

Benemérita Universidad de Guadalajara

Sistema de Universidad Virtual

Maestría en Periodismo Digital



**Informe general sobre la creación y desarrollo del sitio web informativo
Punto Medio especializado en nuevas tecnologías de la información y la
comunicación**

Tesis que para obtener el grado de Maestro en Periodismo Digital presenta

Neri Alejandro González Soto

Director(a) de la tesis

Mtro. José Luis Ulloa Luna

Guadalajara, Jalisco, abril 2015

Mtra. Rosalía Orozco Murillo
Coordinador de la Maestría en Periodismo Digital
Sistema de Universidad Virtual

Por medio del presente reciba un cordial saludo. Me dirijo a usted para informarle que el egresado (a) de la Maestría en Periodismo Digital, Neri Alejandro González Soto, ha concluido satisfactoriamente el trabajo recepcional "Informe general sobre la creación y desarrollo del sitio web informativo *Punto Medio* sobre nuevas tecnologías de la información y comunicación", el cual desea presentar a examen con el fin de obtener el grado de Maestro en Periodismo Digital.

En calidad de director del trabajo recepcional, me complace comunicarle que el documento cumple cabalmente con los requisitos de forma y fondo descritos en la Guía general de titulación de la maestría, y evidencia el proceso y resultados de la experiencia de haber generado un producto novedoso en el campo de la comunicación digital.

Por lo anterior, pido a usted se proceda a asignar a los lectores y sinodales que evaluarán el trabajo recepcional, así como a establecer la fecha para la realización del examen profesional.

Atentamente

Mtro. José Luis Ulloa Luna

Guadalajara, Jal. Abril 20, 2015

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, quienes en momentos de estrés e incertidumbre estuvieron presentes como una fuente de apoyo constante e incondicional para concluir una etapa más de superación profesional.

A mi esposa, porque además de soportar mis ausencias y molestias con ella he tenido la dicha más grande del mundo, convertirme en padre de una hermosa angelita llamada Linette, quien con tan solo una sonrisa me llenaba de ánimo y fuerzas.

Especialmente al Mtro. José Luis Ulloa Luna, pues mediante sus consejos, paciencia y dedicación este proyecto informativo logró dirigirse en lo que es actualmente, muchas gracias amigo.

Agradezco a mi equipo de trabajo, pues sin ellos *Punto Medio* no sería una realidad, gracias por sus horas extras, la disponibilidad por el constante aprendizaje y sobre todo por habernos convertidos en más que colegas, en amigos.

Al *Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara*, por la oportunidad de conocer y trabajar bajo la tutela de asesores capacitados. A mis compañeros, cómplices en el desarrollo de esta maravillosa etapa.

A todos, muchas gracias.

Neri Alejandro González Soto

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	- 1 -
CAPÍTULO 1. Descripción del sitio web Punto Medio.....	- 3 -
1.1 ¿Quiénes somos?.....	- 3 -
1.2 Imagen corporativa.....	- 4 -
1.3 Características del sitio.....	- 5 -
1.3.1 Diseño tecnológico.....	- 6 -
1.3.2 Elementos del sitio web informativo.....	- 6 -
1.3.3 Estructura del sitio web informativo	- 7 -
1.4 Canales de difusión	- 17 -
CAPÍTULO 2. Reflexión personal.....	- 21 -
CAPÍTULO 3. Resultados del estudio de mercado.....	- 25 -
3.1 Características del mercado y usuarios objetivo	- 25 -
3.1.1 Análisis de usuarios objetivo.....	- 26 -
3.2.1 Análisis interno y externo	- 36 -
3.2.1.1 Competencia.....	- 36 -
CAPÍTULO 4. Fundamentos legales aplicables al producto	- 39 -
4.1 Creador del sitio web.....	- 39 -
4.2 Derechos y marcas	- 39 -
4.3 Modificación unilateral	- 39 -
4.4 Condiciones de acceso y utilización.....	- 40 -
4.4.1 Usuarios.....	- 40 -
4.4.1.1 Derechos de autor.....	- 40 -
4.4.1.2 Privacidad.....	- 41 -
4.4.1.3 Uso de cookies	- 42 -
4.4.1.4 Enlaces de terceros	- 43 -
4.4.1.5 Censura y libertad de expresión	- 43 -
4.5 Políticas editoriales organizacionales de Punto Medio	- 44 -
4.5.1 De los contenidos	- 44 -
4.5.2 Derechos de autor.....	- 45 -
4.5.3 Privacidad.....	- 45 -
4.5.4 Del sitio web y sus procesos	- 45 -

CAPÍTULO 5. Informe de los alcances o metas comerciales logradas	- 47 -
CAPÍTULO 6. Informe estadístico de Punto Medio	- 49 -
6.1 Total de visitas al sitio web	- 49 -
6.2 Indicadores de publicaciones	- 51 -
6.3 Indicadores en redes sociales	- 55 -
CAPÍTULO 7. Informe de análisis de usabilidad	- 59 -
7.1 Autoevaluación de usabilidad por parte del equipo de trabajo de Punto Medio	- 59 -
7.2 Usabilidad desde el usuario.....	- 65 -
7.2.1 Resultados de reactivos de identidad.....	- 66 -
7.2.2 Resultados de reactivos para la utilidad de contenidos	- 69 -
7.2.3 Resultados de reactivos para navegación/facilidad de uso.....	- 72 -
7.2.4 Resultados de reactivos para gráfica web.....	- 74 -
7.3 Usabilidad con herramientas informáticas	- 76 -
CAPÍTULO 8. Informe de percepción	- 79 -
8.1 Resultados Cuantitativos	- 79 -
8.2 Resultados Cualitativos	- 92 -
CAPÍTULO 9. Informe implementación plan estratégico de recursos humanos	- 95 -
9.1 Clasificación de puestos	- 95 -
9.2 Plan estratégico de recursos humanos	- 99 -
9.3 Informe de la implementación del plan estratégico de recursos humanos de Punto Medio....	- 100 -
CAPÍTULO 10. Plan operativo de mantenimiento y mejoramiento del producto	- 102 -
10.1 Antecedentes	- 102 -
10.2 Mejoramiento del sitio	- 102 -
10.2.1 Diseño	- 103 -
10.2.2 Contenido	- 105 -
10.3 Solución de conflictos técnicos	- 109 -
CAPÍTULO 11. Conclusiones y recomendaciones	- 111 -
ANEXOS.....	- 114 -
ANEXO 1. Encuesta sobre hábitos y costumbres de tecnologías en usuarios de Ciudad Guzmán .	- 114 -
ANEXO 2. Publicaciones realizadas por semana, durante los cuatro meses de actividad.....	- 119 -
ANEXO 3. Comentarios obtenidos en publicaciones	- 124 -
ANEXO 4. Test Usabilidad desde el usuario	- 128 -
ANEXO 5. Test sobre Percepción del usuario	- 134 -

Índice de Gráficos

Gráfico 1.1 Logotipo del sitio web informativo	- 4 -
Gráfico 1.2 Cabecera del sitio web informativo.....	- 8 -
Gráfico 1.3 Área central del sitio web informativo	- 10 -
Gráfico 1.4 Secciones en el área central del sitio web informativo	- 11 -
Gráfico 1.5 Frames en el área central de la página principal del sitio web informativo	- 12 -
Gráfico 1.6 Frames en el área central de la página interior de las secciones	- 13 -
Gráfico 1.7 Funciones de interacción	- 14 -
Gráfico 1.8 Pie de página del sitio web informativo	- 15 -
Gráfico 1.9 Recurso de consulta.....	- 16 -
Gráfico 3.1 Sexo	- 26 -
Gráfico 3.2 Edad con mayor consumo de tecnologías	- 27 -
Gráfico 3.3 Días de uso de Internet a la semana	- 27 -
Gráfico 3.4 Horas al día dedicadas a Internet.....	- 28 -
Gráfico 3.5 Usos de Internet.....	- 28 -
Gráfico 3.6 Dispositivos utilizados para consultas en Internet	- 29 -
Gráfico 3.7 Lugares de conexión a Internet	- 30 -
Gráfico 3.8 Interés por estar informado en lo último de noticias sobre tecnologías	- 30 -
Gráfico 3.9 Frecuencia de consulta de contenido sobre tecnologías	- 31 -
Gráfico 3.10 Tipos de contenidos consultados.....	- 31 -
Gráfico 3.11 Frecuencia de consulta de tutoriales para uso de aplicaciones o maximizar rendimiento en dispositivos	- 32 -
Gráfico 3.12 Formato de contenido buscado.....	- 32 -
Gráfico 3.13 Frecuencia de consulta de información sobre aplicaciones o software.....	- 33 -
Gráfico 3.14 Formato de contenido buscado.....	- 33 -
Gráfico 3.15 Frecuencia de consulta de información complementaria o datos interesantes sobre tecnología	- 34 -
Gráfico 3.16 Formato de contenido buscado.....	- 34 -
Gráfico 3.17 Presencia en redes sociales.....	- 35 -

