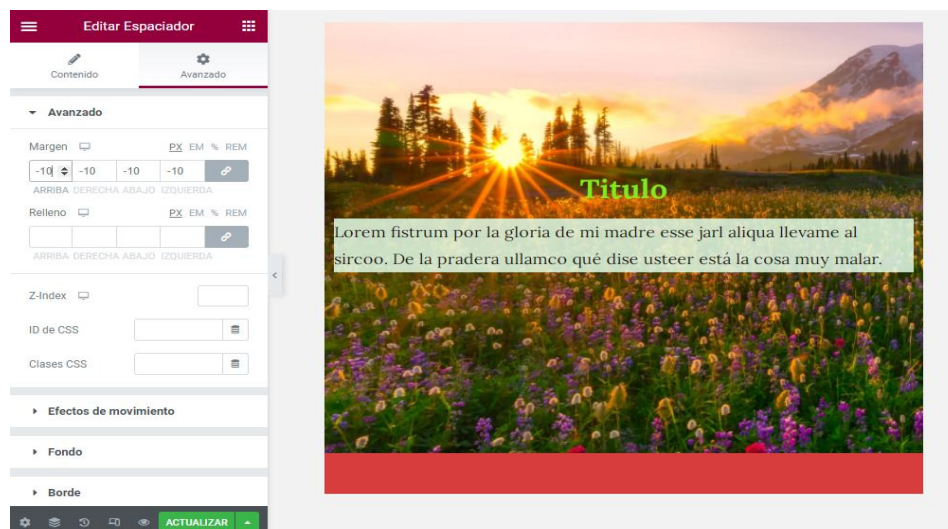


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y para acomodar la imagen se da clic en avanzado para que se despliegan los márgenes y se ajusta hasta que quede el espaciador en el espacio requerido.

Figura 94

Margen de espaciador

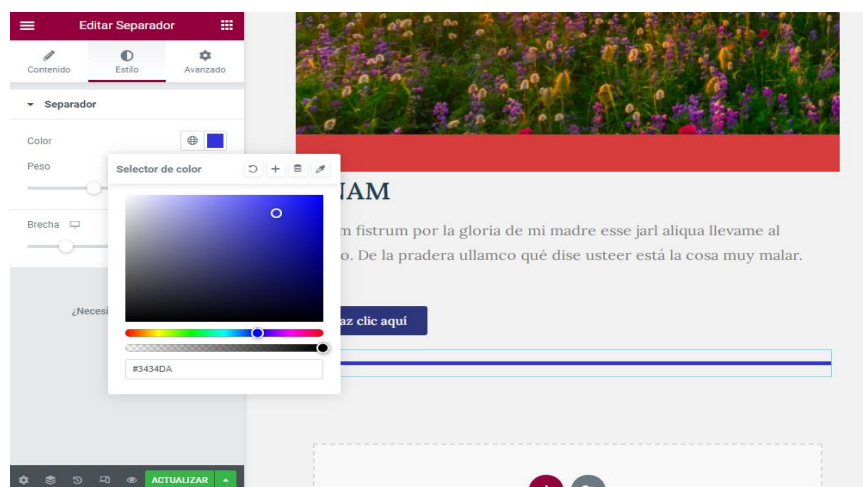


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Por otra parte, existen otros diseños específicos que requieren el uso de líneas para separar las secciones del texto. En este caso se selecciona una estructura con una división o dos divisiones si es que se requiere colocar una imagen.

Figura 95

Edición de separador

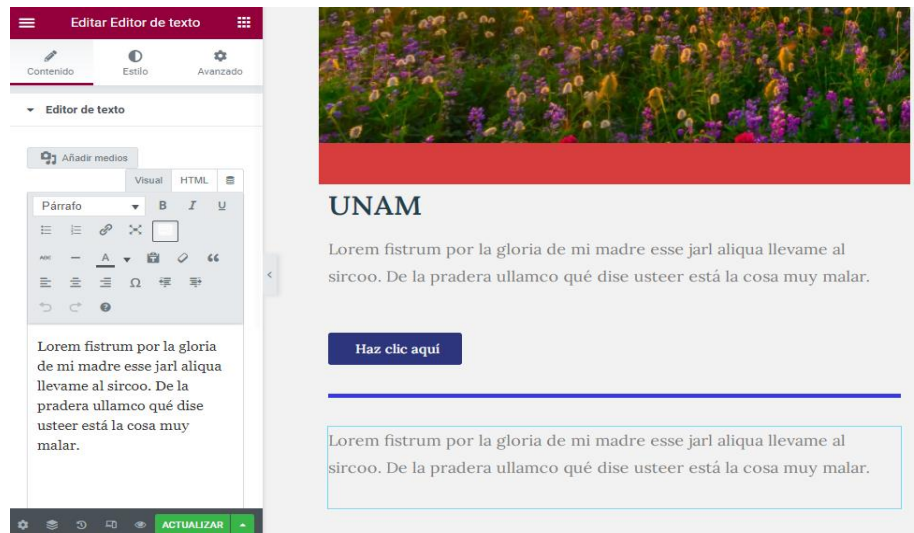


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y se coloca el texto de igual forma al que se ha visto con anterioridad, y se selecciona un separador, esta línea se podrá modificar en cuestión a su grosor y color, además de que se podrá colocar entre cada apartado de los textos, ya sea entre una sección de texto y título, texto a texto o texto a botón.

Figura 96

Colocación de texto



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Si se requiere colocar más información se duplica este apartado y se modifica únicamente el texto.

Y como se mencionó, si se requiere una imagen, se agrega otra columna a la estructura donde se coloca la imagen, ya teniendo este texto sin importar que no se haya escogido la estructura dividida en dos desde un principio.

Figura 97

Selección de imagen en estructura



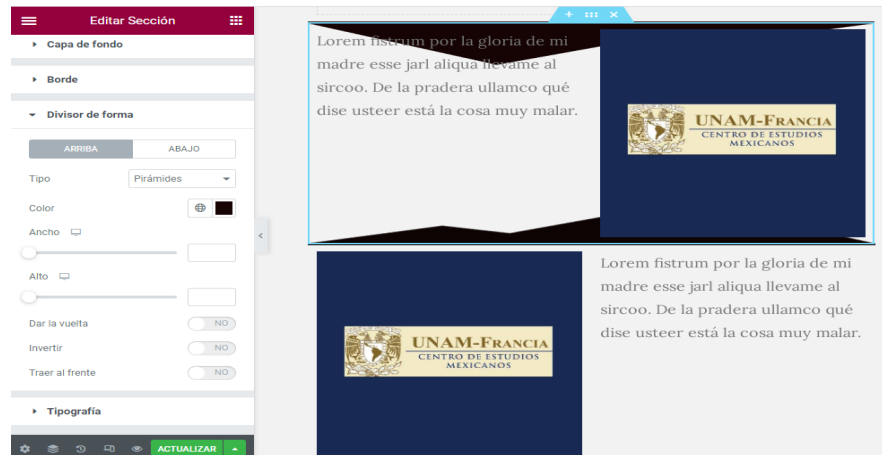
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Otro diseño específico es la división en el fondo con degrade:

Primeramente, se selecciona una estructura con una o dos divisiones, en esta se coloca el texto y/o imagen, y teniendo estos elementos colocados, se abre el apartado de división de forma, por default abre la edición de la división de forma de arriba y se selecciona el tipo de forma pirámides. Se escoge el color que tendrá la división, dejando las demás configuraciones como están, y lo mismo pasa en la división de forma de abajo.

Figura 98

Divisor de forma

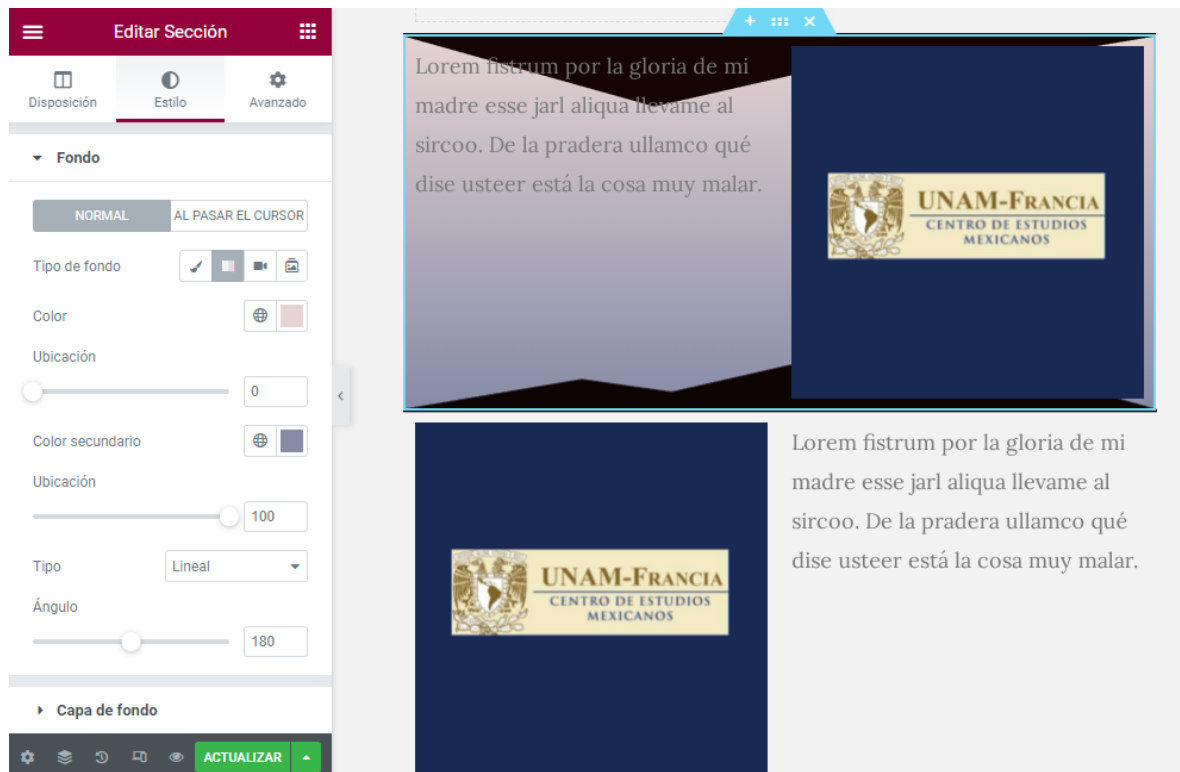


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y para seleccionar un fondo degradado, se posiciona la edición de la estructura en el apartado estilo, se escoge el fondo degradado. Se colocan los colores deseados y el ángulo de cada color.

Figura 99

Fondo de división de forma

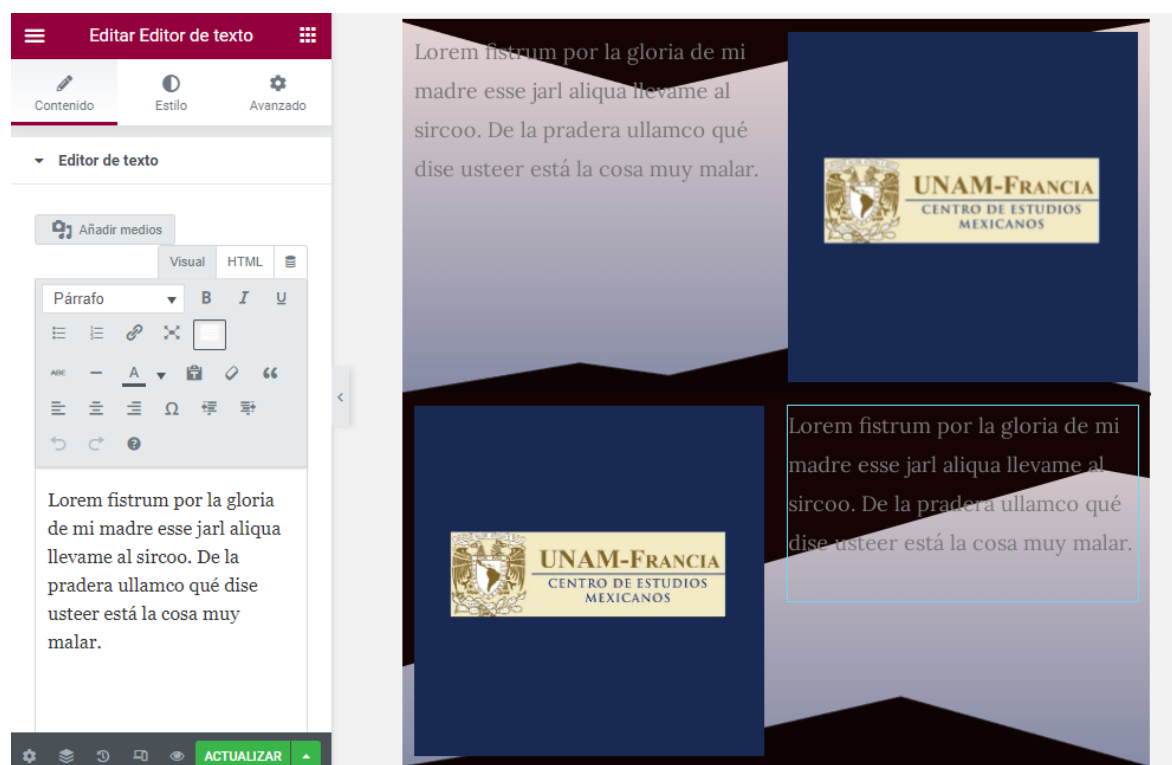


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Y para mantener la línea del degrade, se duplica la estructura y se mueve la imagen de lugar, dependiendo del diseño, y si se desea, se modifica el degrade.

Figura 100

Texto sobre edición de forma



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Teniendo estos elementos de diseño que conforman la primera parte que en su mayoría contienen más elementos de diseño.

Se continua bajo la misma línea con la segunda etapa de la edición de páginas con algunos elementos que comparten con la primera sección, por ejemplo, el acomodo de texto, imágenes y estructura, pero en menor medida los componentes de diseño.

3.5.1.2 Parte dos

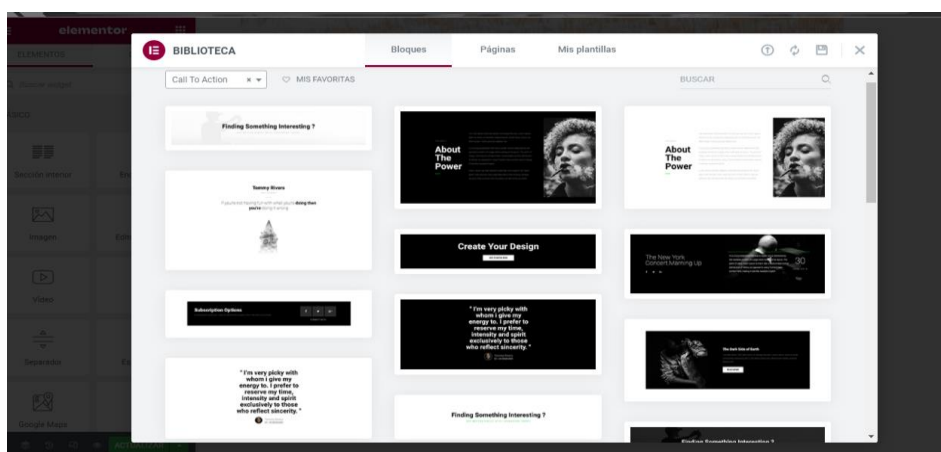
Los apartados de la segunda parte de diseño: Asociación estratégica UNAM Sorbonne Université, CELA, Convocatorias, Cursos de español, Cursos en línea Cursos y diplomados de cultura, Directorio, Formación de profesores ELE, Español académico,

Español y cultura, Estudiar en la UNAM, EXCELEAA, UNAM, La internacionalización es una tarea de todos, SIELE, Movilidad, Memoria de eventos, Publicaciones y videos, ¿Qué hace UNAM Francia?, UNAM en cifras, UNAM – Francia, UNAM en línea, UNAM global, Un poco de historia, Verano puma.

Los diseños de estas páginas tienen componentes bastantes similares entre sí: Ya que se parte de la biblioteca de bloques, esto quiere decir que de forma poco frecuente se hará una edición mayor a comparación de la primera parte.

Figura 101

Biblioteca de bloques



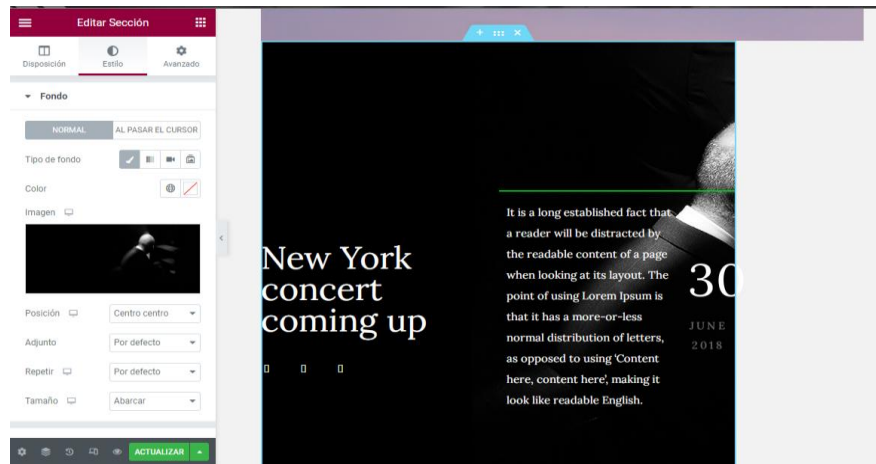
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Dentro de la biblioteca, se escoge un bloque con texto e imagen de fondo.

Ya que teniendo estos elementos ya insertados en la página es más fácil la edición.

Figura 102

Edición de bloque

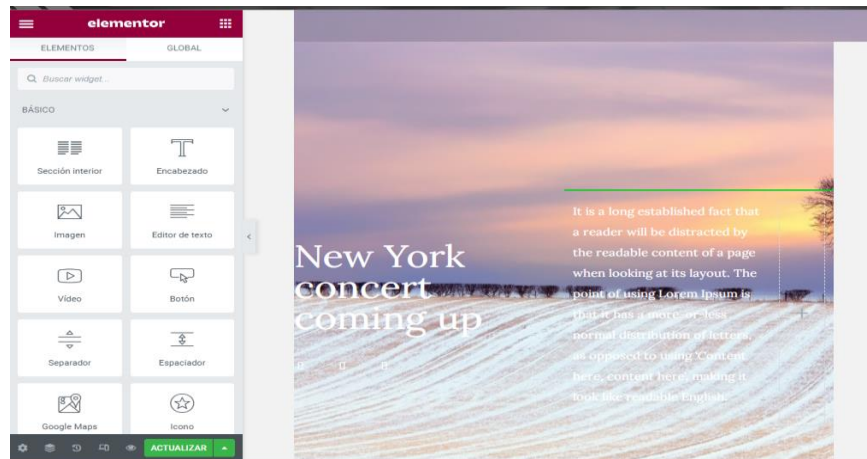


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Primeramente, se cambiará el fondo de la estructura por la imagen deseada.

Figura 103

Edición de fondo del bloque



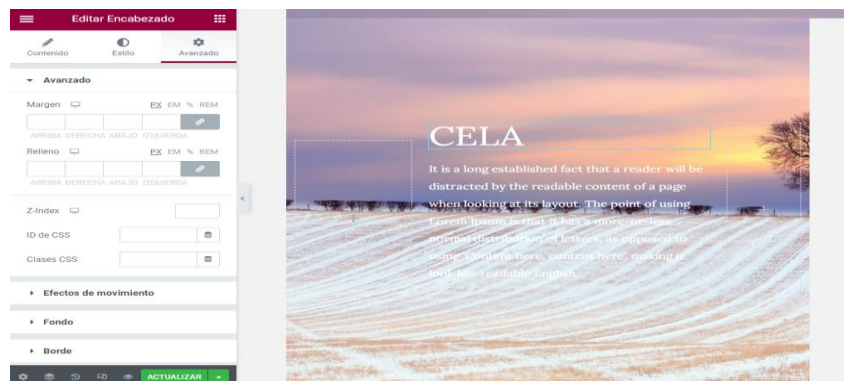
Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Ya cambiada la imagen por la elegida, se empiezan a modificar los elementos del diseño, dando clic sobre ellos, para que se abran en el panel de edición y así poder modificarlos desde el panel poniendo los títulos correspondientes, así como también la etiqueta de HTML que deberá tener el título,

Por otra parte, si el título va en otra parte de la estructura se coloca en la columna que facilite el orden de este.

Figura 104

Anexo de estructura

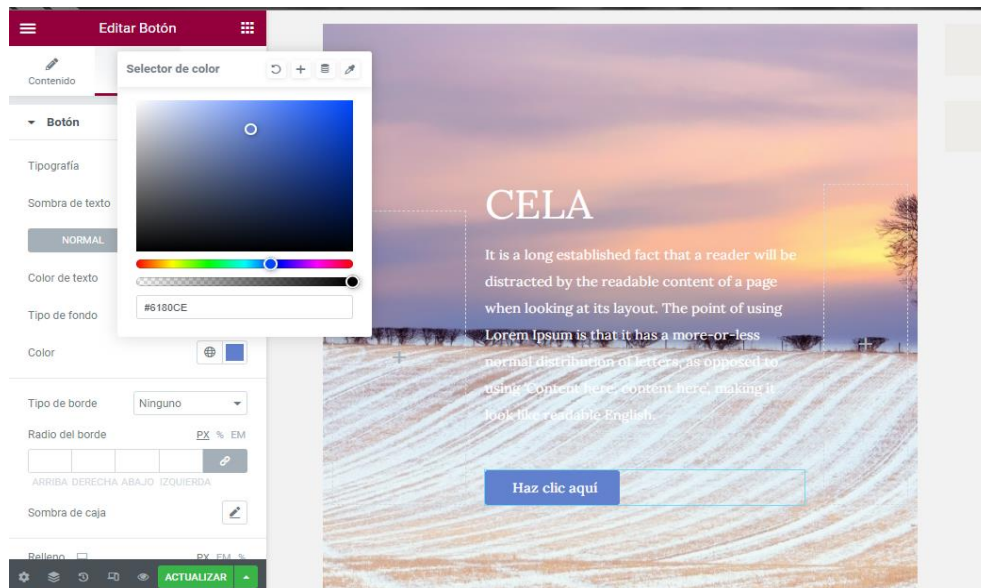


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Así mismo si el diseño lo requiere, se coloca un botón para más información, el cual se coloca desde el menú principal de la edición como se ha visto con anterioridad y se personaliza.

Figura 105

Agregar elementos a la pantalla

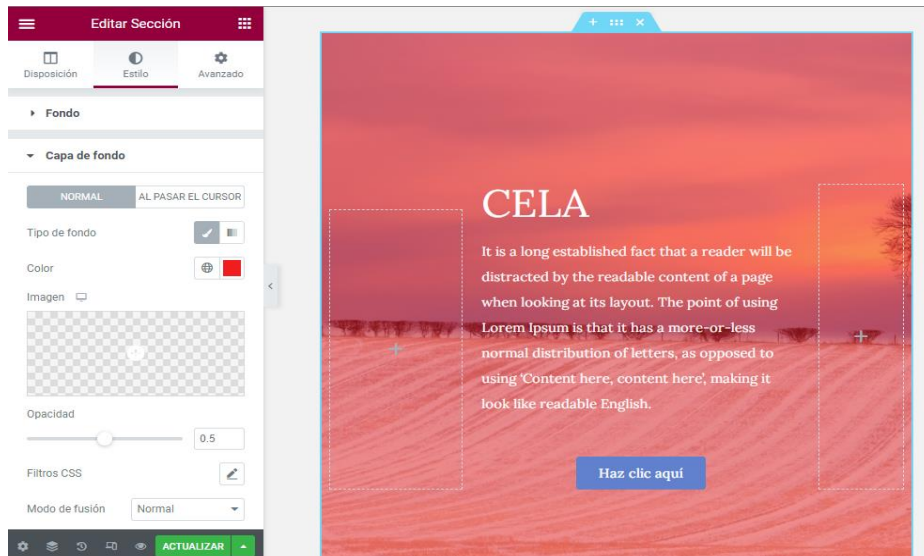


Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

También para esta segunda parte, se crean contrastes entre la imagen y el texto para mayor legibilidad de la información para el usuario.

Figura 106

Personalización de texto



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

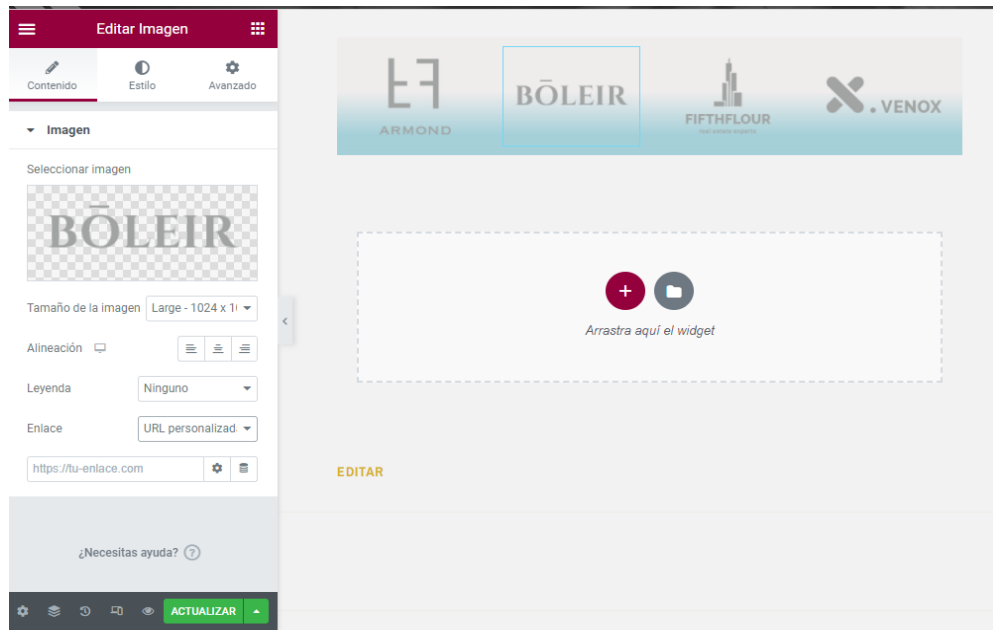
Creándolos desde la selección de la estructura, en fondo, en la sección de capa de fondo, escogiendo un color liso o degradado para poder crear la capa que permitirá el contraste.

Así mismo, como elemento específico de diseño, se considera el degradado de algunos iconos de interés como por ejemplo en el apartado de Convocatorias, español y cultura se selecciona una estructura con el número de iconos que se desean colocar.

Y una vez teniendo la estructura realizada, se inserta la imagen del icono, su tamaño y el enlace al que se redirigirá:

Figura 107

Degradado de un color



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

En la parte de la edición de estructura se coloca como capa de fondo un degrade, seleccionando el color de arriba similar al color de fondo del sitio web y en la parte de color secundario, seleccionar otro color para que se creen un degradado que funcione como parte de otra combinación de colores.

3.5.1.3 Tercera parte

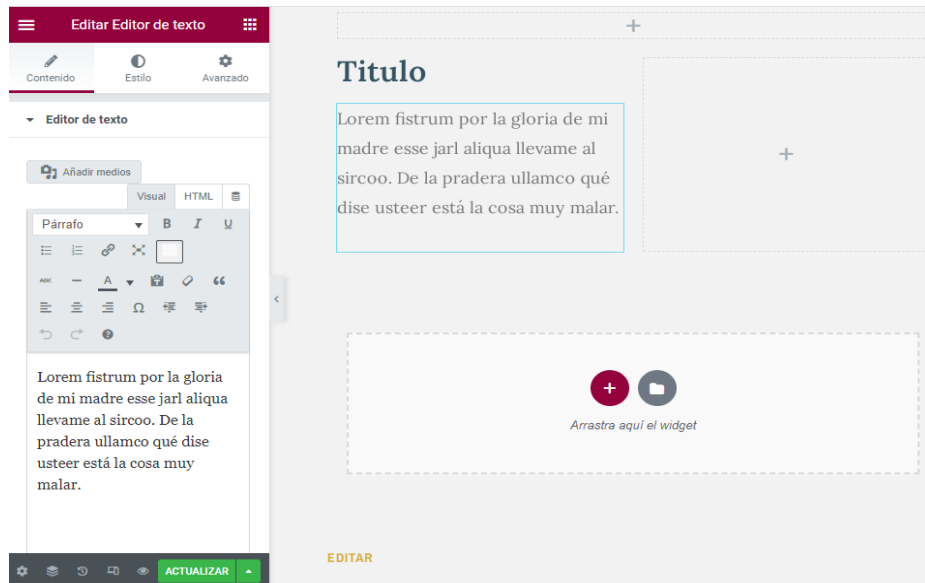
La tercera parte cuenta con elementos de diseño nulos, ya que son páginas relacionadas a texto enfocado en el funcionamiento de la página, como la política de privacidad y el uso de cookies.

Esta sección es sencilla de realizar a comparación de la primera y la segunda ya que solo dos páginas que se estructuran de la misma forma:

Se selecciona una estructura sencilla, se arrastran los elementos de título y texto, se modifican introduciendo el texto correspondiente y se finaliza el diseño.

Figura 108

Agregar texto sencillo



Nota: Captura de pantalla tomada de Wordpress, (2021).

Ya teniendo las tres partes de la edición de las pantallas, se desarrollan conforme a su proceso de edición.

3.6 Postproducción

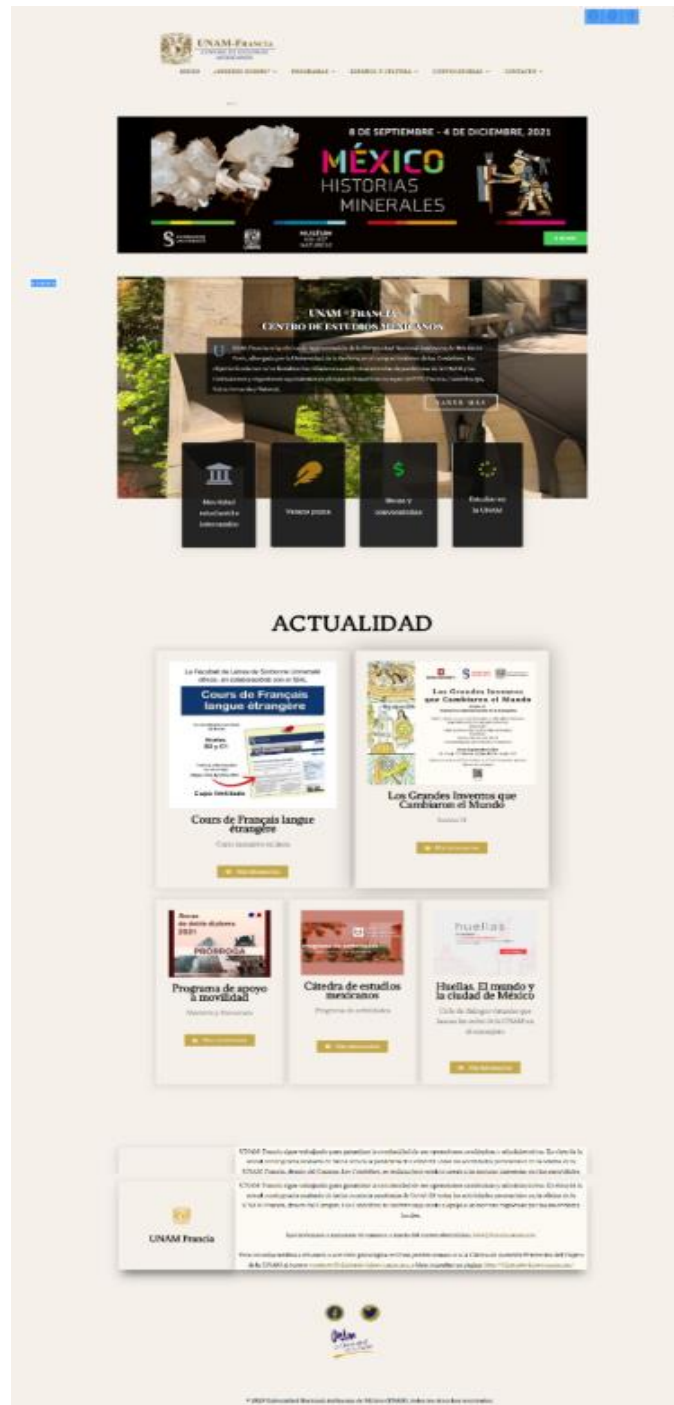
En la etapa de producción se definieron los elementos del desarrollo para cada página, recordando del mismo modo que se dividió en tres partes, en la primera parte se acordó poner elementos con mayor diseño, en la segunda con pocos elementos y en la última elementos nulos en cuanto a diseño.

Y una vez teniendo el procedimiento de cómo se configura cada pantalla, se muestran conforme a las partes de producción de cómo quedó cada pantalla.

3.6.1 Primera parte

Figura 109

Pantalla de inicio



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 110

¿Quiénes somos?