Gráfico 3.18 Espacios de internet para mantenerse informado	- 35 -
Gráfico 3.19 Suscripción mediante correo electrónico	- 36 -
Gráfico 6.1 Visitas únicas por mes.....	- 49 -
Gráfico 6.2 Formas de ingreso	- 50 -
Gráfico 6.4 Ciudades con mayor ingreso	- 51 -
Gráfico 7.1 Reconocimiento del nombre y temática del sitio	- 67 -
Gráfico 7.2 El logo expresa nombre y contenido a tratar.....	- 67 -
Gráfico 7.3 Asociación de colores, elementos y formas de contacto	- 68 -
Gráfico 7.4 Tipo de audiencia a tratar	- 69 -
Gráfico 7.5 Contenidos y actualización en portada.....	- 69 -
Gráfico 7.6 Menú principal y enlaces.....	- 70 -
Gráfico 7.7 Contenido de portada y tipografía	- 71 -
Gráfico 7.8 Contenidos de utilidad.....	- 71 -
Gráfico 7.9 La forma de navegación es clara y se distingue	- 72 -
Gráfico 7.10 Se indica la ubicación en el sitio y permite la navegación con esta referencia-	73 -
Gráfico 7.11 Interacciones del usuario y buscador interno	- 74 -
Gráfico 7.12 Diseño del sitio y uso de imágenes	- 74 -
Gráfico 7.13 Valoración gráfica.....	- 75 -
Gráfico 7.14 Publicidad se destaca más que el contenido.....	- 76 -
Gráfico 7.16 Nuevos visitantes y reincidentes	- 77 -
Gráfico 7.17 Dispositivos de acceso al sitio web	- 77 -
Gráfico 8.1 Contenidos satisfactorios.....	- 80 -
Gráfico 8.2 Atiende necesidades de información.....	- 80 -
Gráfico 8.3 Información clara y fácil de entender.....	- 81 -
Gráfico 8.4 Se permite búsquedas precisas de información.....	- 81 -
Gráfico 8.5 Elementos interactivos que ayudan a encontrar lo deseado	- 82 -
Gráfico 8.6 Se interactúa para conseguir información deseada.....	- 83 -
Gráfico 8.7 Confianza en información	- 83 -
Gráfico 8.8 Velocidad de carga en páginas del sitio	- 84 -
Gráfico 8.9 Velocidad de carga en comparación con otros.....	- 84 -
Gráfico 8.10 Contenido de fácil lectura.....	- 85 -

Gráfico 8.11 Buena visualización de textos para lectura.....	- 85 -
Gráfico 8.12 Nombres de secciones comprensibles y claros.....	- 86 -
Gráfico 8.13 Aprender a utilizar el sitio es fácil.....	- 86 -
Gráfico 8.14 El sitio es simple de dominar	- 87 -
Gráfico 8.15 Es fácil navegar en el sitio.....	- 87 -
Gráfico 8.16 Resulta agradable a la vista	- 88 -
Gráfico 8.17 Contiene un diseño atractivo	- 88 -
Gráfico 8.18 Despierta interés al acceder	- 89 -
Gráfico 8.19 Resulta innovador con relación a otros que se conocen	- 89 -
Gráfico 8.20 Contiene un diseño diferenciado	- 90 -
Gráfico 8.21 El sitio resulta creativo	- 90 -
Gráfico 8.22 Genera satisfacción al utilizar el sitio.....	- 91 -
Gráfico 8.23 El acceder al sitio genera entusiasmo.....	- 91 -

Índice de Cuadros

Cuadro 1.1 Estructura de logotipo del sitio web informativo.....	- 4 -
Cuadro 1.2 Contenido de las secciones del sitio web informativo.....	- 9 -
Cuadro 1.3 Cuenta de Twitter.....	- 17 -
Cuadro 1.4 Cuenta de Facebook.....	- 18 -
Cuadro 1.5 Cuenta de YouTube	- 19 -
Cuadro 1.6 Cuenta SoundCloud	- 20 -
Cuadro 3.1 Matriz FODA.....	- 38 -
Cuadro 6.1 Número de contenidos generados por semana.....	- 52 -
de junio a septiembre de 2014.....	- 52 -
Cuadro 6.2 Contenidos más consultados por mes	- 53 -
Cuadro 6.3 Contenidos más consultados por sección	- 54 -
Cuadro 6.4 Acciones de usuarios en canales de difusión	- 56 -
Cuadro 6.5 Contenidos con mayor alcance en Facebook.....	- 57 -
Cuadro 6.6 Contenidos más retuiteados en Twitter.....	- 58 -
Cuadro 7.1 Autoevaluación de usabilidad.....	- 60 -

Cuadro 9.1 Manual descriptor de puestos	- 96 -
Cuadro 9.2 Personal de lanzamiento	- 98 -
Cuadro 9.3 Personal actual	- 98 -
Cuadro 9.4 Comunicación interna	- 100 -
Cuadro 9.5 Equipo de trabajo	- 100 -
Cuadro 9.6 Actualización y profesionalización.....	- 101 -
Cuadro 10.1 Logros y dificultades a junio 2013	- 102 -
Cuadro 10.2 Identidad visual.....	- 103 -
Cuadro 10.3 Reestructuración del sitio.....	- 104 -
Cuadro 10.4 Cambio de direcciones web	- 105 -
Cuadro 10.5 Agenda de contenidos.....	- 106 -

INTRODUCCIÓN

La búsqueda constante de instrumentos para facilitar el desarrollo de acciones o procesos del ser humano da como origen un conjunto de herramientas y métodos empleados para recabar, retener, manipular y distribuir información, nombradas como Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), las cuales al utilizarse en tareas cotidianas se convierten en parte esencial de la vida diaria. Como consecuencia, con la implementación de las TIC se brindan formas diferentes de comunicar y difundir la información.

Nuestro objetivo de plantear un proyecto de periodismo digital a través de *Punto Medio*, con base en Ciudad Guzmán, municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, radica en que es una de las entidades con fuerte presencia en el campo de las tecnologías y el Internet de acuerdo al Estudio de Censos y Conteos de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010). Además de ser una zona para la formación superior en carreras universitarias donde se fomentan competencias en el uso de las TIC y la formación de periodistas, en la licenciatura en periodismo, impartida en el Centro Universitario del Sur, de la Universidad de Guadalajara, y con ello el periodismo digital.

El contenido generado en *Punto Medio* tiene el fin de facilitar a un nivel universal el uso de las TIC en actividades comunes o necesarias por los usuarios, en tareas de prevención, productividad, mantenimiento, seguridad, recomendaciones e informar sobre las nuevas tecnologías en el mercado.

De este modo, buscamos brindar opciones de información a usuarios digitales inmersos e interesados en el desarrollo y contribuciones de las tecnologías, mediante un servicio de periodismo digital oportuno y asesorías a través de un espacio de interacción.

Este trabajo recepcional está estructurado de la siguiente forma: en el capítulo 1 de este documento se presentará la Descripción del sitio web *Punto Medio*.

En el capítulo 2, el autor de este trabajo recepcional presenta su Reflexión personal sobre este proyecto informativo. Enseguida, el capítulo 3 se aborda los Resultados del estudio de mercado.

Los Fundamentos legales aplicables al producto son presentados en el capítulo 4. Enseguida, en el capítulo 5, se incluye el Informe de los alcances o metas comerciales logradas.

Ingresos y estrategias comerciales aplicadas en el proyecto, se especifican en el contenido del capítulo 5. El capítulo 6 presenta un Informe estadístico de Punto Medio.

El capítulo 7 muestra un Informe de análisis de usabilidad. El informe de percepción se incluye en el capítulo 8.