The image shows a vertical screenshot of a website page titled "¿Quiénes somos?". At the top, there is a navigation menu with links: "INICIO", "¿QUÉ ES UNAM-FRANCIA?", "PROGRAMAS", "BESORNO Y CULTURA", "CONVOCATORIAS", and "CONTACTO". The main content area features a large header image of a building with the title "¿Quiénes somos?". Below this, there are several text blocks and images:

- A paragraph explaining that UNAM-Francia is an instrument of the Universidad Nacional Autónoma de México for internationalization in the French-speaking world.
- A paragraph stating that the French-speaking world is a region of strategic interest for UNAM's international academic activities.
- A paragraph inviting visitors to learn more about UNAM's internationalization strategy.
- A section titled "Para ello, te proponemos tres rubros:" with three sub-sections:
 - "En el rubro UNAM-Francia se exploran las funciones de la red '¿Quiénes somos? UNAM-Francia', la importancia de la internacionalización de las universidades, ¿Qué es la internacionalización? así como la estructura organizativa de la sede (Francia)".
 - "En UNAM Ciudad ofrecemos una exploración del sentido de la internacionalización además de información sobre las sedes de la UNAM en el extranjero y su historia. En poco de historia y Sedes en el extranjero así como sobre los programas de intercambio académico, intercambios de personal académico, los trámites de movilidad estudiantil, Maestrías convalidadas y prácticas profesionales y la oferta educativa de la UNAM (sede en la UNAM)".
 - "En el rubro UNAM se ofrece una descripción general del sentido del proyecto universitario ¿Qué es la UNAM?, puedes acceder también a la estructura de la universidad (UNAM en Ciudad) y a los contenidos digitales producidos por la UNAM UNAM en línea".

At the bottom of the page, there is a "Sitios de interés" section with logos for SDI, CRAI, DGEI, and the UNAM logo. The footer contains the text: "© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Todos los derechos reservados."

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 112

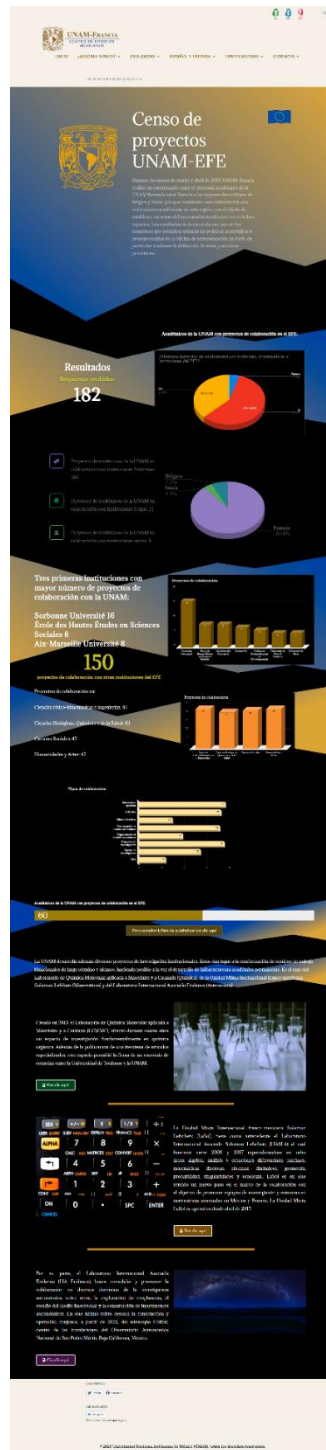
Certificación del español

The image shows a screenshot of the UNAM-FRANCIA website. At the top, there is a navigation menu with links for 'INICIO', '¿QUÉ ES UNAM?', 'PROGRAMAS', 'ESPAÑOL Y CULTURA', 'CONTACTOS', and 'SERVICIOS'. Below the menu is a header image of a library with the text 'Certificación del español' in yellow. A dropdown menu is open, listing 'Programas vigentes', 'Servicio online', 'Exámenes vigentes', 'Preparación', 'Cursos de idiomas (CELEA-CELE)', 'Cursos de idiomas (CELEA-CELE)', 'Publicaciones y libros', and 'Servicios'. Below the header is a dark blue box with white text: 'UNAM Francia propone exámenes de certificación SIELE, EXELEAA y CELA'. The main content area features three columns. The first column has a text block about SIELE, followed by an image of a modern building. The second and third columns each have an image of students studying and a text block about EXELEAA and CELA. At the bottom, there are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube, and a copyright notice: '© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados'.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 114

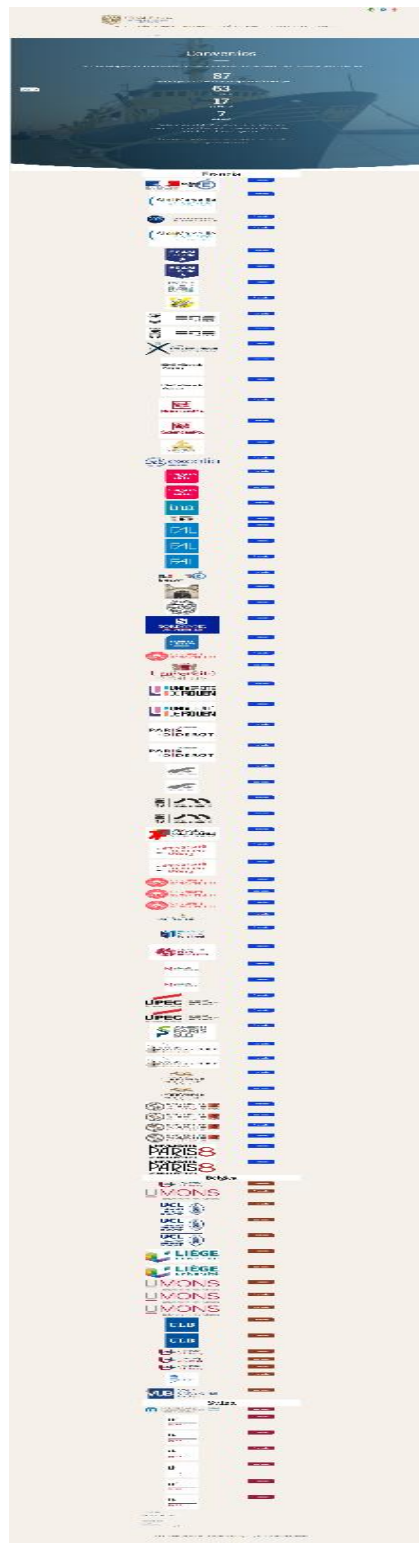
Censo de proyectos UNAM - EFE



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 115

Convenios



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 116
Fondos y becas



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 117

Intercambio docente y de investigación



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 118

Movilidad estudiantil



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 119

Proyectos

UNAM-FRANCIA
CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS

INICIO | ¿QUIÉNES SOMOS? | PROGRAMAS | ESPAÑOL Y CULTURA | CONVOCATORIAS | CONTACTO

PROYECTOS

Además de la continuidad de los programas existentes (movilidad estudiantil de bachillerato; Cátedra Miguel Alemán de estudios mexicanistas; diplomas de honor, entre otros), UNAM Francia desarrolla, durante el presente año, una serie de proyectos nuevos, entre los que destacan los siguientes:

PROYECTO UNAM-UNIVERSIDAD FRANCESA

- Programa de maestrías de la UNAM impartidas en el París (México Antiguo, Renacimiento Americano, Historia y Filosofía de la Ciencia).
- Desarrollo del programa del autor Frontera con la Sorbona.
- Oferta de materias en francés en los currículos de la UNAM.
- Intercambio de personal académico con la Sorbona y la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales.

PROYECTO LENGUAS

- Verano Puma 2021 en Dijon/Aix en Provence, metodologías de la investigación.
- Proyecto de enseñanza de lenguas autóctonas de México en UNAM-Francia.

PROYECTO PUBLICACIONES UNAM-FRANCIA

- Traducción al francés de un texto relevante de un académico de la UNAM.
- Traducción al español de un texto relevante de un académico francés.

PROYECTO COLABORACIÓN CON BELGIKA

- Creación del Premio UNAM, en colaboración con la Academia de París.
- Creación del Día de la UNAM en París, en colaboración con la Academia de París.
- Creación del Día de la UNAM en París.
- Ciclo de cine (Filmoteca UNAM) en el marco de la Semana de América Latina.
- Exposición Aportaciones de la UNAM al conocimiento.
- UNAM patrimonio de la Humanidad e infraestructura.

COMPARTIRLO: Twitter Facebook

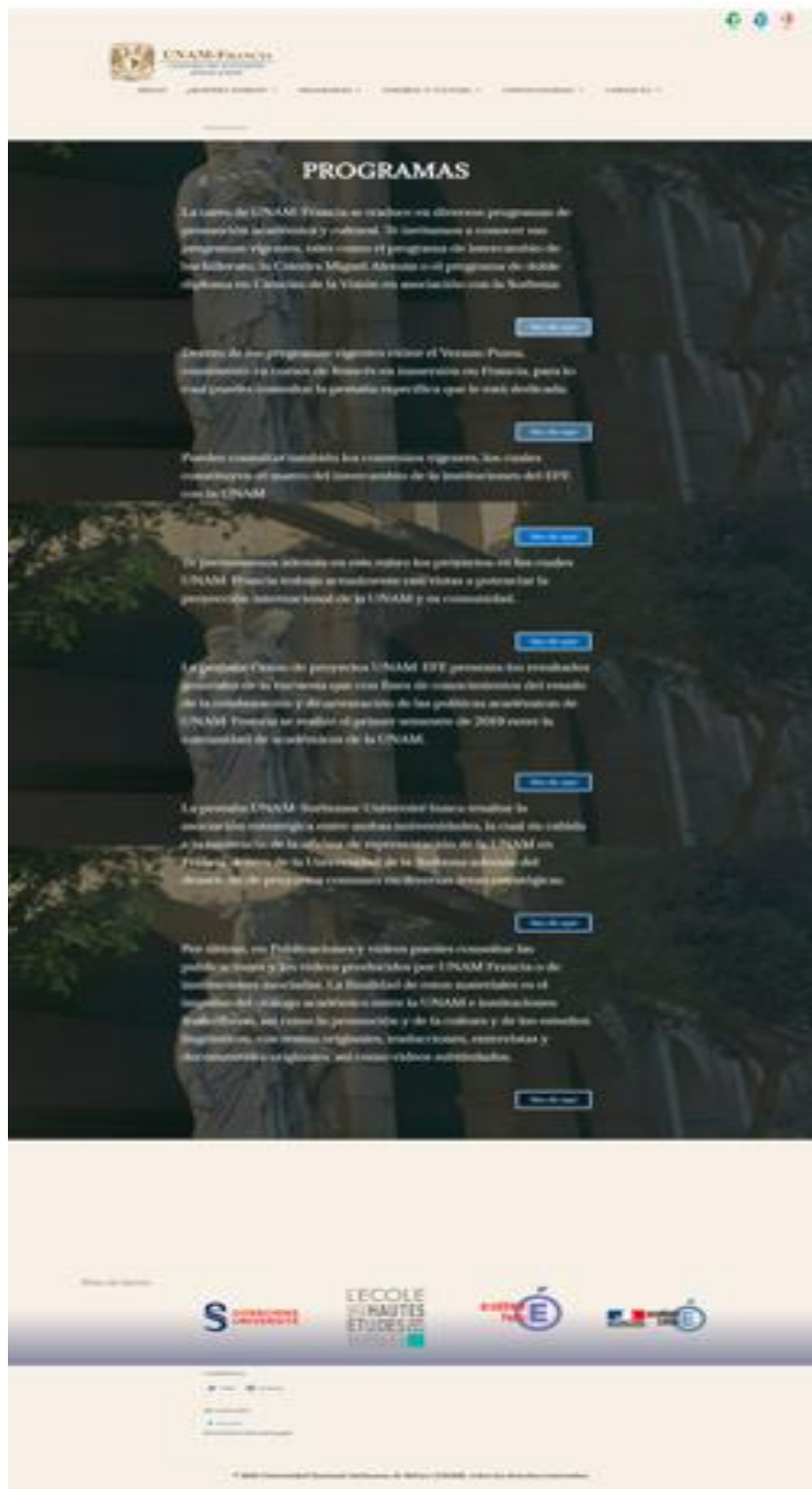
MÁS OTRAS NOTAS: Más notas. Dale al símbolo del avión para que te guste.

© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.

WEB - DOTS FOR AUTOMATIC.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 120
Programas



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

3.6.2 Segunda parte

Figura 121

Asociación estratégica UNAM Sorbonne Université



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 122

CELA

The image shows a screenshot of the UNAM-Francia website. At the top left is the UNAM-Francia logo, which includes the UNAM coat of arms and the text "UNAM-FRANCIA CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS". To the right of the logo is a navigation menu with the following items: "INICIO", "¿QUIÉNES SOMOS?", "PROGRAMAS", "ESPAÑOL Y CULTURA", "CONVOCATORIAS", and "CONTACTO". In the top right corner, there are three small icons representing language options: "ES", "FR", and "EN".

The main content area features a large, semi-transparent image of a person writing in a notebook. Overlaid on this image is the text "CELA" in a large, white, serif font. Below this, there is a paragraph of text in Spanish: "Puede también optarse por presentar el examen para la obtención del Certificado de Español como Lengua Adicional, CELA, siendo la UNAM-Francia centro de certificación de éste. El CELA certifica el nivel de dominio en el conocimiento y uso de la lengua española para interactuar comunicativamente en los ámbitos personal, público y académico. Los candidatos que obtienen de 70 a 100 puntos en el examen, obtienen un certificado expedido por la UNAM, que les puede servir para diversos propósitos como trabajar o realizar estudios en México o en otros países de habla hispana."

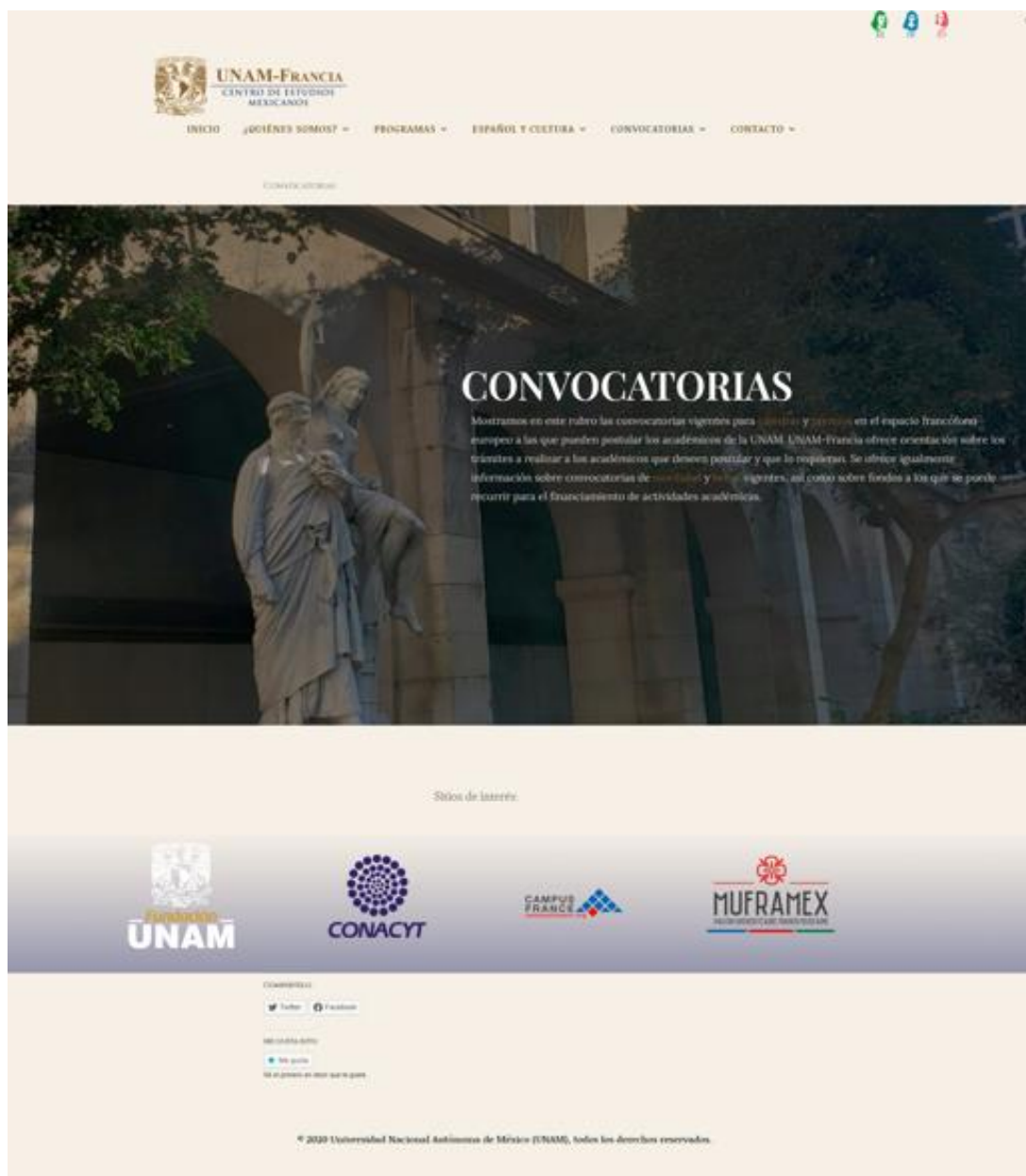
Below the paragraph, there is another line of text: "Si deseas presentar este examen en UNAM-Francia contáctenos para programarlo." Underneath this text is a blue button with a white arrow and the text "Saber más".