El Informe implementación plan estratégico de recursos humanos se encuentra en el capítulo 9. Mientras que en capítulo 10 se puede observar el Plan operativo de mantenimiento y mejoramiento del producto.

Por último, se presenta el capítulo 11 Conclusiones y recomendaciones relacionadas al desarrollo y soporte de un sitio web de información como *Punto Medio*, seguido de Anexos y Bibliografía.

CAPÍTULO 1. Descripción del sitio web Punto Medio

1.1 ¿Quiénes somos?

Misión

Puntomedio.mx somos un sitio web informativo multimedia especializado en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), orientado a informar y brindar opciones de actualización a través de contenidos relevantes, oportunos, innovadores, interactivos y de servicio social.

Visión

Puntomedio.mx es un sitio web informativo de referencia para usuarios digitales que buscan aprovechar las oportunidades que Internet ofrece para adquirir competencias en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Objetivos

1. Informar y servir a la sociedad a través de un periodismo digital oportuno, relevante y objetivo sobre el desarrollo y aportaciones de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).
2. Promover el uso de las TIC, brindando asesoría a cibernautas sin importar su ubicación geográfica, sean estudiantes, personas físicas, escuelas, empresas, organizaciones o instituciones públicas.
3. Brindar un espacio de interacción en el que los cibernautas puedan intercambiar sus puntos de vista sobre lo más reciente y novedoso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
4. Formar, profesionalizar y actualizar a comunicadores y asesores digitales proporcionándoles técnicas y herramientas de las TIC para el desarrollo de habilidades, capacidades y dominio de los medios digitales.

Valores

Profesionalismo, trabajo en equipo, satisfacción al usuario, creatividad e innovación, compromiso y pertinencia.

1.2 Imagen corporativa


El Lema de *Punto Medio* es “pasión por las TIC” y está incluido en la parte inferior del logotipo del sitio web informativo en color negro. La inclusión del lema puede observarse en el Gráfico 1.1

Gráfico 1.1 Logotipo del sitio web informativo



El logotipo se conforma por tres elementos, expresados en el Cuadro 1.1:

Cuadro 1.1 Estructura de logotipo del sitio web informativo

Elemento	Justificación
	<p>En el centro del logotipo se encuentran dos símbolos universales en el campo de las tecnologías como lo es el código binario 1 y 0, entendido como cierto o falso, positivo o negativo. Además, puede encontrarse en la mayoría de los gadgets para encender y apagar los mismos.</p> <p>En este sentido, otorgamos el significado a 0 como el punto de partida de aquellos usuarios que no dominan el campo de las tecnologías, pero que tienen interés en contenidos relacionados a las Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC), mientras que el 1 para quienes están atentos a lo último en innovación digital.</p>



El engrane es utilizado como una forma de interacción entre los usuarios expertos y los no conocedores de las TIC.

Colores empleados

- Verde: Color de gran equilibrio, que está compuesto por el color de la inteligencia, la originalidad y la alegría: el amarillo y, del conocimiento y formalismo: el azul. En este sentido, se representa novedad, como las que brinda la Internet y las TIC, que permiten ofrecer a los usuarios información útil para su vida cotidiana.
- Azul (destello en el 0 y 1): Asociado al intelecto, a la confianza y a la lealtad, aspectos que se busca consolidar en los usuarios del sitio web informativo *Punto Medio* con su quehacer y aportaciones.
- Gris: Es la mezcla del negro y el blanco. En la gama de significados de la colorimetría se simboliza al color gris como de neutralidad y estabilidad de la organización, pero también de la brillantez.
- Blanco (en espacio de contenidos): La suma de todos los colores, es la unidad, además de la idea de limpieza.

1.3 Características del sitio

En el mundo virtual de la Internet se denomina sitio web a todo espacio donde una persona o entidad ofrece información digital y de acuerdo al tipo de recursos, servicios, contenidos y prestaciones ofrecidos al usuario estos espacios tienden a clasificarse, para el caso de. Para los contenidos con características informativas los sitios web de clase portal e información son los que pueden adecuarse, distinguiéndolos de la siguiente forma:

Un portal web es un sitio donde se ofrecen distintos recursos y servicios para el usuario, además de fungir como un punto de partida para la navegación en Internet.

En cambio el sitio web de información ofrece contenido que pretende reportar a los visitantes sobre temas de interés público o de algún tema en específico.

Entonces, en el caso de *Punto Medio* la función que cumple es la de un sitio web informativo, pues la oferta de sus contenidos se centran en informar y actualizar a los usuarios en temáticas relacionadas al campo de las TIC.

1.3.1 Diseño tecnológico

El nombre del dominio es: *puntomedio.mx*

El lenguaje de programación del sitio web informativo es HTML (Hyper Text Markup Language) o lenguaje de marcas hipertextuales, porque permite producir todo tipo de documentos estructurados en Internet. El sitio también utiliza una base de datos .php que permite almacenar usuarios, preferencias y cambios realizados en el sitio. Asimismo, son empleadas hojas de estilo CSS con el fin de poder asignar la forma en que deseamos sea visto un texto.

El sitio web informativo puede visualizarse en los navegadores de Internet (Safari, Internet Explorer, Mozilla, Firefox, Google Chrome) sin importar que estos sean para versiones móviles o de equipos informáticos.

1.3.2 Elementos del sitio web informativo

La información en la web se apoya en recursos multimedia con textos, imágenes, videos, audios e hipervínculos.

- Texto: para presentar la información se utilizarán las fuentes Helvética y Arial para el cuerpo del contenido, títulos de secciones, menú inferior y en barras laterales. La fuente Ubuntu es utilizada para los titulares y menú de categorías. Ambas familias tipográficas instaladas en la plantilla.
- Imágenes: éstas se usarán en formato JPG, GIF y PNG.

- Audios: los formatos a utilizar son mp3 y mp4.
- Vídeos: se emplearán en formato wmv.
- Hipervínculos internos y externos.

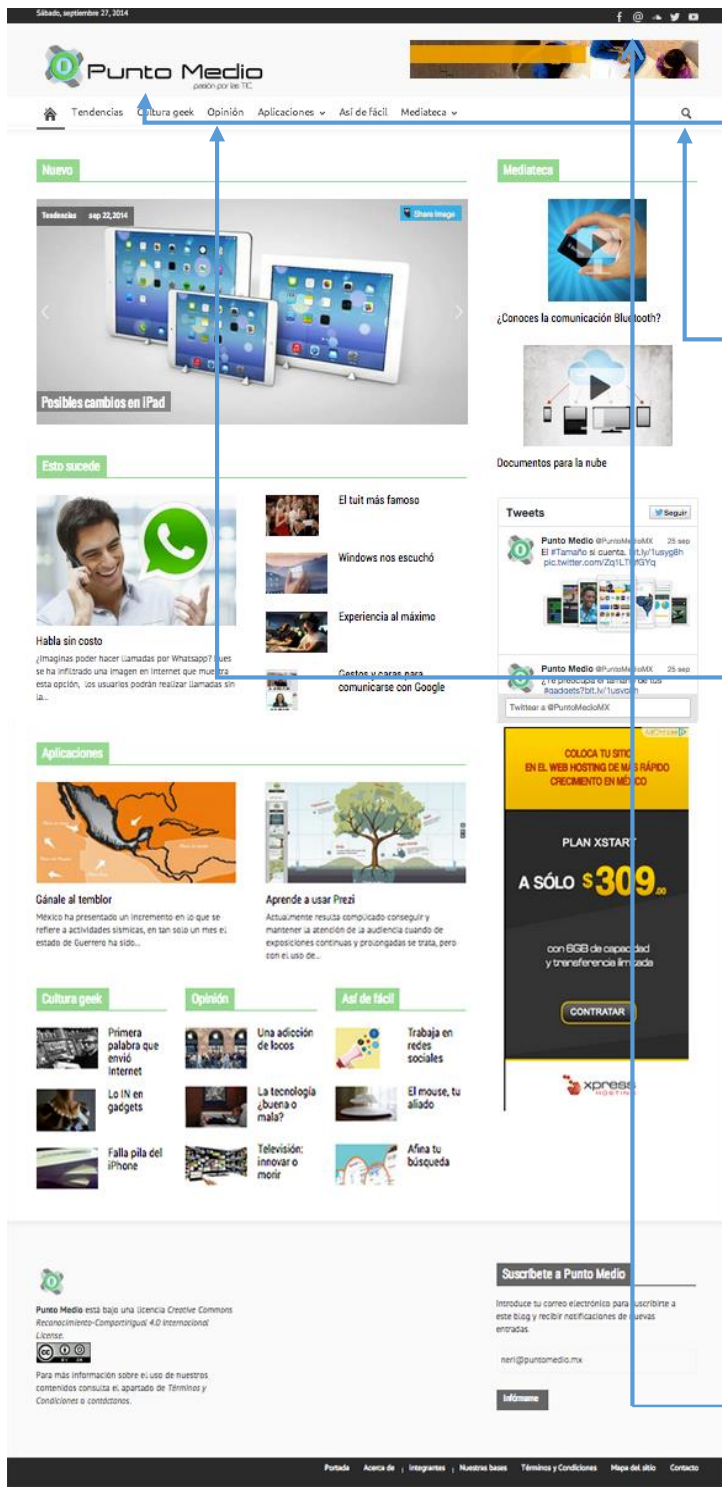
1.3.3 Estructura del sitio web informativo

El sitio web informativo contempla en su estructura los elementos:

- Cabecera
- Área central
- Barra lateral
- Pie de página

Los gráficos del 1.2 al 1.9 muestran la estructura del sitio, así como una breve explicación de sus componentes.

Gráfico 1.2 Cabecera del sitio web informativo



Cabecera

En el lado izquierdo de la cabecera del sitio está ubicado el logotipo del sitio web.

El sitio web cuenta con buscador de información que realiza acciones al introducir palabras clave o referentes a algún título, etiqueta o categoría

En la barra superior de navegación puede visualizarse un menú con seis secciones que integran el sitio: Tendencias, Cultura geek, Opinión, Aplicaciones, Así de fácil y Mediateca. Ante un desplazamiento del usuario hacia abajo este queda visible en todo momento. En el Cuadro número 2.2 es definida cada una de estas secciones.

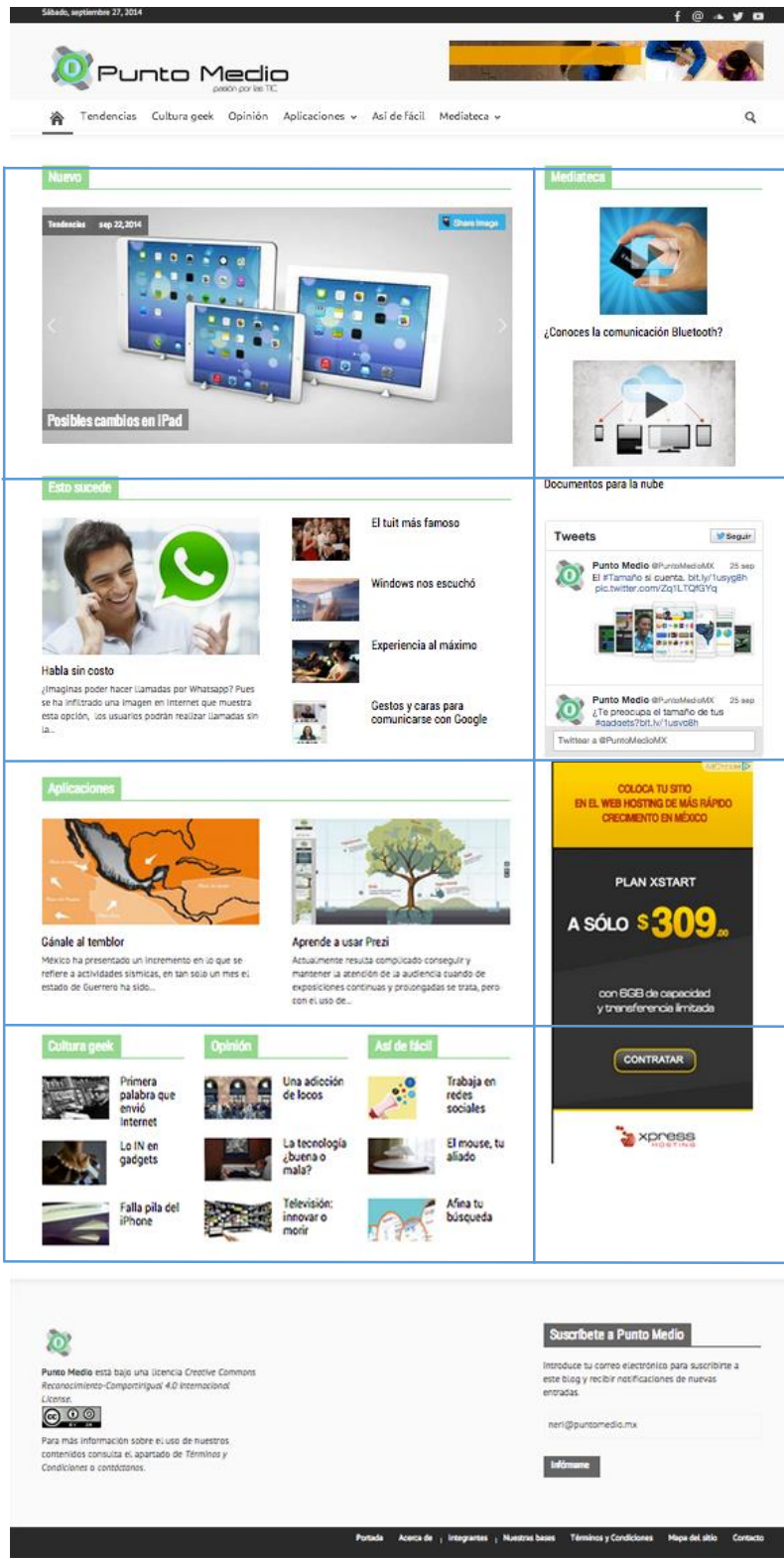
El sitio web presenta además enlaces a cuentas sociales como *Facebook* y actividad de *Twitter*.

Cuadro 1.2 Contenido de las secciones del sitio web informativo

Sección	Contenido
Tendencias	Información sobre novedades en tecnologías, dispositivos, empresas, beneficios y redes sociales.
Cultura Geek	Información complementaria sobre las TIC.
Opinión	Puntos de vista sobre la importancia de la formación y actualización en las TIC.
Aplicaciones	Información sobre aplicaciones para computadoras, de Internet y dispositivo móviles.
Así de fácil	Tutoriales sobre novedades de las TIC.
Mediateca	Contenidos en formato de audio, vídeo, multimedia e infografías.
Acerca de:	Presenta la Misión, Visión y Objetivos del sitio web.
Integrantes:	Nombres de desarrolladores y gestores de contenidos.
Nuestras bases:	Directivas Personales, Manual de Estilo y Código de Ética.
Términos y Condiciones	Aviso Legal, Derechos de Autor, Privacidad, Censura y Libertad de Expresión.
Formulario de Contacto	Nombre, e-mail, asunto, mensaje.

El contenido de este sitio web vertical o especializado en las Tecnologías de la Información y la Comunicación conduce al desarrollador del mismo a poner énfasis en un periodismo digital ágil y creativo, para cumplir particularidades, características de la Internet y la información periodística.