At the bottom of the main content area, there is a social media sharing section titled "COMPRÁTELLO:" with buttons for "Twitter" and "Facebook". Below that is a section titled "ME GUSTA ESTO:" with a "Me gusta" button and the text "Sé el primero en decir que te gusta."

At the very bottom of the page, there is a copyright notice: "© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados."

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 123
Convocatorias



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 124
Cursos de español



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 125

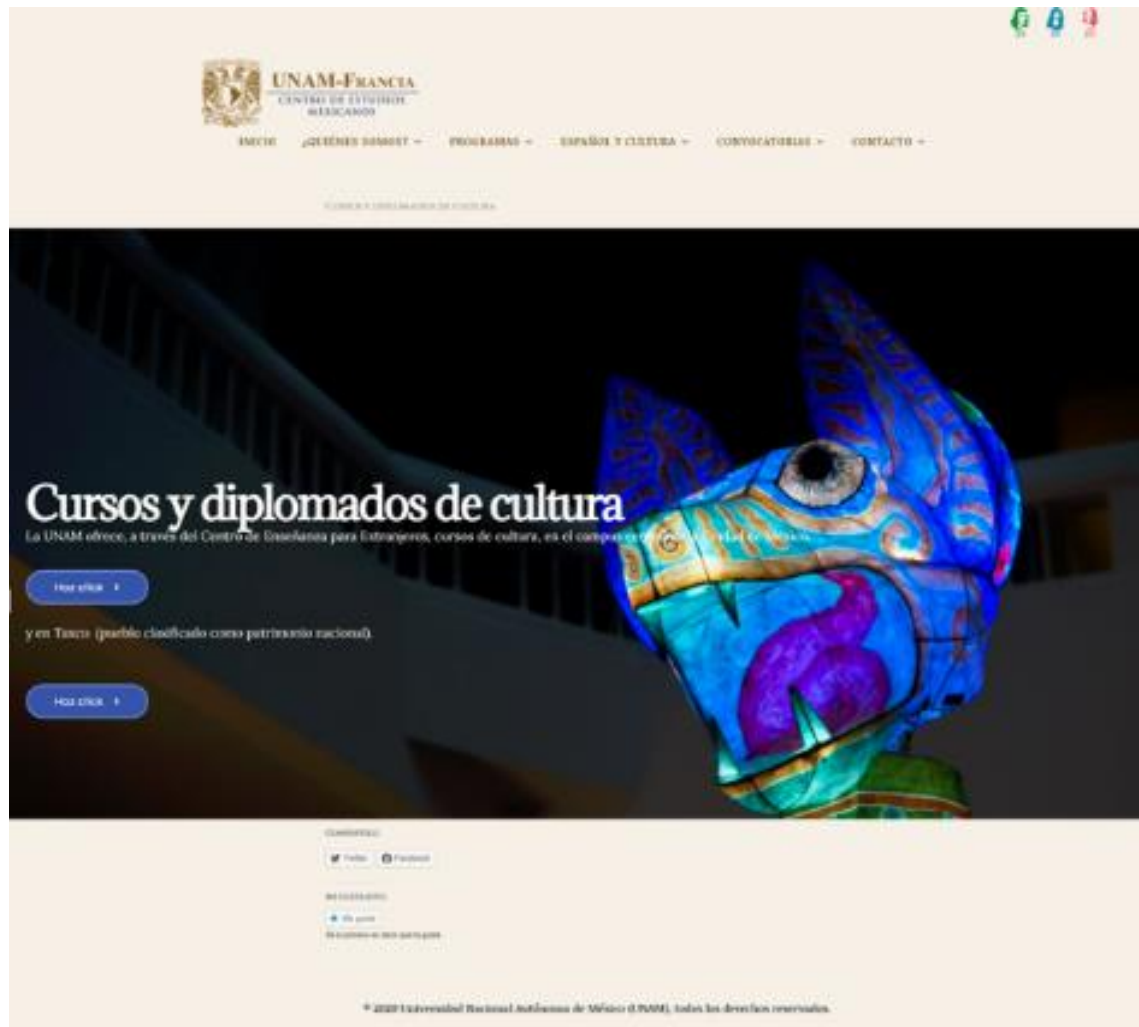
Cursos en línea

The image shows a screenshot of the UNAM-Francia website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', 'Quiénes somos', 'Programas', 'Español y cultura', 'Convocatorias', and 'Contacto'. Below the navigation is a banner for 'CURSOS EN LÍNEA'. The banner text reads: 'La UNAM, a través del CEPE, ofrece cursos virtuales de lengua española y de cultura mexicana. Con una duración de entre seis y ocho semanas y con diversos niveles de estudio, los cursos presentan diversas modalidades: Español y cultura mexicana, Español, Práctica del español, Cursos de cultura para extranjeros, Cursos de cultura para mexicanos.' Below the text are two buttons: 'Cursos para extranjeros' and 'Cursos para mexicanos'. Below the banner is a promotional poster for a 'SPANISH LANGUAGE AND MEXICAN CULTURE COURSE FOR ASIA' running from October 23 to December 7, 2020. The poster includes details: '40 hours', '9 academic credits', 'Monday to Friday', and '7am to 10pm (GMT-5 Mexico)'. It also provides a registration link: 'cepe.unam.mx/inscripcion.php' and a 'Haz clic aquí' button. At the bottom, there are social media icons for Facebook and Instagram, and a copyright notice: '© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.'

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 126

Cursos y diplomados de cultura



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2021).

Figura 127

Directorio



DIRECCIÓN

Dr. Federico Fernández Christlieb

ffernandez@francia.unam.mx
+52 55 44 07 13 15

COORDINACIÓN DE RELACIONES Y GESTIÓN

Comité Asesor

Formado por personalidades de prestigio y reconocida experiencia en los diversos ámbitos, el Comité Asesor es el órgano de consulta y asesoramiento del Centro de Estudios Mexicanos y de la Universidad de Francia. Su función es asesorar al Centro de Estudios Mexicanos y de la Universidad de Francia en los aspectos académicos, científicos, culturales, artísticos, deportivos, etc., que sean de su competencia. El Comité Asesor es un órgano de carácter consultivo y no tiene carácter ejecutivo.

 <p>Juan Manuel Gómez-Rubio Verbeke</p> <p>Embajador de México en Francia</p>	 <p>Barbara Giannini</p> <p>Embajadora de Francia en México</p>	 <p>Francisca Ruiz</p> <p>Embajadora de España en México</p>	 <p>Jorge Zaverucha</p> <p>Embajador de Chile en México</p>	 <p>Carlos González Laporte</p> <p>Embajador de España en Francia</p>
---	---	--	---	---

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 128

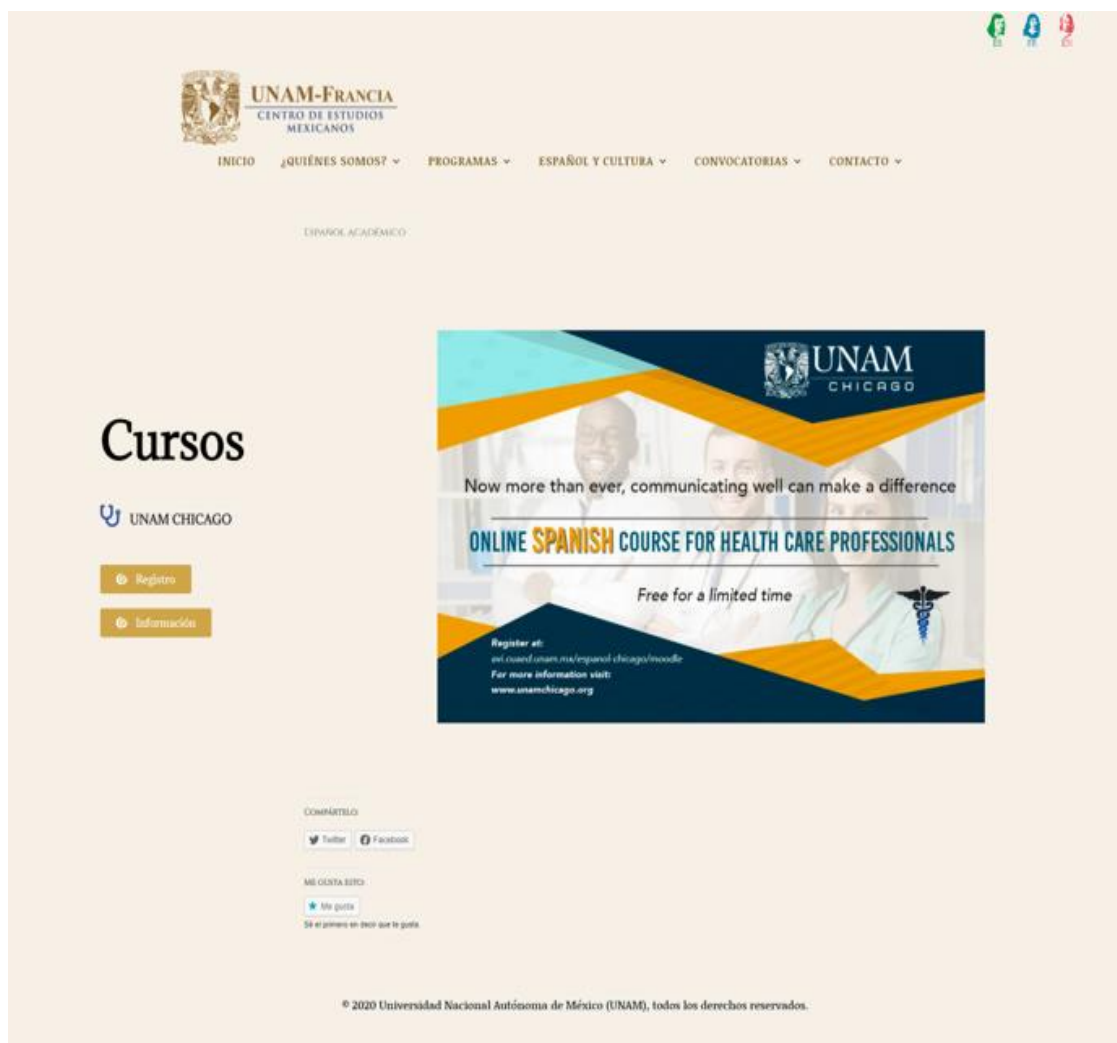
Formación de profesores ELE

The image shows a screenshot of the website for the UNAM-FRANCIA Center for Mexican Studies. The header features the UNAM-FRANCIA logo and a navigation menu with items: INICIO, ¿QUIÉNES SOMOS?, PROGRAMAS, ESPAÑOL Y CULTURA, CONVOCATORIAS, and CONTACTO. Below the header, the page title "FORMACIÓN DE PROFESORES ELE" is visible. The main content area has a dark blue background with the title "Formación de profesores ELE" in large white text. Below the title, a paragraph describes the center's offerings: "El Centro de Enseñanza para Extranjeros de la UNAM ofrece tres diferentes cursos, presenciales y/o distancia de enseñanza del español como lengua extranjera: el Diplomado Básico en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (DIBELE), el Diplomado Avanzado en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (DIAPELE) y la Especialización en la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (SELE)." To the right of the text is a 3D illustration of two stylized human figures, one standing and one sitting, interacting with several wooden blocks. Below the main content, there are social media sharing options for Twitter and Facebook, a "ME GUSTÓ ESTO" button with a star icon, and a "Me gusta" button. At the bottom, a copyright notice reads: "© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados."

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 129

Español académico



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 131
EXCELEAA

UNAM-FRANCIA
CENTRO DE ESTUDIOS
MEXICANOS

INICIO | ¿QUÉ ES SOMOS? | PROGRAMAS | ESPAÑOL Y CULTURA | CONVOCATORIAS | CONTACTO

EXCELEAA

Ignoramos, ¿verdad? el examen de Español como Lengua Extranjera para el Análisis Académico, EXCELEAA, EL EXCELEAA está diseñado para diagnosticar el grado de identidad de los estudiantes en función de su competencia lingüística en español, para cursos estudios superiores impartidos en lengua española. Está orientado a solicitudes de becas de posgrado en hispanidad y a candidatos de programas de intercambio que deseen cursar estudios de licenciatura o posgrado que requieren un diagnóstico que haga constar su nivel de dominio de español.

El examen está diseñado con base en las competencias comunicativas del Marco Común Europeo para el Bilingüismo (MCCE) publicada por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y en los estándares del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). La UNAM otorga un certificado a las personas que alcanzan el puntaje establecido para cada uno de los niveles de dominio, de acuerdo con los niveles del MCER. Su vigencia es de dos años.

Si deseas programar este examen en UNAM-Francia contáctanos para programarlo.

Saber más

Exceleaa

Compartir en:

Facebook | Twitter

486 usuarios están:

• Abre un nuevo navegador

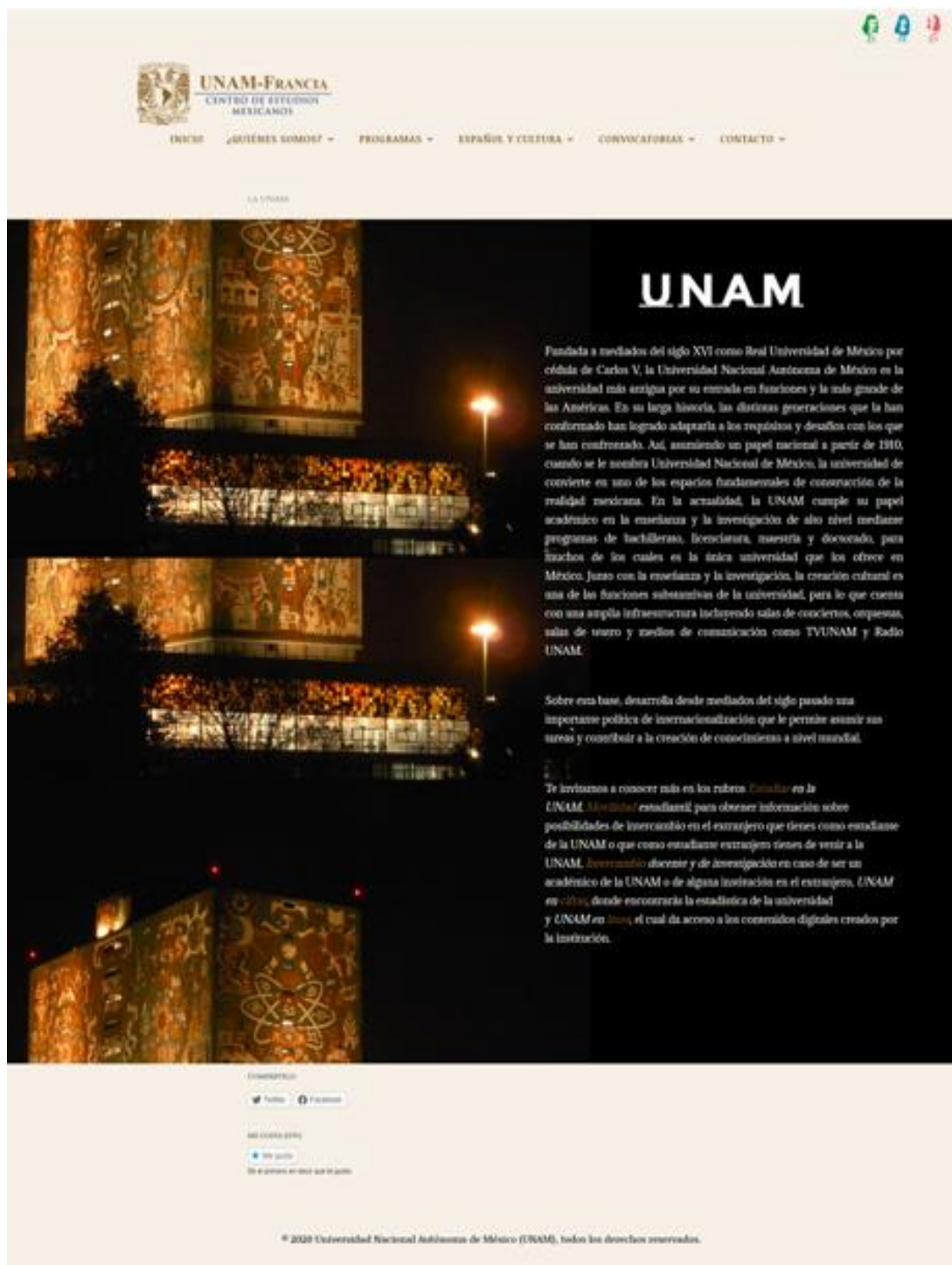
• Si no puedes ver esto, haz clic aquí.

© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Todos los derechos reservados.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 132

UNAM



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 133

La internacionalización es una tarea de todos

The image shows a screenshot of a website for UNAM-FRANCIA, the Center for Mexican Studies in France. The page features a header with the university's logo and navigation links. The main content area has a blue background with a photograph of a building and the title 'La internacionalización es una tarea de las universidades'. Below the title, there are two paragraphs of text explaining internationalization. A dark blue box contains a list of direct benefits of internationalization. At the bottom, there are social media icons and a copyright notice for 2020.

UNAM-FRANCIA
CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS

Inicio | ¿QUÉ ES UNAM-FRANCIA? | PROGRAMAS | ESPAÑOL Y CULTURA | CONVOCATORIAS | CONTACTO

La internacionalización es una tarea de las universidades

La internacionalización es el conjunto de mecanismos que permiten firmar convenios, desarrollar programas de estudio institucionales, encontrar fuentes de financiamiento, para la facilitación del establecimiento de relaciones, a nivel mundial, entre los actores académicos: profesores, investigadores, estudiantes y administrativos.

La internacionalización es, consecuentemente, una condición necesaria para la realización de las tareas de construcción y difusión de conocimientos, de imaginación de alternativas a los temas nacionales, de actualización de la planta académica y de preparación de los estudiantes.

La internacionalización ofrece a las universidades diversos beneficios directos:

- Mejora la formación y las habilidades de los estudiantes.
- Promueve la diversidad social y desarrolla la sensibilidad cultural de los estudiantes.
- Permite compartir programas de estudio, metodologías y proyectos de investigación potenciando la creación de consorcios.
- Promueve y difunde en el extranjero la investigación y las actividades de la universidad.
- Aumenta la competitividad, la visibilidad y la capacidad de atracción de la universidad.
- Impulsa la diplomacia cultural.
- Prepara para hacer frente a los desafíos nacionales y globales.
- Con intercambios internos mediante el desarrollo la autonomía.
- Promueve el autoaprovechamiento de las prácticas de gobierno por comparación con otras universidades.

© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 134

SIELE

UNAM-FRANCIA
CENTRO DE ESTUDIOS
MEXICANOS

INICIO | ¿QUÉ ÉNES SOMOS? | PROGRAMAS | ESPAÑOL Y CULTURA | CONVOCATORIAS | CONTACTO

SIELE

El Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española, dirigido a estudiantes y profesionales de los cursos conmutarios, certifica el grado de dominio del español a través de pruebas estandarizadas.

Se trata de un instrumento elaborado y gerenciado por la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Cervantes, la Universidad de Salamanca y la Universidad de Buenos Aires, y respaldado por 75 instituciones asociadas presentes en los 22 países de Iberoamérica, lo que garantiza estándares de calidad y de honestidad política en la elaboración de las pruebas, y el uso de distintas variedades lingüísticas del mundo hispano.

SIELE certifica el grado de competencia en la lengua española a través de cuatro pruebas: **Comprensión de lectura, Comprensión auditiva, Expresión e Interacción orales y Escritas e Interacción orales**, y como caso adicional los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER) del Consejo de Europa.

El examen puede ser gestionado en UNAM-Francia donde se ofrecen un promedio de un par de plazas por semana. Más información e inscripciones en:

[Saber más](#)

[Inscripciones](#)

Twitter Facebook

100 plazas más

Me gusta

Da la opinión en línea que te gusta.

© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Todos los derechos reservados.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 135

Movilidad

The image is a screenshot of the website for UNAM-FRANCIA, specifically the DGECI (Dirección General de Estudios de Cultura e Idioma) section. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', 'Juveniles Somos!', 'Programas', 'Español y Cultura', 'Convocatorias', and 'Contacto'. The main heading is 'DGECI' in large blue letters. Below this, a prominent red banner reads 'Casa de México en Francia' with a sub-message: 'Haz click aquí para saber más de la convocatoria y reglamento'. The page is divided into two main columns. The left column, titled 'Presentación de solicitudes', provides instructions on how to submit proposals, including a list of accepted institutions like 'Escuela Nacional Superior de Idiomas Extranjeros' and 'Escuela Nacional Superior de Idiomas Extranjeros'. It also includes a list of contact information for various offices. The right column features a 'Formulario de Solicitud' for the year 2020-2021, which is a detailed application form with fields for personal and institutional data. At the bottom of the page, there are social media icons for Twitter and Facebook, and a footer with the copyright notice: '© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.'

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 136

Memoria de eventos



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 137

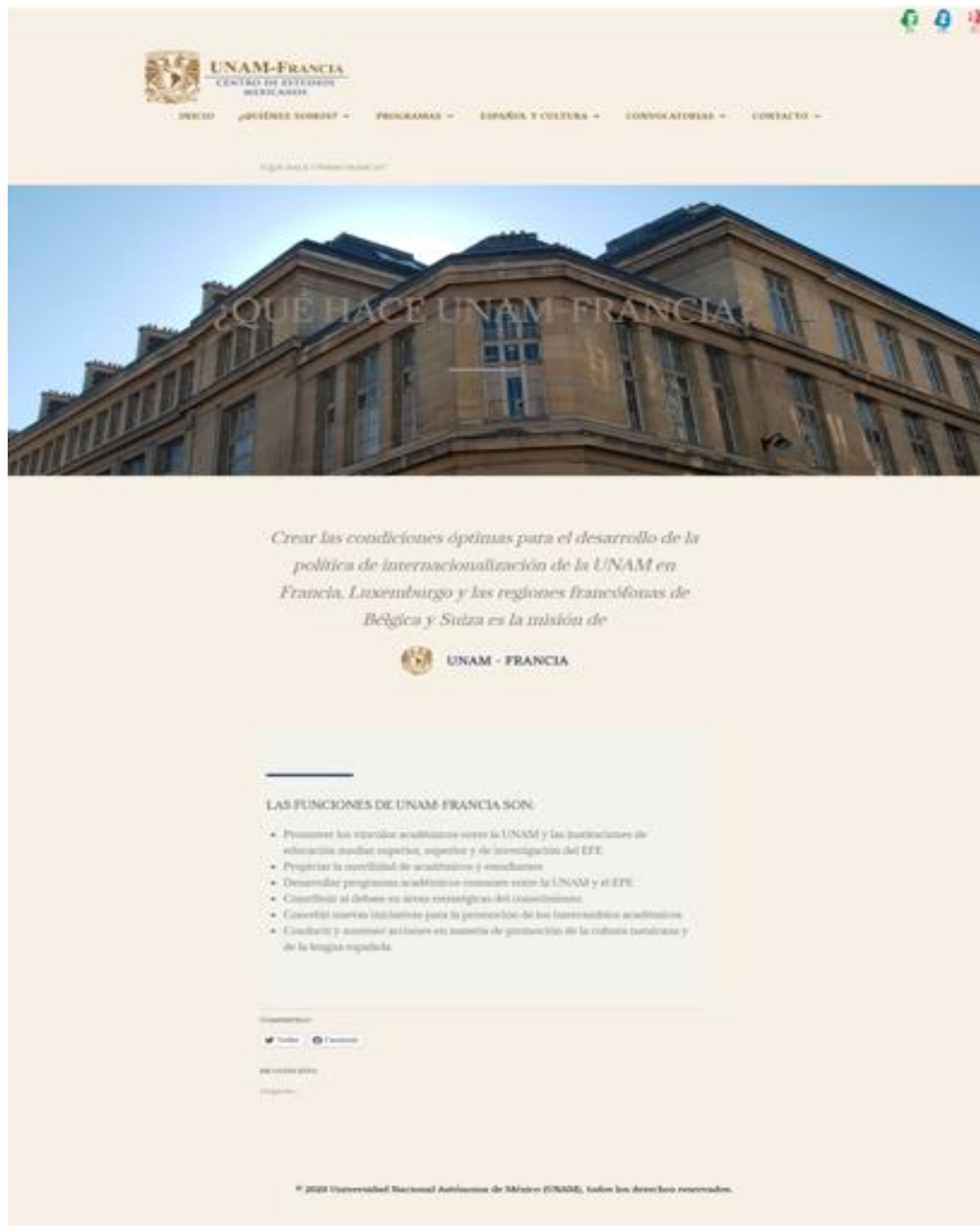
Publicaciones y videos



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 138

¿Qué hace UNAM Francia?



UNAM-FRANCIA
CENTRO DE ESTUDIOS
FRANCOFONOS

INICIO | ¿QUÉ ES UNAM-FRANCIA? | PROGRAMAS | ESPAÑOL Y CULTURA | CONVOCATORIAS | CONTACTO

¿QUE HACE UNAM FRANCIA?

Crear las condiciones óptimas para el desarrollo de la política de internacionalización de la UNAM en Francia, Luxemburgo y las regiones francófonas de Bélgica y Suiza es la misión de

UNAM - FRANCIA

LAS FUNCIONES DE UNAM-FRANCIA SON:

- Promover las relaciones académicas entre la UNAM y las instituciones de educación superior, superior y de investigación del EEE.
- Promover la movilidad de académicos y estudiantes.
- Desarrollar programas académicos conjuntos entre la UNAM y el EPS.
- Contribuir al debate en áreas estratégicas del conocimiento.
- Crear/fortalecer instituciones para la promoción de los intercambios académicos.
- Conducir y asesorar proyectos en materia de promoción de la cultura mexicana y de la lengua española.

© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

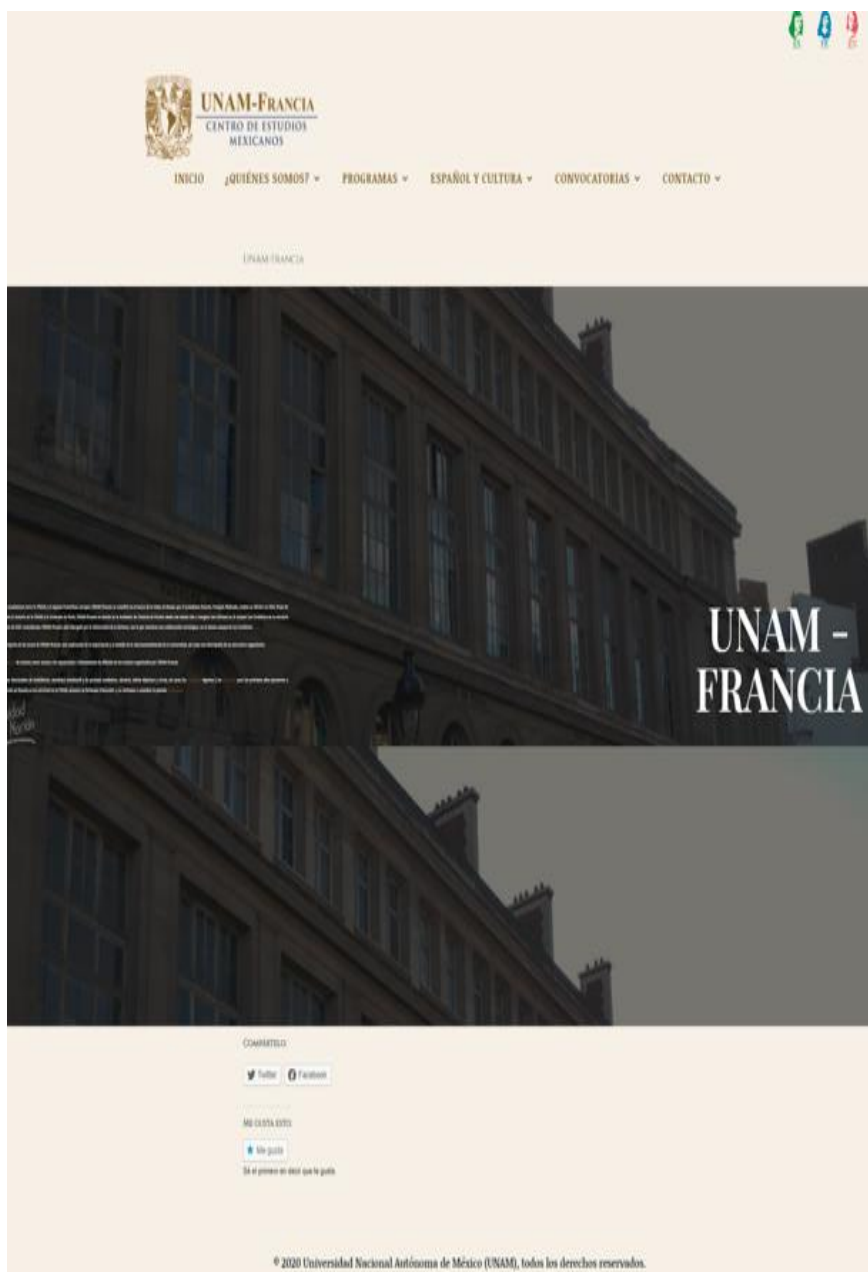
Figura 139
UNAM en cifras



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 140

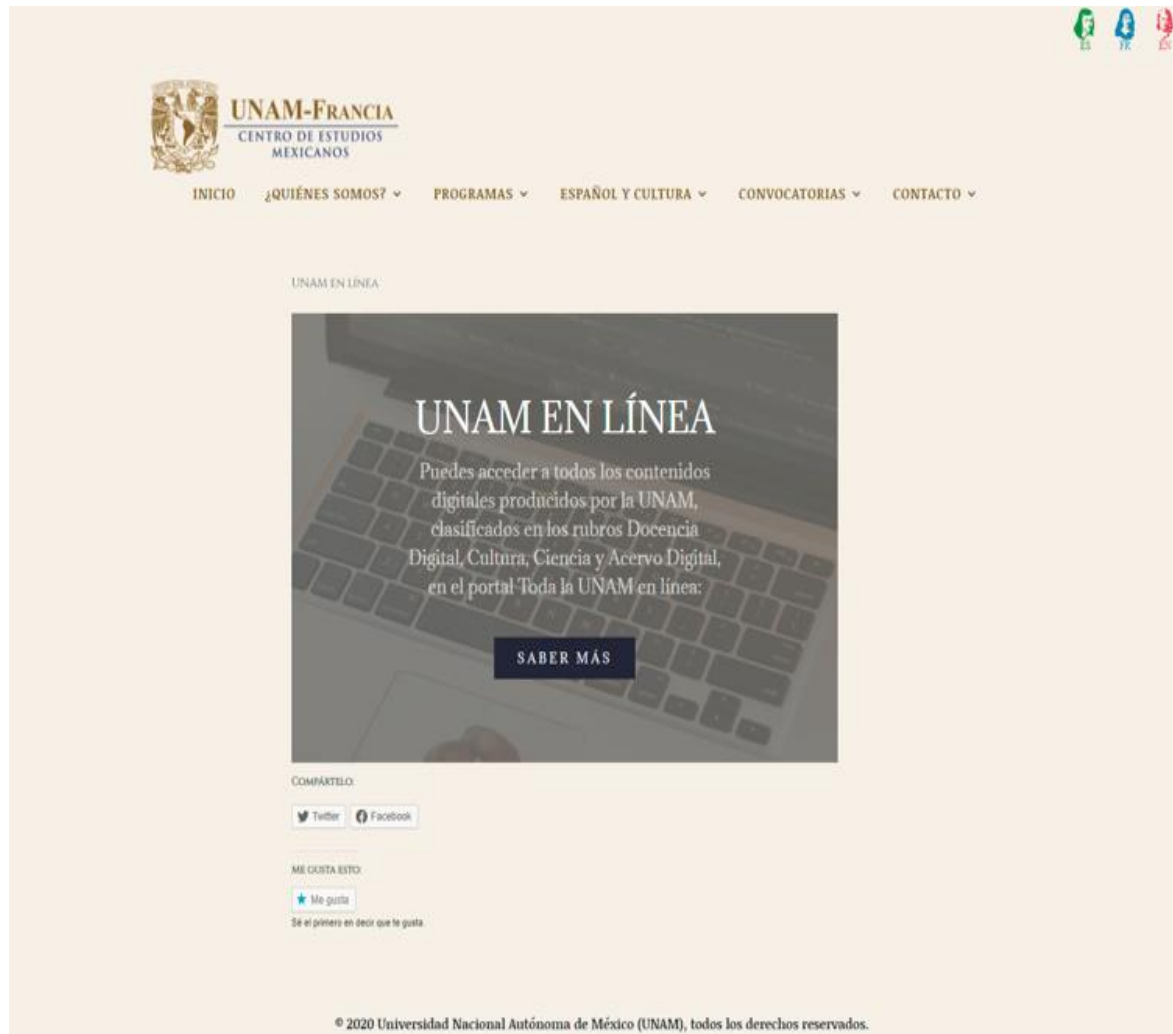
UNAM – Francia



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 141

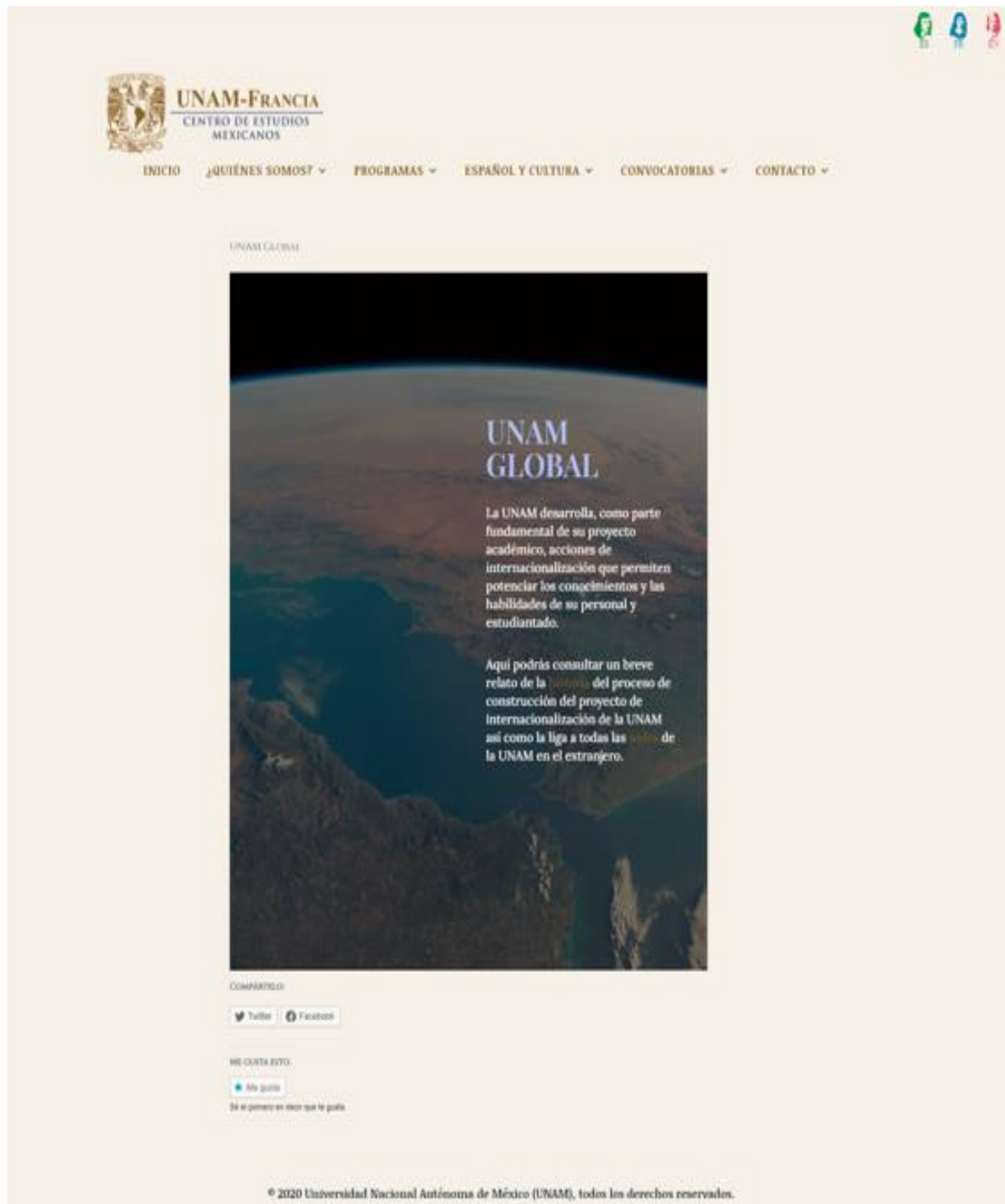
UNAM en línea



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 142

UNAM global



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 143

Un poco de historia

The image is a composite of two pages. The top page is a historical flyer from 1944 for the University of Mexico's 'Six Weeks of Study in Spanish and English' in San Antonio, Texas. The flyer features the university's name in large, bold letters, a central crest, and a black and white illustration of a city street scene. Text on the flyer includes the dates 'SEPT. 16 - OCT. 28 - 1944' and contact information for the Consulate General of Mexico in San Antonio.

The bottom page is a modern informational page with a white background and dark grey accents. It contains three columns of text in Spanish, detailing the history of UNAM's international presence. The text is framed by a dark grey border at the top and bottom. At the bottom of the page, there are social media icons for Facebook and Twitter, a small map of Mexico, and a copyright notice: '© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.'

UNAM-FRANCIA
CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS

Inicio | ¿QUÉ ES SOMOST? | PROGRAMAS | ESPAÑOL Y CULTURA | CONVOCATORIAS | CONTACTO

UNIVERSITY OF MEXICO

Six Weeks of Study in Spanish and English

IN

SAN ANTONIO, TEXAS

SEPT. 16 - OCT. 28 - 1944

UNIVERSITY OF MEXICO

The University will offer courses in Spanish, Mexican Literature, Mexican Architecture, Mexican History, (1544-1932), Mexican Art and Folklore, and Economic Situation of Mexico.

Lecturers will be given on the History of Texas, Culture, and Inter-American Relations.

Sponsored by CONSULADO GENERAL DE MEXICO

Inauguration: Sept. 16 - 1944.

Courses: Sept. 18 - Oct. 28.

From 7 P. M. to 10 P. M.

Information and Registration

CONSULADO GENERAL DE MEXICO

Wheat Bldg. Phone 5-3131

111 Jefferson St. Phone 7-4112

En 1928 se inauguran en la Ciudad de México la Escuela de Verano para ofrecer cursos de español y cultura mexicana a extranjeros, principalmente estadounidenses, como una iniciativa del rector José Yacovaccio para estrechar a ambas sociedades y mejorar las relaciones, relationships deterioradas, con el país vecino.

El espíritu de la iniciativa de Yacovaccio, de universalizar el conocimiento sobre nuestra lengua española y la cultura mexicana, así como apoyar académicamente a las comunidades mexicanas en el exterior, no sólo se conserva, sino que se ha ampliado, diversificado y aumentado en varios países.

La primera representación oficial de la Universidad Nacional, ya autónoma desde 1928, se da en la ciudad de San Antonio, Texas, EUA, en 1944 donde se comienzan a ofrecer cursos de español a la población local, pero después se inician los cursos de inglés para los mexicanos emigrados a la región. Posteriormente, en 1995, en una lógica de integración regional de América del Norte, se crea UNAM-Canada, en la ciudad de Gatineau, lo cual, junto con la ya existente de San Antonio y la fundación en 2004 de la sede en Chicago, forman el sistema de Escuelas de Extensión de la UNAM en el extranjero; estructuras académicas dedicadas al impulso de la cultura mexicana y la lengua española, donde se imparten cursos y se crean con una dinámica comunidad académica.

En 2005 toma hito un nuevo tipo de sede: las oficinas de representación de la UNAM en el extranjero, cuya misión es, además del fomento a la cultura mexicana y la lengua española, el impulso a las relaciones de intercambio con los medios académicos locales. La primera representación de este tipo fue Los Ángeles, seguida de Seattle y Beijing en 2012, Madrid en 2013, San José de Costa Rica y París en 2014, además de Londres y Turcos en 2015.

2018 es un año en el que las tres más recientes sedes son inauguradas, correspondiendo a las representaciones en Berlín y Boston, además de Johannesburgo, la primera representación de la UNAM en África.

Compartir en:

Facebook Twitter

Mapa de México

© 2020 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todos los derechos reservados.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 144

Verano puma

The image shows a screenshot of the UNAM-Francia website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', 'Nuestro Programa', 'Programas', 'Eventos y Cultura', 'Convocatorias', and 'Contacto'. The main banner features a photograph of the Pantheon in Paris. The text on the banner reads: 'Verano puma', 'La situación actual de emergencia sanitaria no permite abrir el programa este año.', '¡TE ESPERAMOS EN 2022!', and 'Verano Puma' in a large, stylized font. Below the banner, there is a section with a background image of the Louvre Pyramid at night. The text in this section discusses the program's focus on research and professional development in Paris, France, and mentions the involvement of the French government and the University of Bordeaux. At the bottom of the page, there are social media icons for Twitter and Facebook, and a contact email address: 'info@francia.unam.mx'.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

3.6.3 Tercera parte

Figura 145

Aviso de privacidad



The image shows a screenshot of the UNAM-Francia website's privacy policy page. The header includes the UNAM-Francia logo and navigation links: INICIO, ¿QUIÉNES SOMOS?, PROGRAMAS, ESPAÑOL Y CULTURA, CONVOCATORIAS, and CONTACTO. The main heading is "Aviso de privacidad". Two paragraphs of text are highlighted in blue:

La página de UNAM-Francia no recaba datos personales de sus visitantes.

Si usted desea inscribirse para recibir información de las actividades y eventos de la sede, sus datos (nombre, institución y correo electrónico) serán empleados única y exclusivamente con ese fin.

Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

Figura 146

Cookie policy



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

3.7 Evaluación

El sitio web cuenta con un número notable de visitantes, su afluencia puede depender de los eventos, conferencias que anuncia a lo largo del año, así mismo los usuarios pueden acceder al sitio web desde redes sociales u otros sitios web de la UNAM. Se considera que el número de personas que visitan el sitio para informarse con respecto de los eventos y sus intercambios es muy bueno, y se refleja directamente en el objetivo del sitio web ya que cumple con el fin de que los usuarios puedan acceder a la información en diferentes países. (ver figura 147).

Figura 147

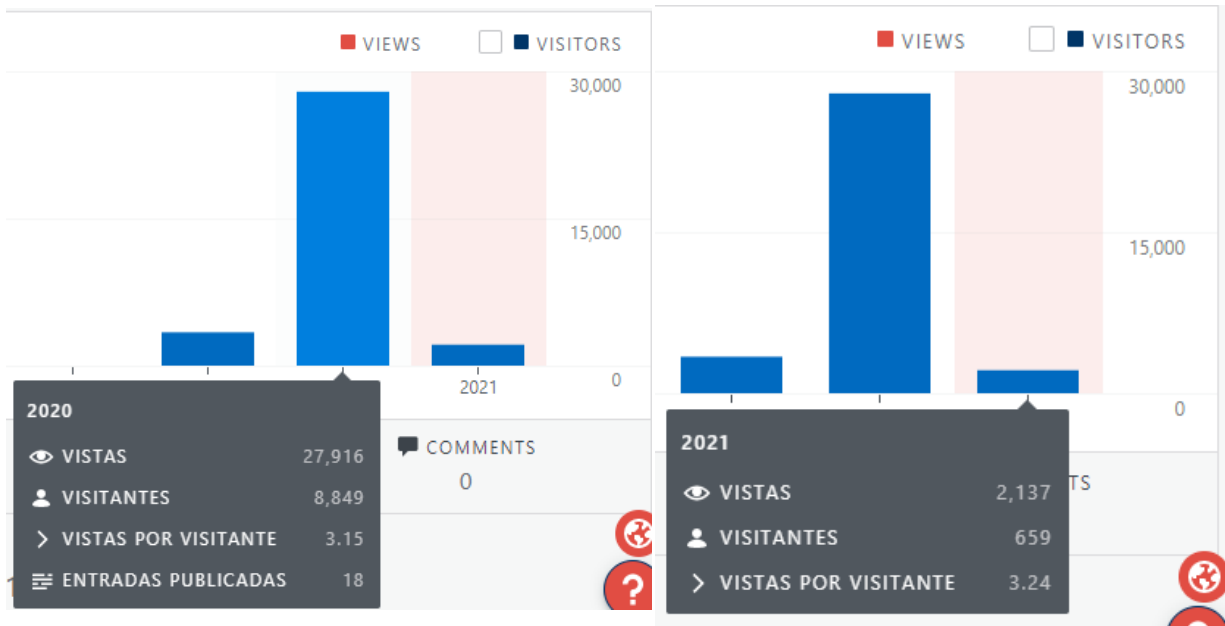
Ranking de países que más visitan el sitio web



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2021).

Figura 148

Vistas del sitio web



Nota: Fuente <https://francia.unam.mx/>, (2020).

En este otro apartado también podemos observar que el cumplimiento de la internacionalización en el lapso de 2019 - 2021 ha tenido un avance significativo ya que existe un número notable de visitantes de distintas partes del mundo y no sólo de Francia y México, sino también de otros países; por otro lado, hay visitantes de América Latina y África, pero con menor frecuencia.

Capítulo 4. Resultados Esperados

Después de haber integrado las herramientas para cumplir un objetivo. Es momento de analizar el sitio web con la finalidad de saber el grado de satisfacción de las necesidades del usuario. Este análisis se lleva a cabo a partir de varias medidas que descubre las áreas de oportunidad que tiene el sitio.

El análisis de los resultados engloba un proceso complejo de evaluación del sitio como conjunto. Así, el análisis se divide en tres partes principales:

- La usabilidad: El análisis se divide en dos: 1) Se muestra evidencia de cómo el diseño tiene una relación con la usabilidad, además de su adaptabilidad en los dispositivos; 2) Se discute brevemente las decisiones que se tomaron de acuerdo al marco teórico en específico con el trabajo de Nielsen (2020).
- La accesibilidad: El sitio web se somete a un test por la *w3c para su* evaluación.
- La visibilidad: Se muestra evidencia del buscador que representa la correcta indexación.

4.1 Análisis de accesibilidad

Para comprobar la accesibilidad del sitio web, utilizaremos la prueba de usabilidad por parte de la entidad reguladora W3C, quien se encarga de realizar estándares a nivel internacional para el crecimiento web.

Entonces, sometimos mediante URL una prueba de accesibilidad (ver figura 149), para saber cuántas áreas de oportunidad se tienen en el código de CSS.

Figura 149

Análisis de accesibilidad del sitio web UNAM Francia

The screenshot shows the W3C CSS Validator interface. At the top, it says 'El Servicio de Validación de CSS del W3C' and 'Resultados del Validador CSS del W3C para https://francia.unam.mx/contacto/ (CSS versión 3 + SVG)'. Below this, there are navigation links: 'Ir a: Los Errores (15)', 'Las Advertencias (1020)', and 'Su Hoja de Estilo validada'. The main heading is 'Resultados del Validador CSS del W3C para https://francia.unam.mx/contacto/ (CSS versión 3 + SVG)'. A red banner indicates 'Disculpas! Hemos encontrado las siguientes errores (15)'. Below this, a table lists the errors:

URI : https://c0.wp.com/c/5.8.1/wp-includes/css/dist/block-library/style.min.css	
1	<code>.is-content-justification-right, .is-content-justification-left, .is-content-justification-center</code> Error de análisis sintáctico [<code>[.is-content-justification-space-between]</code>]
1	<code>.is-content-justification-right, .is-content-justification-left, .is-content-justification-center</code> Error de análisis sintáctico [<code>.is-content-justification-center) .wp-block-button.a left:auto;margin-right:auto;margin-bottom:.5em;width:100%</code>]
11	<code>.wp-block-separator.is-style-dots</code> Propiedad no válida : width Faltan valores o no se reconocen los valores : [<code>none</code>]

Nota: La imagen contiene la evaluación del nivel de accesibilidad del sitio web UNAM

Francia, Tomado de w3c.org, 2021

El resultado arrojó quince áreas de oportunidad. Esto significa que el sitio web tiene carencias en cuanto a la programación de las hojas de estilo. No obstante, dentro del diseño se propuso la integración de algunos elementos auxiliares como: botones, animaciones, especificaciones en texto y affordance con la finalidad de aumentar la usabilidad en el sitio web y equilibrar las áreas de oportunidad en la interfaz y no solo a nivel programación como lo indica el test.

4.2 Análisis de Usabilidad

Era muy importante que el sitio web pudiera ser responsivo, para que cuando el usuario deseara buscar información, no importase en que dispositivo se encontraba. En la imagen del lado izquierdo, se observa que es una captura de pantalla sacada de un celular y se puede visualizar de forma correcta la información y por el contrario la imagen de la derecha, la cual es tomada por una computadora, de igual forma se visualiza la información desplegada de forma adecuada, esto como parte del tema de usabilidad.