Gráfico 1.3 Área central del sitio web informativo



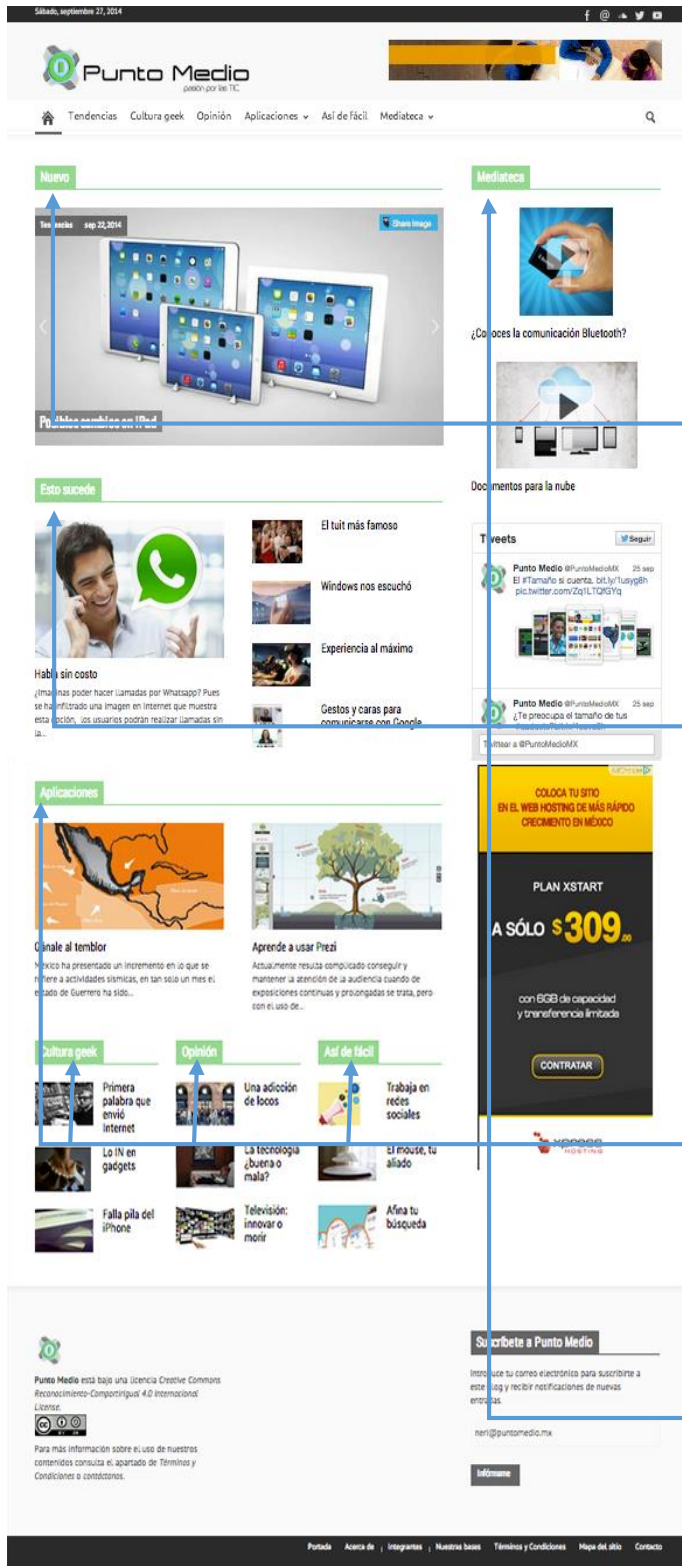
Área central

Esta área se encuentra dividida en dos columnas y muestra diversos frames.

Los frames o cuadros permiten dividir la página en distintas áreas para mostrar información en cada una de ellas.

La primera columna del lado izquierdo está dividida en cuatro bloques principales: el primero presenta un frame principal; el segundo un principal y cuatro secundarios; el tercero dos frames y el cuarto en nueve frames. Mientras que la columna derecha se divide en tres bloques; el primero con dos frames y los otros dos con un solo frame.

Gráfico 1.4 Secciones en el área central del sitio web informativo



Área central

La primera columna del lado izquierdo presenta las secciones “Nuevo”, “Esto sucede”, “Aplicaciones”, “Cultura Geek”, “Opinión” y “Así de fácil”.

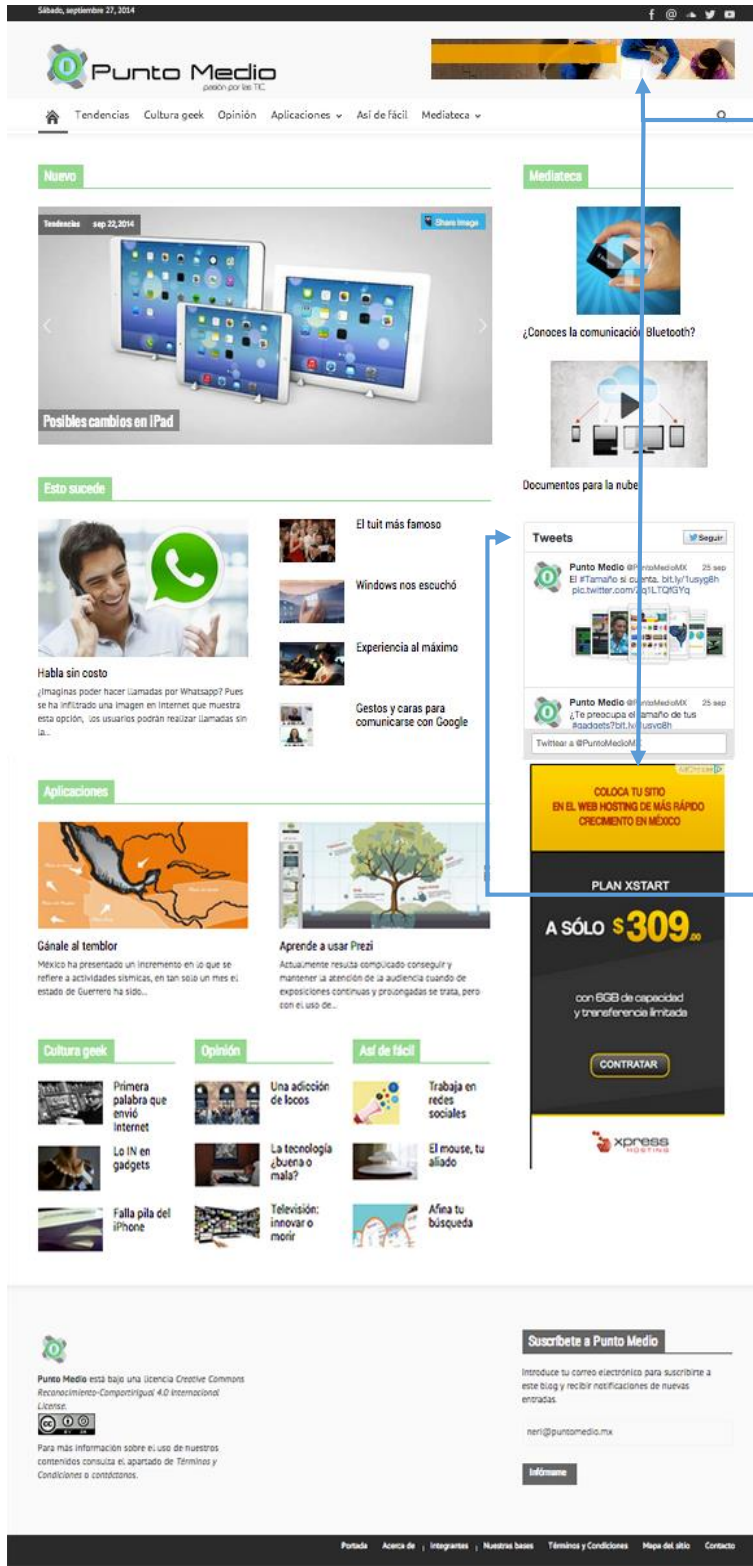
La sección *Nuevo* presenta contenidos actualizados que pueden visualizarse a través de un slide de imágenes, con tiempo de cambio de 6 segundos.

Esto sucede: es un apartado vinculado a la sección de Tendencias, pero mostrado con este título para indicar los nuevos hechos en relación a las TIC. Los contenidos se muestran en forma aleatoria.

En esta área central también pueden visualizarse contenidos aleatorios de otras secciones de la barra de navegación: *Aplicaciones*, *Cultura geek*, *Opinión* y *Así de fácil*.

Mientras que en la parte superior de columna izquierda la sección *Mediateca*.

Gráfico 1.5 Frames en el área central de la página principal del sitio web informativo

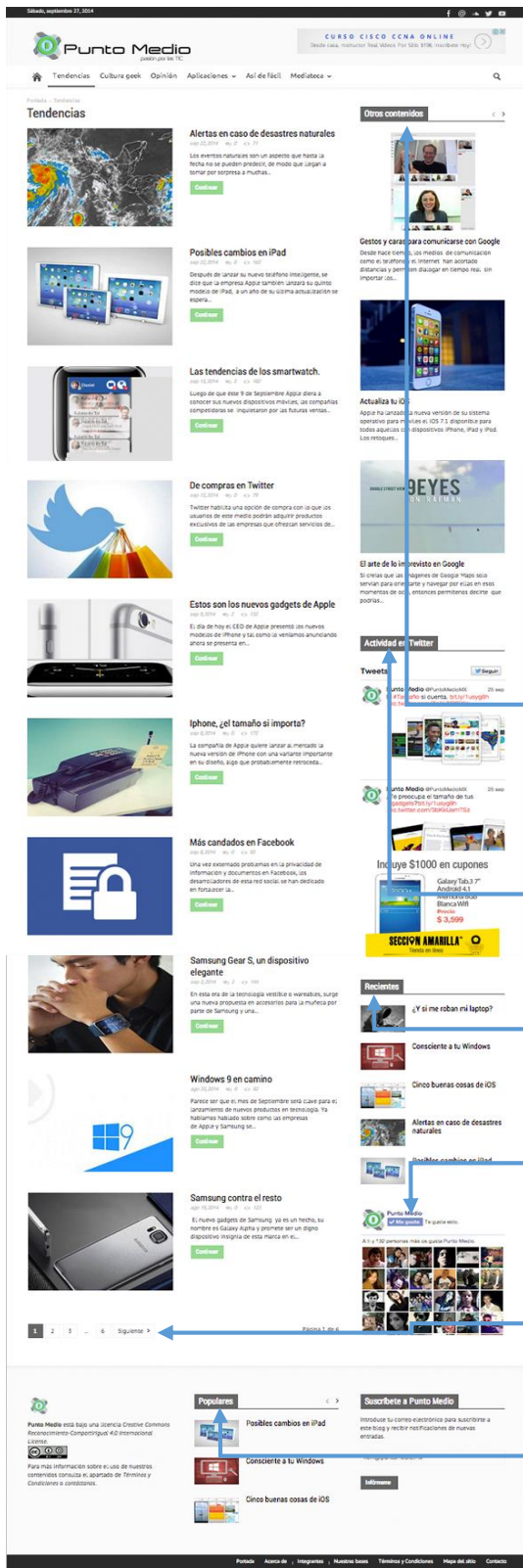


Publicidad digital

Se cuenta con tres bloques de banner publicitario, un banner horizontal de 468x60, uno tipo box de 300x250 y en la “Página principal” uno de 300x600. Estos son responsabilidad del servicio *Google AdSense*, variando según las preferencias de búsqueda en Internet por parte del usuario.

Esta área cuenta con un frame para mostrar la actividad en *Twitter* y revisar cronología de publicaciones.

Gráfico 1.6 Frames en el área central de la página interior de las secciones



En cada sitio correspondiente a las secciones principales puede visualizarse de su lado izquierdo la primera noticia reseñada en “Página principal”, así como los contenidos que han sido publicados anteriormente por imagen destacada, título, extracto, fecha de publicación, comentarios y vista. Del lado derecho aparecen los apartados: “Otros contenidos”, “Actividad en Twitter”, “Recientes” y actividad de Punto Medio Me gusta, de la red social Facebook.

Otros contenidos: invita al usuario a consultar más contenidos anteriormente publicados.

Actividad en Twitter: muestra las difusiones realizadas en esta red de microblogging.

Recientes: presenta al usuario los contenidos más nuevos.

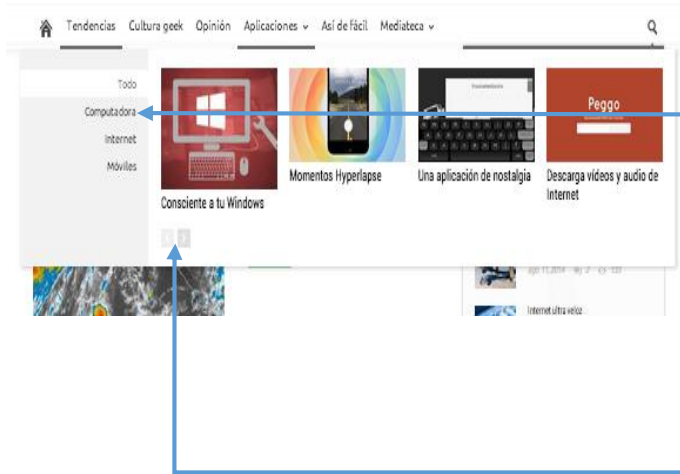
Actividad Me gusta en Facebook: presenta a la comunidad y/o seguidores del sitio.

Cada sección cuenta con un archivo de contenidos acumulados en páginas numeradas.

Populares: presenta contenidos más vistos del sitio web.

Gráfico 1.7 Funciones de interacción

Las secciones “Aplicaciones” y “Mediateca” cuenta con subsecciones.



En “Aplicaciones” el usuario puede localizar contenidos agrupados en: “Computadora”, “Internet”, “Móviles” o revisar al mismo tiempo en “Todo” los contenidos incluidos en esta sección.

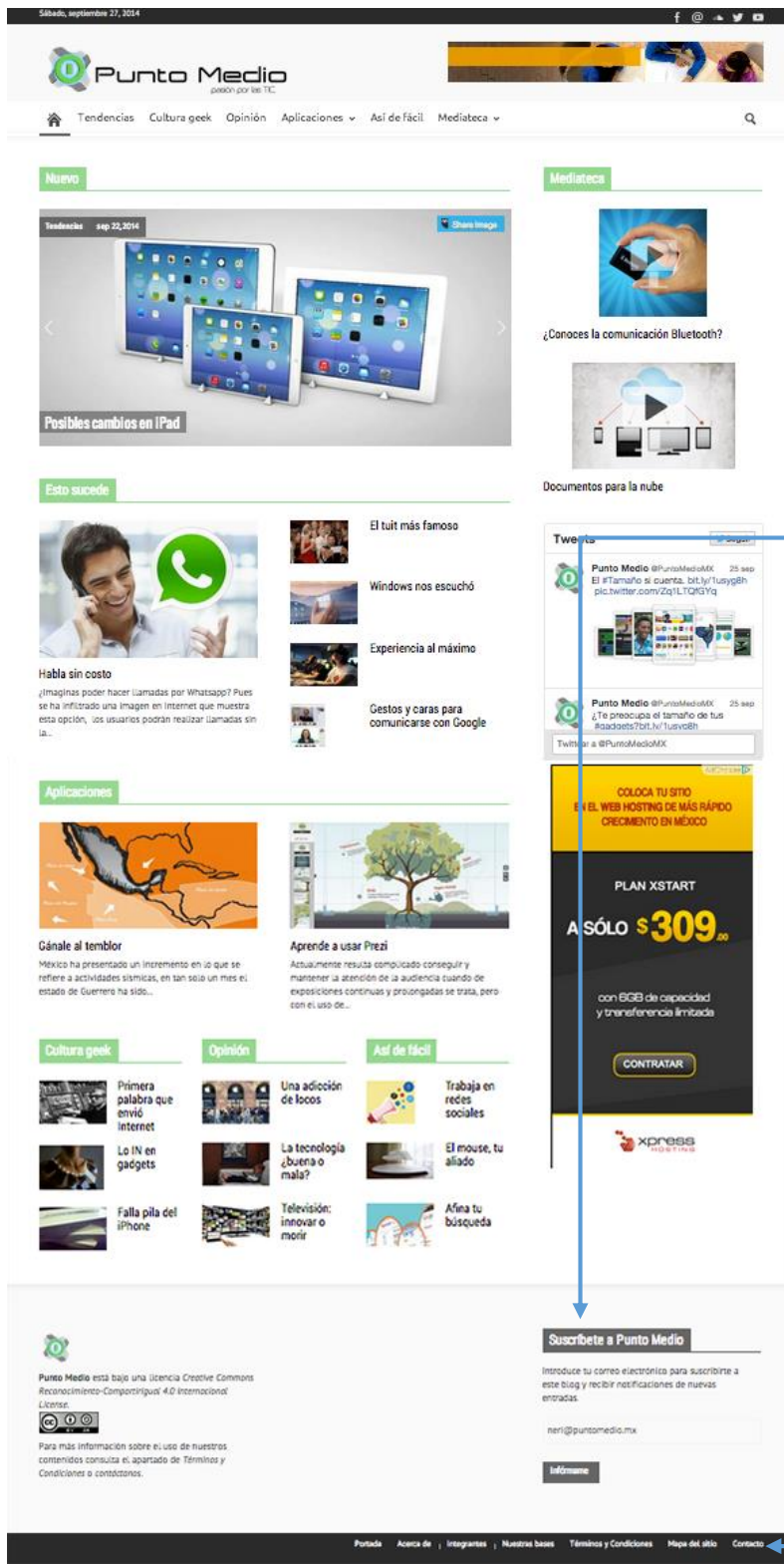
También presenta flechas de navegación a modo de scroll para desplazarse en contenidos anteriores.