Figura 150 Verano puma celular



Figura 151 Verano puma computadora



Nota: Captura de pantalla de un celular |

Nota: Captura de pantalla de una computadora.

Fuente: <https://francia.unam.mx/>, (2021).

De igual modo, se discuten los puntos de Nielsen (2020):

- Ahora bien, en el primer punto del sitio web de UNAM Francia, se destaca el principio, ya que se usa principalmente cuando se suben archivos, o para visualizar algún proceso que se esté ejecutando, sin embargo, el sitio web es meramente informativo y no se requiere de este tipo de elementos.
- En el sitio web de UNAM-Francia se pensó en tratar de adaptarse a los sitios web informativos convencionales para la comodidad del usuario, se usó arquitectura de la información para que tuviese un orden más comprensivo conforme al 2do y 10mo punto.

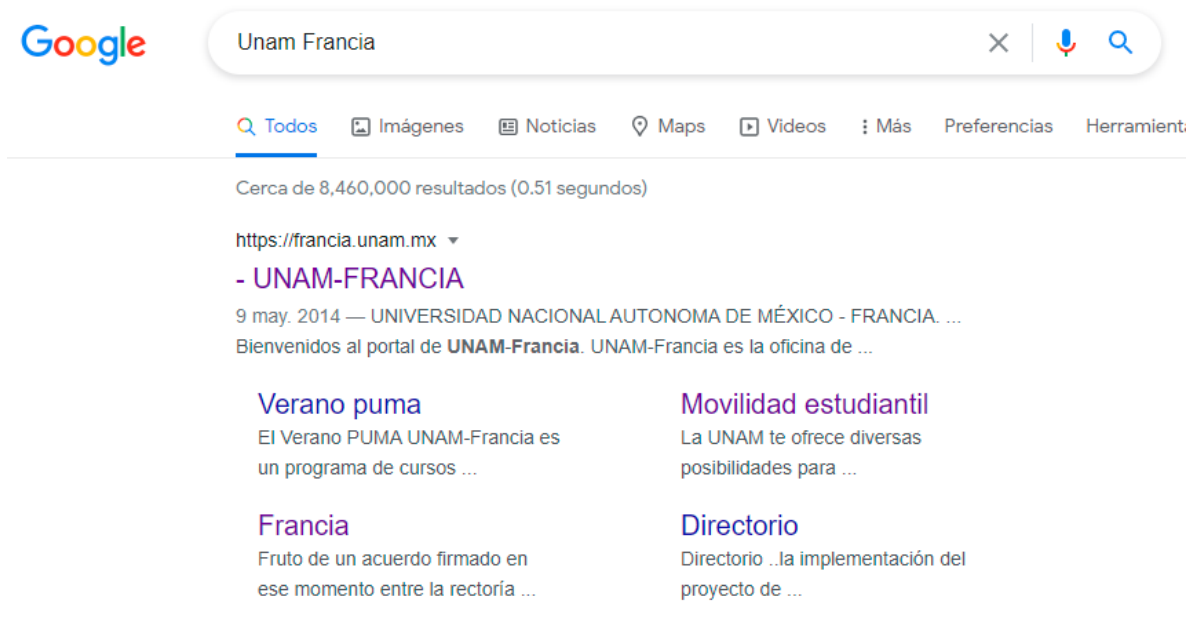
- El 3er punto fue muy claro, ya que gracias a la arquitectura del menú y a su visibilidad, el usuario puede moverse y explorar otros contenidos que se relacionan con la información que estaba buscando.
- Con respecto al 4to punto, en el sitio web, no se consideran alteraciones de elementos conocidos para los usuarios, se trató de que todo fuera consistente en todas las partes de este.
- En estos puntos, en el 5to y 9no punto, no se manejó este tipo de prevención ya que no existen formularios ni interacciones que creen errores con el usuario.
- En el 6to punto, el reconocimiento con el sitio web es sencillo, ya que todos los temas que son de su interés y/o pueden serlo, están organizados de manera tal que el usuario pueda ubicarlos rápidamente.
- El 7mo punto dentro del sitio web de UNAM Francia no se considera diferenciar en este punto a los usuarios, se considera que todo sea organizado y entendible para todos de una misma forma, ya que el sitio web es meramente informativo y no es de compras o algún otro tipo de sitio web en donde sí es más aplicable este séptimo punto.
- En el 8vo punto quiere decir que cada dato que se tenga debe estar muy bien planeado para no distraer al usuario, ni mucho menos que la información compita entre sí, en el caso del sitio web, se considera el estilo minimalista para evitar lo que Nielsen plantea.

4.3 Análisis Visibilidad

El sitio web se integró a internet gracias a un plugin llamado CEO Yoast, el cual permite el proceso de indexación para que la información que tenga el sitio web de UNAM-Francia se arroje en el buscador en primera instancia, esto cuando el usuario decida buscar información relacionada con la sede (ver figura 152).

Figura 152

Visibilidad del sitio web en el buscador



Nota. La imagen representa la visibilidad que tiene el sitio web UNAM Francia en el buscador de Google. Tomado de <https://maps.google.com.mx>,. 2021.

Dentro del proceso de visibilidad se consideraron algunos aspectos en su construcción, entre ellos está la guía de Google (2020) para CEO esta guía nos explica cómo se integra el sitio web al buscador de Google de forma adecuada, además de brindar consejos. En este caso, al usar el CEO Yoast, guía específicamente en cómo crear títulos que ayudarán a que nuestra información se muestre en Google cuando se busque un apartado y se muestre la información para el usuario.

Ahora bien, la visibilidad también la enfocamos en la jerarquía visual, ya que se pensó en palabras concisas que pudieran ayudar al usuario, en el buscador, para describir si esa información es la que desea encontrar.

A causa de esto, se consideró que cuando el usuario entrara al sitio web, tuviera mayor facilidad para reconocer los contenidos con títulos que pueda distinguir rápidamente, como lo aconseja la jerarquía visual.

Asimismo, también incluimos el archivo de Robots.txt, el cual indica a los rastreadores de los buscadores a qué URLs del sitio web pueden acceder, para que ayuden en el posicionamiento del sitio web en los buscadores.

El nivel de satisfacción del sitio web: Fundamentalmente se va a hacer mediante análisis cuantitativo descriptivo. Se condensaron las respuestas de alrededor de 10 personas, a través de un cuestionario en línea. Estas preguntas tienen como propósito evaluar la comodidad del usuario con el sitio.

4.4 Satisfacción del sitio web

Hassan (2006), describe que la satisfacción del cliente se puede identificar mediante siete elementos: Diseño (funcionalidad), accesibilidad, encontrabilidad (findability), utilidad, estética, credibilidad y usabilidad. Estos son clasificados como higiénicos o motivadores.

Los higiénicos se refieren a que pasan desapercibidos por el usuario, impiden la insatisfacción del usuario, son la accesibilidad, funcionalidad y encontrabilidad. En cambio, los motivadores producen satisfacción y serán apercibidos por el usuario, son la utilidad, estética y credibilidad:

- **Accesibilidad:** Si el usuario no puede acceder al sitio web de forma consecuente sentirá frustración. Por el contrario, si el sitio es accesible no provoca frustración, y pasa desapercibido por el usuario.
- **Funcionalidad:** Es importante que el sitio funcione adecuadamente, ya que, a mayores errores, mayor frustración del usuario y desmotivación de uso.
- **Encontrabilidad:** Va en función de encontrar la información, va muy ligado a arquitectura de la información, y en esa armonía continua el entorno, si se le dificulta al usuario encontrar información, le provocará frustración, y si le resulta fácil, pasará desapercibido.
- **Utilidad:** Si un sitio web no se puede visualizar, acceder, no será un sitio útil, esto va muy encaminado a la aceptación del usuario y a la motivación para usarlo.
- **Estética:** Los contenidos estéticamente agradables provocan motivación al usuario, pues lo consideran más fácil de usar.

- Credibilidad: Da proyección de confianza, la facilidad también ayuda a que exista más fiabilidad y profesionalismo y motiva a la intención de uso.
- Usabilidad: Forma parte de la motivación y del factor higiénico para los atributos que la componen para ser medida y evaluada.

La evaluación de estos criterios determinará la capacidad de provocar satisfacción y motivación al usuario, ya que se condicionan por el diseño y los factores que hacen posible que funcione el sitio web. Conforme a lo establecido con Yusef (2006), se les cuestionó a los usuarios sobre estos criterios inmersos en las preguntas para poder determinar si es satisfactorio el sitio web.

Para evaluar el nivel de satisfacción del usuario, se realiza un cuestionario con preguntas cerradas a diez usuarios comunes con interrogantes orientadas a averiguar la experiencia que tuvieron al ingresar al sitio web. Estas preguntas califican el diseño, la dificultad y la experiencia que tuvieron navegando en él.

- ¿Cómo calificarías tu experiencia en general con el sitio web?

Se obtuvo como resultado una calificación satisfactoria en cuanto a la experiencia de los entrevistados. 10 de 10 usuarios estuvieron de acuerdo con que su experiencia en general fue buena

- Considerando tu experiencia ¿qué probabilidades hay de que nos recomiendes a un amigo o familiar?

Esta pregunta es un indicador que muestra de forma indirecta la satisfacción del usuario. Así, a pesar de que los entrevistados eviten contestar con las opciones menos favorables, el hecho de que eviten recomendar o recomienden entrar en el sitio es una buena medida para conocer el nivel de satisfacción general de los usuarios. Se encontró que la mayoría de los usuarios recomiendan el sitio web.

- ¿Cómo calificarías el diseño en el sitio web?

El usuario solo verá una interfaz al final del proceso, por ello, es muy importante considerar que el diseño sea el más adecuado y conforme a los estándares ya propuestos. Los resultados arrojados fueron favorables, ya que les gustó el diseño a la mayoría de los usuarios entrevistados.

- Califica el nivel de dificultad para encontrar la información

Este es considerado un indicador sumamente importante, ya que evalúa un tema central en la satisfacción con el usuario. Es agradable encontrar que el 100% de las respuestas piensan que la navegación en el sitio les permite encontrar la información de forma rápida.

- Califica el nivel del sitio web en su atractivo visual

Se colocó esta pregunta con la finalidad de conocer la opinión sobre el nivel de atractivo visual que tiene el sitio web. Asimismo, se considera un buen indicador para conocer si el sitio web es considerado dinámico para los visitantes. Los resultados arrojaron que los usuarios consideran que el sitio web es visualmente atractivo.

Conforme a los resultados de estas preguntas, se determina que el sitio web satisface al usuario, pues se acopla a los criterios que identifica Hassan (2006) para motivar al usuario a continuar usando el sitio web.

Conclusiones y recomendaciones

El objetivo del proyecto fue lograr la gestión, administración y difusión de la información relevante para la sede UNAM-Francia. Gracias a la dedicación, investigación y guía de las nuevas tecnologías se logró realizar e implementar un sitio web acorde al objetivo, y con los estándares que la universidad exige. El apego a la metodología hizo posible que cada pantalla se volviera una guía para el usuario, facilitando la navegación y optimizando la búsqueda de la información deseada.

El sitio web de UNAM-Francia es producto de un proceso que inició pensándose como una herramienta necesaria para fomentar el proceso de internacionalización entre los estudiantes, profesores y cualquier persona que quisiera ser parte de esta comunidad. La gran mayoría de las personas a nivel mundial buscan información a través de medios tecnológicos por lo que era imprescindible contar con un sistema de gestión de información que fuera a la vez exhaustivo e intuitivo para todo el público. Teniendo en cuenta el entorno al que iba dirigido se decidió construir el sitio web para que los usuarios pudieran conocer más información con respecto de programas, cátedras, diplomados, convenios, intercambios, etc.

El sitio web fue probado por los usuarios y directivos siendo bien recibido por toda la comunidad, principalmente porque las personas pudieron encontrar lo que deseaban e incluso visualizar contenidos que se encontraban relacionados con su búsqueda. También se obtuvieron buenos resultados con respecto del traductor, el cual funciona con inteligencia artificial y se demostró que muchos de los visitantes del sitio web pudieron entender de forma correcta del sitio web gracias al diseño optimizado que tiene.

Además, se atendieron las necesidades de la sede, para que fuera usable, accesible y tuviera visibilidad, esto con el propósito de atender los requerimientos de la UNAM y que el sitio web pudiera integrar a todos los usuarios.

Como parte del proceso de internacionalización, se recomienda mantenerla actualizada con los programas, convocatorias y cátedras que ofrece la UNAM y Sorbonne Université y alguna otra información que surja a lo largo del tiempo. Por otra parte, se considera que todos los cambios realizados dentro del sitio web fueron para bien, ya que gracias a los conceptos retomados y algunos elementos actualizados que se sumaron a la realización del sitio web, como por ejemplo el affordance, ayudaron a contribuir en la construcción del sitio web. Estos elementos fueron el resultado de un trabajo reconocido a

nivel mundial por todas las sedes del extranjero, así como también ayuda con la importante tarea de que se prevalezca el puente dentro del marco de la internacionalización propuesto anteriormente por el exrector Dr. Narro Robles, el Dr. Thierry Tout, y el expresidente francés François Hollande para poder fortalecer la asociación estratégica privilegiada propuesta por ellos.

Como propuesta futura se considera la actualización de un sitio web que vaya introduciendo las novedades que tendrá el mercado para contrarrestar la obsolescencia del sitio web y que pueda seguir cumpliendo con los requerimientos generales de los usuarios e informar a la audiencia los eventos, y convenios de forma accesible.

Referencias

- Alonso Jaime. (2008). El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos . 23/11/21, de Universidad de Murcia Sitio web: <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/5/07alonso.pdf>
- Aubry, C., & Aubry, C. (2017). Responsive web design, diseños y cuadrículas: técnicas modernas de diseño web (2ª edición). Ediciones ENI.
- Buyto. (2018). Portal. 10/08/21, de Buyto Sitio web: <http://www.buyto.es/general-diseno-web/que-es-un-portal-web>
- Cardona,O.D. (2003). La necesidad de repensar de manera holística los conceptos de vulnerabilidad y riesgo. Una crítica y revisión necesaria para la gestión. (copia en www.desenredando.org)
- Cosme, Ana Claudia. (2021). Servidor Web: Conoce más sobre el mundo de los dispositivos. 28/10/2021, de Crehana Sitio web: <https://www.crehana.com/mx/blog/desarrollo-web/servidor-web-conoce-mas/>
- Crovi Druetta, D., Aguirre, D., Apodaca, J., & Camacho, O. (2002). Página Web: una propuesta para su análisis. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 45(185), 167-185. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2002.185.48362>
- Esmeralda y Diana. (-). EL INTERNET. 28/10/2021, de weebly Sitio web: <https://esmeraldadaydiana.weebly.com/>
- EKCIT Centro Europeo del Conocimiento para la Tecnología de la Información. (2019). Servidores. 28/10/2021, de EKCIT Sitio web: <https://www.ticportal.es/glosario-tic/servidores>
- García Gómez, Juan Carlos. (2001). "Portales de internet: concepto, tipología básica y desarrollo". En: El profesional de la información, 2001, julio-agosto, v. 10, n. 7-8, pp. 4-13.
- García, (2006). Visibilidad. Recuperado de Visibilidad web UNAM <https://www.visibilidadweb.unam.mx/visibilidad.html>. 15 de Abril 2020.
- García, F. (2001). Posicionamiento y visibilidad web de las bibliotecas públicas españolas: situación actual y estrategias de desarrollo. Recuperado de BiblioSEO <http://www.biblioseo.com/2010/04/que-es-la-visibilidad-web-y-por-que-es.html#ixzz6KaSIILcd>. 15 de abril 2020.