Los contenidos de la sección “Mediateca” están agrupados en subsecciones: “Audio”, “Infografías”, “Multimedia”, “Video” y “Todo”.

Incluyen flechas de navegación a modo de scroll para desplazarse en contenidos anteriores.

Gráfico 1.8 Pie de página del sitio web informativo



Pie de página

En la parte inferior de la página está dividido en dos bloques, en el primero aparecen resaltados los datos de licencia del sitio, los apartados: *Suscríbete a Punto Medio* y *menú inferior*.

Suscríbete a Punto Medio: facilita los boletines de actualizaciones en el e-mail del usuario.

Mientras que en el siguiente resaltado con una franja de color negro un menú que incluye *Portada, Acerca de, Integrantes, Nuestras bases, Términos y Condiciones, Mapa del sitio* y *Contacto*

Gráfico 1.9 Recurso de consulta



Recurso de consulta

El sitio web informativo cuenta con un buscador de información. El usuario podrá visualizar el título de la nota que contiene la palabra a consultar, fecha de publicación, número de visitas, así como la imagen que ilustra el artículo correspondiente.

Al final se visualiza el texto “Ver todos los resultados” con el cual el usuario podrá consultar más resultados obtenidos.



El sitio ofrece un botón de interacción que aparece al desplazarse hacia abajo; casi a la mitad del sitio. Este facilita y realiza el desplazamiento automático hacia arriba.

Cuando la página se visualiza en su parte superior o de la mitad para arriba, este botón no aparece.

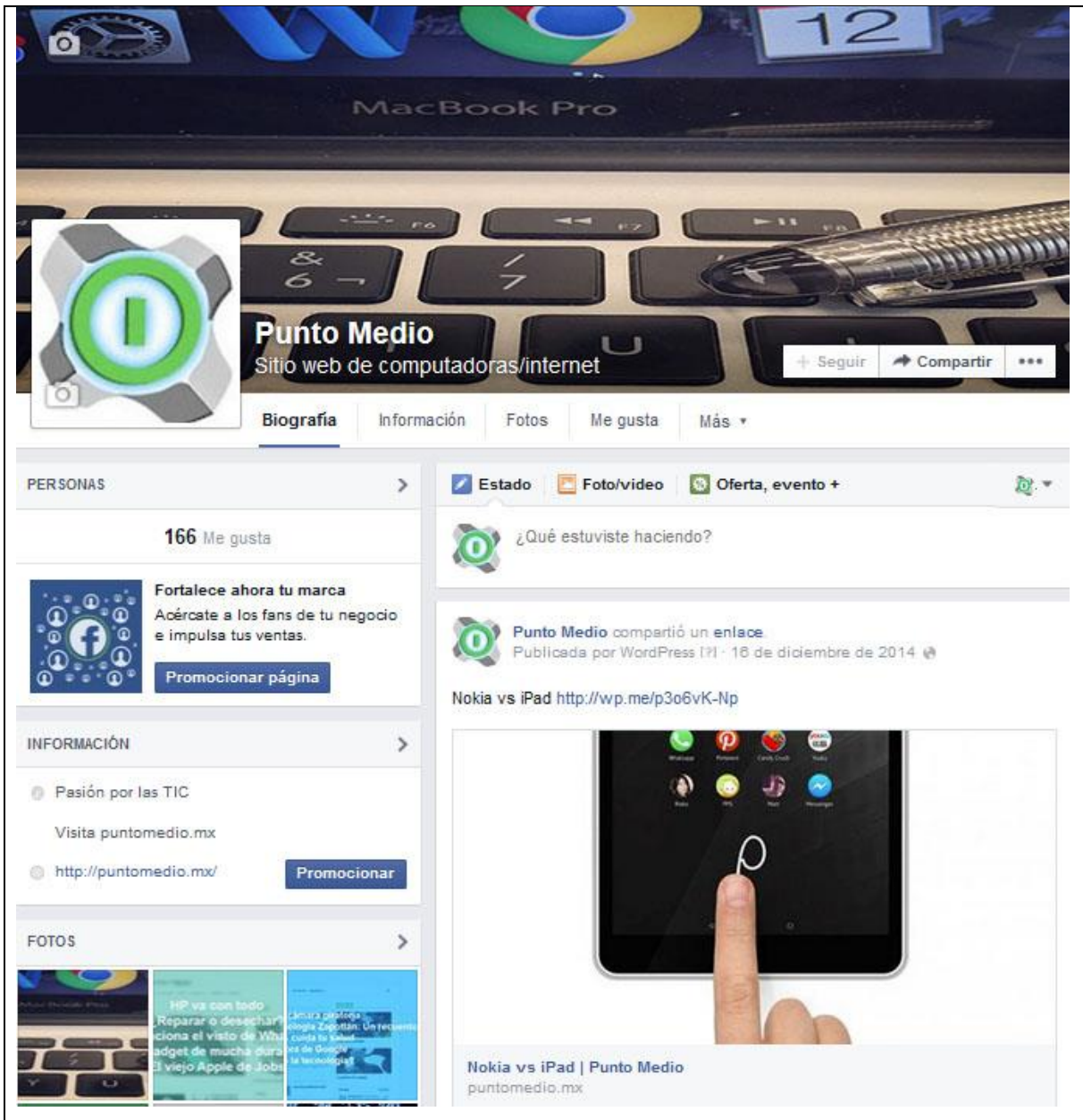
1.4 Canales de difusión

Para la interactividad con los usuarios de *Punto Medio* se crearon las cuentas *Twitter* (PuntoMedioMx) Cuadro 1.3, *Facebook* (Punto Medio) Cuadro 1.4. De igual forma se registraron cuentas de plataformas, las cuales se presentan en el Cuadro 1.5 y 1.6: *YouTube* y *SoundCloud* para hospedar los contenidos de video y audio.