- Gobierno de Chile. (2008). Guía para el Desarrollo de Sitios Web del Gobierno de Chile . 15/11/2021, de Gobierno de Chile, Ministerio de economía Sitio web: https://www.guiadigital.gob.cl/guiaweb_old/guia-v2/archivos/GW2_doc_full.pdf
- Gómez Piñeiro, Francisco Javier . (2008). Aspectos básicos de la calidad y de la gestión por procesos. 17/08/21, de Universidad de Deusto Sitio web: <http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur31/31gomez/31gomez.htm>
- Gómez, Miguel . (2014). 4 teorías para crear páginas web de impacto. 21/08/21, de Páginasweb.Pe Sitio web: <https://paginasweb.pe/cuatro-teorias-para-crear-paginas-web-de-impacto/>
- González Mendoza Dewin Fernando. (2017). Análisis De Riesgos Aplicado A La Seguridad Del Sitio Web De La Corporación Desarrollo Y Paz Del. 27/09/21, De Universidad Nacional Abierta Y A Distancia (UNAD) Sitio web: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17397/73433308.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez González, Á., & López Goytia, J. L. (2016). Desarrollo y programación en entorno web (Primera edición). Alfaomega Grupo Editor.
- Hassan Montero, Yusef. (2006). FACTORES DEL DISEÑO WEB ORIENTADO ALA SATISFACCIÓN Y NO-FRUSTRACIÓN DE USO. 2006, de 15/11/2021 Sitio web: <https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/291/353>.
- Hassan Montero, Yusef. (2015). -. En Experiencia de Usuario: Principios y métodos (139). - : Calmly Writer. https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf
- ISO. (2020). Usabilidad. 04/03/21, de International Organization for Standardization Sitio web: <https://iso25000.com/index.php/normas-iso-25000/iso-25010/23-usabilidad>
- IONOS. (2021). Tipos de dominios. 28/10/2021, de IONOS Sitio web: <https://www.ionos.mx/digitalguide/dominios/extensiones-de-dominio/tipos-de-dominios/>
- Jaime Torres, Xiomira Alexandra. (2019). PÁGINAS WEB EDUCATIVAS. Introducción, la Web en los ambientes educativos, educación y Web, ventajas y desventajas, diseño, tipos de información, herramientas para construir una página Web, aplicación. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de Educación. Lima, Perú
- Llasera Jaime. (2021). <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico>. 14/10/21, de Imborrable Sitio web: <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico>

- López José María. (2017). Gestores de contenidos: los CMS más populares. 08/08/21, de ThingBig Sitio web: <https://blogthinkbig.com/gestores-de-contenidos-los-cms-mas-populares>
- López Sánchez, Patricia y Orta Pérez, Rosalía. (2020). Sitio del Estudiante. Valores. 10/02/2021, de UNAM CCH Sitio web: <https://www.cch.unam.mx/estudiante/valores>
- Luján Mora, Sergio. (2002). Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web. 08/09/2021, de Editorial club universitario: https://www.researchgate.net/publication/320808713_Programacion_de_aplicaciones_web_historia_principios_basicos_y_clientes_web
- Luna González, Lizbeth. (2004). EL DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA DE USUARIO PARA PUBLICACIONES DIGITALES. 20/03/201, de Revista Digital Universitaria Sitio web: http://www.revista.unam.mx/vol.5/num7/art44/ago_art44.pdf
- Netdisseny. (2019). Nociones básicas de diseño Teoría del color. 17/10/21, de Netdisseny diseño industrial Sitio web: <https://repositorial.cuaieed.unam.mx:8443/xmlui/bitstream/handle/20.500.12579/1901/teoria-del-color.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nielsen Jakob. (2020). 10 heurísticas de usabilidad para el diseño de interfaces de usuario. 02/03/21, de Nngroup Sitio web: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- Mejía, Miguel. (2021). ¿Qué es la maquetación web? ¡Enamora a tus usuarios a primera vista!. 20/08/21, de Crehana Sitio web: <https://www.crehana.com/mx/blog/desarrollo-web/que-es-maquetacion-web/>
- OWASP. (2020). OWASP Top 10: conoce los riesgos de seguridad para las aplicaciones WEB. 21/08/21, de Optical networks Sitio web: <https://www.optical.pe/blog/10-riesgos-de-seguridad-para-las-aplicaciones-web-segun-owasp/>
- NOTIMEX. (2015). Abre la UNAM centro de estudios en Francia. 03/01/21, de MILENIO Sitio web: <https://www.milenio.com/estados/abre-la-unam-centro-de-estudios-en-francia>
- Peiró Rosario. (2019). Página web. 23/08/21, de Economipedia Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/pagina-web.html>
- Pérez Agustín. (2018). La jerarquización en el diseño editorial. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-editorial/la-jerarquizacion-en-el-diseno-editorial>

Pround. (2020). ¿Cuáles son las tecnologías web más actuales?. 03/09/21, de Pround Sitio web: <https://www.proun.es/blog/tecnologias-web-actuales/>

Project Management Institute, Inc.. (2017). Guía de los FUNDAMENTOS PARA LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS. 25/09/21, de Project Management Institute, Inc. Sitio web: <https://www.udocz.com/mx/read/29624/guia-del-pmbok-sexta-edicion-espanol>

Ramón, Caterina y Serra, Marta. (2012). El guion multimedia. Universitat Oberta de Catalunya. <https://es.scribd.com/document/210296194/6-El-Guion-Multimedia>

Santos, Martín y Arroyo, Gustavo. (2007). Boletín IIE octubre-diciembre. <https://www.ineel.mx/boletin042007/art01.pdf>

Google. (2020). Guía de optimización en buscadores. (SEO) para principiantes. Recuperado de <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=es> 15 de abril 2020.

Sedó Ramon G.. (2016). Mercado y productos multimedia. 5/10/21, de Universidad Oberta de Catalunya Sitio web: http://cv.uoc.edu/annotation/4c2622bdc06c350f0479e65d65202a1b/527467/PID_00214552/modul_1.html

Trazada. (-). Ventajas de utilizar un CMS. 05/09/21, de Trazada Sitio web: <https://trazada.com/ventajas-de-utilizar-un-cms/>

Trigo Aranda Vicente. (2010). Servidores de almacenamiento on-line. 23/11/21, de Dialnet Sitio web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5706626>

UNAM – Francia (2020). Sitio web de UNAM – Francia. 21/08/21, de sitio web UNAM Francia: <https://www.francia.unam.mx>

UNAM. (2020). Accesibilidad. Visibilidad web UNAM. Recuperado de <https://www.visibilidadweb.unam.mx/accesibilidad.html> 15 de abril 2020.

UNAM. (2020). Usabilidad. Visibilidad web UNAM. Recuperado de <https://www.visibilidadweb.unam.mx/usabilidad.html> 8 de abril 2020.

UNAM. (2020). Visibilidad. Visibilidad web UNAM. Recuperado de <https://www.visibilidadweb.unam.mx/usabilidad.html> 8 de abril 2020.

Velázquez, Rodrigo . (2019). Dominios genéricos. 28/10/21, de Infranetworking Sitio web: https://blog.infranetworking.com/dominios-genericos/#Ventajas_de_los_dominios_genericos

Xavier Thiago. (2019). ¿Qué es la Arquitectura de la Información? Entiende este concepto y sus aplicaciones. 07/09/21, de rockcontent Sitio web: <https://rockcontent.com/es/blog/arquitectura-de-la-informacion/>

Xiomira Alexandra Jaime Torres. (2019). PÁGINAS WEB EDUCATIVAS. Introducción, la Web en los ambientes educativos, educación y Web, ventajas y desventajas, diseño, tipos de información, herramientas para construir una página Web, aplicación. 15/11/21, de UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACION Sitio web: <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/3986/MONOGRAF%c3%8dA%20-%20JAIME%20TORRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Apéndice A. Entrevista

Objetivo: Lograr que se reconozcan aspectos importantes como las necesidades para la creación y diseño del sitio web UNAM Francia

Institución: UNAM Francia

Nombre: René Ceceña

Cargo: Director UNAM Francia

Fecha: 2019

Primera fase de preguntas para reconocer las bases del proyecto:

M: ¿Quién está detrás de la solicitud de este trabajo?

R: “La UNAM Francia busca la creación de un sitio web para difundir información como programas, convocatorias, intercambios, etc.”

M: ¿Quién usará la solución?

R: “Cualquier persona que esté interesada en conocer información sobre algún intercambio, cátedra, beca, entre otros”.

M: ¿Cuál será el beneficio de una solución exitosa?

R: “Una correcta difusión de la información, para que las personas interesadas puedan aprovechar esta información de internacionalización”

M: ¿Existe alguna fuente para la solución requerida?

R: “Como fuente de información, en algunos apartados se copiarán textos muy puntuales para que sean retomados en el nuevo sitio web”

Segunda etapa de preguntas para comprender la solución y sus percepciones:

M: ¿Cómo podría caracterizarse un buen resultado generado por una solución exitosa?

R: “Un resultado exitoso para la sede sería que el sitio web cumpla su objetivo principal el cual es difundir información y que esta, sea comprensible y sea actualizada”.

M: ¿Cuáles problemas debería atacar esta solución?

R: “Principalmente un diseño que sea entendible, con imágenes, para que los usuarios encuentren la información que buscan fácilmente. Otro punto por solucionar de la problemática es hacer más fácil el apartado de administración del sitio web ya que hasta el momento, a los administradores de este se les complica un poco actualizar la información por lo que la página se mantiene desactualizada”

M: ¿Podría usted describir o mostrar el ambiente académico en el que se utilizará la solución?

R: “El ambiente académico que se utilizará en el sitio es para los alumnos, investigadores, maestros, administrativos, universitarios y personas interesadas en lo que ofrece la sede de UNAM Francia y también las oportunidades que se ofrecen en México”

R: ¿Los aspectos especiales del desempeño o las restricciones afectarán la forma en la que se busque la solución?

R: “Sí, ya que dependemos de ciertos recursos como el tiempo, presupuesto, recursos informáticos, pero si nos adecuamos a lo acordado lograremos solucionar la problemática”

La tercera fase de preguntas se enfoca en la efectividad de la comunicación:

M: ¿Es usted la persona adecuada para contestar esta pregunta? ¿Sus respuestas son “oficiales”?

R: “Sí. Ya que yo seré la persona a la que le harás los entregables y conmigo puedes interactuar sobre cualquier duda acerca del sitio web o sobre la problemática en general”

M: ¿Mis preguntas son relevantes para su problema?

R: “Sí. Ya que con esta información que te he dado ahora tienes un mejor entendimiento de lo que quiere lograr la sede, así como las personas que se involucran”

M: ¿Alguien más puede proporcionar información adicional?

R: “No, como te lo menciono, yo seré con quien tengas comunicación directa, así como quien sugiera cambios”

M: ¿Debería preguntarle alguna otra cosa?

R: “Parece ser que ya tienes información suficiente de la problemática por solucionar, así como al público al que va dirigido el sitio web. Creo que por el momento tienes la información necesaria para darte una idea de lo que se quiere lograr”

Apéndice B. Preguntas de satisfacción del usuario

Para evaluar el nivel de satisfacción del usuario, realizamos un cuestionario con preguntas cerradas a diez usuarios comunes con interrogantes orientadas a averiguar la experiencia que tuvieron al ingresar al sitio web. Estas preguntas califican el diseño, la dificultad y la experiencia que tuvieron navegando en él.

En primera instancia se presenta la pregunta:

- ¿Cómo calificarías tu experiencia en general con el sitio web?

Figura 153

Evaluación de la experiencia general con el sitio web

¿Cómo calificarías tu experiencia en general con el sitio web?

10 respuestas



Nota. La imagen contiene el gráfico de la evaluación de experiencia en general con el sitio web UNAM Francia, fuente propia, 2021.

Se obtuvo como resultado una calificación satisfactoria en cuanto a la experiencia de los entrevistados. 10 de 10 usuarios estuvieron de acuerdo con que su experiencia en general fue buena

Después, se colocó la pregunta de:

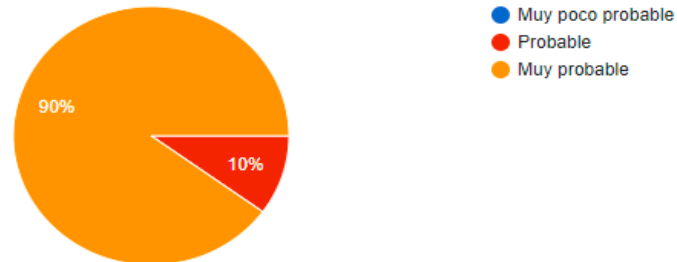
- Considerando tu experiencia ¿qué probabilidades hay de que nos recomiendes a un amigo o familiar?

Figura 154

Evaluación de la experiencia para recomendar el sitio web

Considerando tu experiencia ¿qué probabilidades hay de que nos recomiendes a un amigo o familiar?

10 respuestas



Nota. La imagen contiene el gráfico de cuantos usuarios del sitio web lo recomendarían, fuente propia, 2021

Esta pregunta como un indicador que muestra de forma indirecta la satisfacción del usuario. Así, a pesar de que los entrevistados eviten contestar con las opciones menos favorables, el hecho de que eviten recomendar o recomienden entrar en el sitio es una buena medida para conocer el nivel de satisfacción general de los usuarios. Se encontró que la mayoría de los usuarios recomiendan el sitio web.

Posterior a eso, la pregunta de:

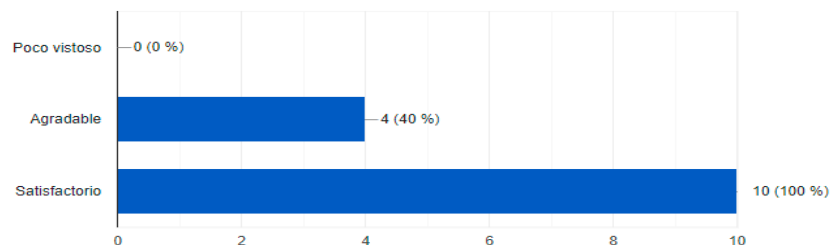
- ¿Cómo calificarías el diseño en el sitio web?

Figura 155

Evaluación del diseño del sitio web

¿Cómo calificarías el diseño en el sitio web ?

10 respuestas



Nota. La imagen contiene el gráfico de la evaluación del diseño del sitio web UNAM Francia, fuente propia, 2021

El usuario solo verá una interfaz al final del proceso, por ello, es muy importante considerar que el diseño sea el más adecuado y conforme a los estándares ya propuestos. Los resultados arrojados fueron favorables, ya que gustó el diseño a la mayoría de los usuarios entrevistados.

Por otra parte, se contempla la información, y se pregunta el nivel de dificultad que presentaron en encontrarla:

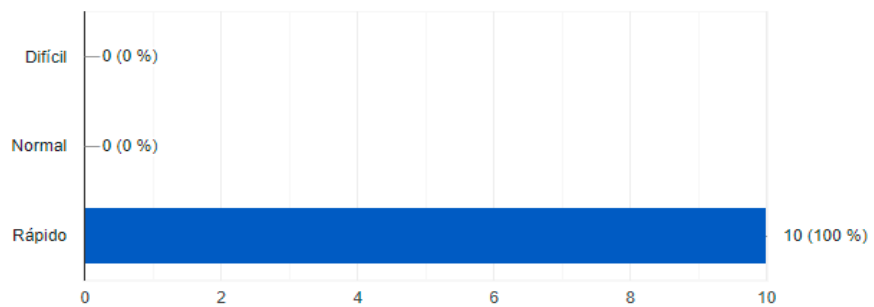
- Califica el nivel de dificultad para encontrar la información

Figura 156

Evaluación del nivel de dificultad para encontrar información

Califica el nivel de dificultad para encontrar la información

10 respuestas



Nota. La imagen contiene el gráfico de la evaluación de qué tan difícil es encontrar información en el sitio web UNAM Francia, fuente propia, 2021.

Este es considerado un indicador sumamente importante, ya que evalúa un tema central en la satisfacción con el usuario. Es agradable encontrar que el 100% de las respuestas piensan que la navegación en el sitio les permite encontrar la información de forma rápida.

Como última pregunta se consideró relevante conocer la opinión del usuario sobre el atractivo visual en la pregunta de:

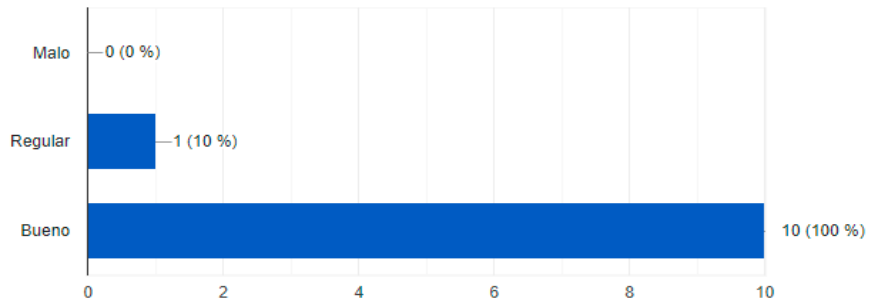
- Califica el nivel del sitio web en su atractivo visual

Figura 157

Evaluación de atractivo visual del sitio web UNAM Francia

Califica el nivel del sitio web en su atractivo visual

10 respuestas



Nota. La imagen contiene el gráfico de la evaluación del atractivo visual del sitio web UNAM Francia, fuente propia, 2021.

Se colocó esta pregunta con la finalidad de conocer la opinión sobre el nivel de atractivo visual que tiene el sitio web. Asimismo, se considera un buen indicador para conocer si el sitio web es considerado dinámico para los visitantes. Los resultados arrojaron que los usuarios consideran que el sitio web es visualmente atractivo.