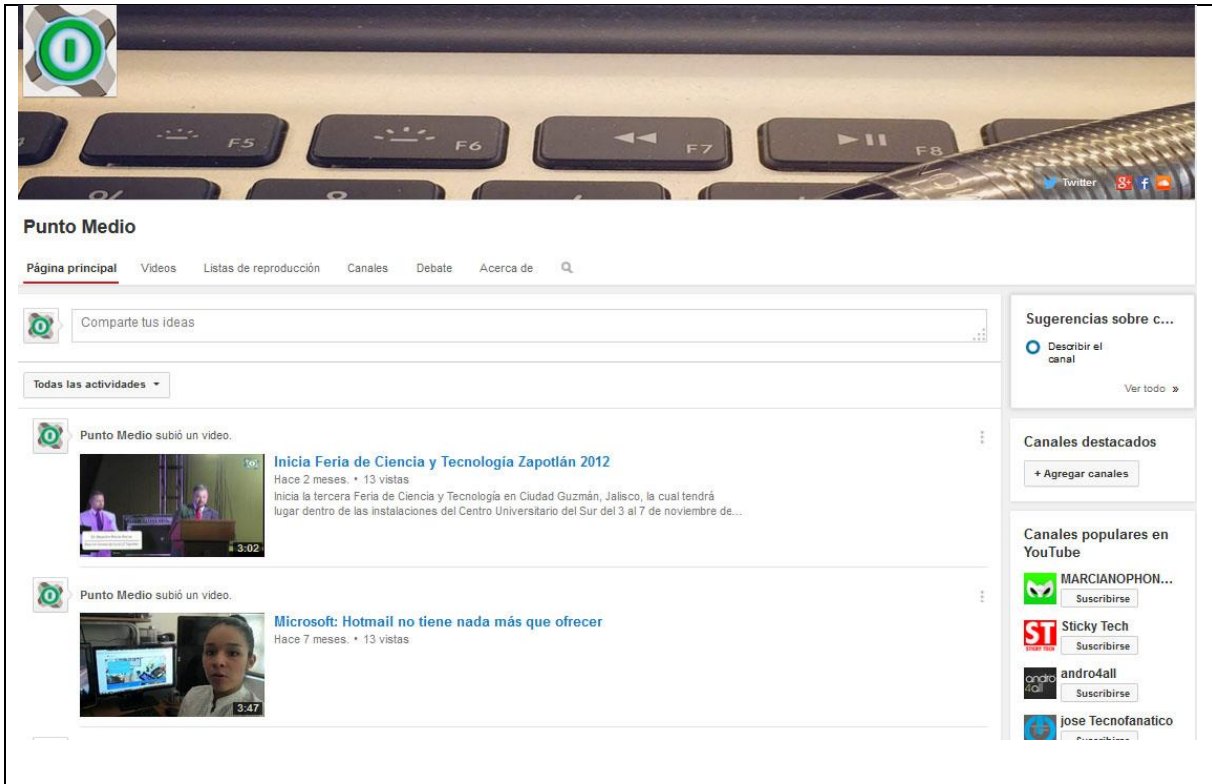
Cuadro 1.3 Cuenta de Twitter



Cuadro 1.4 Cuenta de Facebook



Cuadro 1.5 Cuenta de YouTube



Cuadro 1.6 Cuenta SoundCloud

The screenshot displays the SoundCloud profile for 'PuntoMedioMX'. The profile header includes the SoundCloud logo, navigation tabs for 'Home' and 'Collection', and a search bar. The profile information shows the name 'PuntoMedioMX', location 'Guadalajara, Mexico', and a follower count of 5. Below this, there are links to the website 'puntomedio.mx/' and social media profiles on Facebook, Twitter, and YouTube. The main content area features three audio tracks, each with a play button, the track title, the upload date, a hashtag, a waveform, and interaction icons (heart, list, share, and a play button with a number). The tracks are: 1. 'Nueva tablet con Android' (2 months old, 1:32 duration, 7 likes, 3 shares), 2. 'Iphone 6' (5 months old, 2:01 duration, 12 likes), and 3. 'Qué hacer si un dispositivo se moja' (9 months old, 1:34 duration, 7 likes).

CAPÍTULO 2. Reflexión personal

El ámbito de las tecnologías ha influido en el consumo de información del ser humano, volviéndolo un ente más proactivo e interesado en contenido de valor. De modo que los periodistas necesitan conocer las necesidades y expectativas de los usuarios de proyectos digitales para facilitarles información de la que puedan apropiarse para generar conocimiento, pero también de crear espacios virtuales de interacción para una sociedad en red.

En el transcurso de la Maestría en Periodismo Digital, por sus actividades, materiales y asesoramientos, es como fui reconociendo y a la vez comprendiendo al Internet como un espacio de interés social en el que convergen los medios de comunicación, la información y el entretenimiento.

El gran reto fue el de reconocer a esa red de información como un ambiente en el cual se llega a obtener referencias para comunicar tópicos actuales, producir contenido interactivo desde un espacio virtual, tratando de seguir a una tendencia definida, aspectos que sin duda alguna obligan a un análisis minucioso de lo que los lectores digitales están consumiendo y cómo lo hacen.

El perfil del posgrado indica que el egresado de la Maestría en Periodismo Digital será capaz de:

- Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos. utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.
- Gestionar y generar proyectos para la creación de nuevas empresas periodísticas e informativas en Internet.
- Desarrollar diagnósticos sobre servicios, productos y empresas informativas, para proponer mejoras o innovaciones a través de la implementación de proyectos de intervención.
- Gestionar y administrar contenidos, usuarios y comunidades a través de recursos en línea.

- Implementar el uso de tecnologías digitales para la producción y comunicación de información en empresas públicas y privadas.
- Coordinar y dirigir el diseño y la implementación de portales electrónicos con fines informativos.
- Gestionar contenidos y comunidades en medios digitales.

Después de haber cursado las asignaturas del posgrado para adquirir conocimientos y habilidades en periodismo digital, así como al desarrollar el proyecto de *Punto Medio* comprendí que para poder lograr una marca digital en el campo de la información digital se necesita de aptitudes profesionales que dicten el hacer, decir y ser de un periodista en entornos digitales. Desde conocer el lenguaje del periodismo digital; saber administrar un sitio web de Internet y evaluar los proyectos digitales, etapa de aprendizaje a partir de las experiencias frente al usuario, las rutinas periodísticas digitales y dirigir un equipo comprometido con el sitio web informativo. Saber gestionar todo ello estará reflejado en la calidad del producto comunicativo, en forma y fondo; así como en la lealtad por parte de los usuarios. En consecuencia, contar con excelente posicionamiento del sitio web.

Estar presente en el espacio virtual es tener presente el factor inmediatez, el cual es valorado por los usuarios, de manera que debe aprovecharse la multipresencialidad que brindan las redes sociales, y donde la mayoría de usuarios tienen una notable presencia, al consumir información desde diversos dispositivos móviles, tabletas, etcétera.

Un reto importante para el desarrollo de *Punto Medio* fue la conformación de un equipo comprometido y con afición por la temática del sitio. Para el autor de este trabajo y responsable del proyecto resulta provechoso trabajar con alumnos de periodismo del Centro Universitario del Sur, quienes se han adaptado a la forma de trabajar en el proyecto y la familiaridad con las TIC. Asimismo, valoro su apertura para la capacitación a través de cursos, charlas y reuniones editoriales que nos han brindado la oportunidad de llevar a cabo una labor periodística con esfuerzo y dedicación para cumplir los objetivos planteados.

Por lo que un periodista digital adopta el rol de capacitador, así lo he sentido al momento de transmitir habilidades y aptitudes adquiridas en el proceso de posgrado al equipo de trabajo, al asesorar en la producción de elementos audiovisuales, el uso y edición de gráficos digitales, asignación de elementos hipertextuales para enlaces o clasificación de contenidos, así como la asociación con el gestor de contenidos utilizado para el proyecto.

Un aspecto negativo que llega a opacar las labores de un sitio web informativo y en el cual se debe prestar atención es la falta de protocolos y herramientas de seguridad, pues al ser un sitio alojado en Internet, se llegan a presentar ataques con el fin de obtener información de los usuarios o convertir al sitio en un emisor de archivos basura, comúnmente conocidos como *SPAM*.

De modo que con brindar una interfaz atractiva y dinámica no es suficiente, solo es la parte visual, la de diseño, pero la parte interna correspondiente a ficheros, bases de datos, lenguajes de estilo, ingresos y sobre todo contraseñas son a mi experiencia más importantes. Resalto esto porque el proyecto puntomedio.mx fue hackeado al finalizar el periodo de trabajo requeridos para este reporte, y como encargado y responsable del sitio se da cuenta de que necesita la ayuda de gente dedicada a este campo, pero también de los diseñadores web para el desarrollo del sitio web informativo, la cual considero es la parte más metódica y problemática, a partir de mi experiencia.

Desde mi punto de vista, observo al sitio de Punto Medio, como una oportunidad para auxiliar a aquellas personas que todavía no se favorecen de las tecnologías para prácticas comunes, como también para quienes ya las utilizan. Además de servir como un espacio informativo interactivo donde se resalta lo más importante en el campo de las tecnologías de cada semana, sin la necesidad de estar consumiendo información repetida en diversos medios. Ambos retos fueron enfocados a un lugar y segmento de audiencia determinado, en los cuales identifiqué un logro alcanzado gracias a la labor de personal y de usuarios.

Aunque también se debe dar mérito a los usuarios, ya que mediante acciones cotidianas en sus perfiles sociales se convierten en difusores y colaboradores para expandir una marca

digital, claro que para esto requiere de estrategias específicas y diversas de estos canales de difusión, sirviendo de motivadores para la participación activa del usuario.

Entonces, con base en mi experiencia en este proyecto reconozco que la investigación para determinar hacia dónde dirigir un proyecto digital es básica, así como la búsqueda, dirección y atención de un personal que facilite las labores internas. En ambos casos se debe atender necesidades y evaluar situaciones.

CAPÍTULO 3. Resultados del estudio de mercado

3.1 Características del mercado y usuarios objetivo

Punto Medio abordará un segmento de mercado enfocado a usuarios de Ciudad Guzmán, Jalisco, Con base a los Niveles Socio Económicos (NSE) definidos por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencias de Mercado y Opinión (AMAI, 2013), la población de Ciudad Guzmán se clasifica en los siguientes niveles:

- C+: Tiene cubierta todas las necesidades de calidad de vida.
- C: Alcanzan un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades.
- C-: Cuentan con enseres y equipos que le aseguran el mínimo de practicidad y comodidad.

Ciudad Guzmán ocupa según el Estudio de Censos y Conteos de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010) el octavo lugar en relación a viviendas con disponibilidad a una conexión a Internet, 1.39%, es decir, 6,790 hogares conectados. En cuanto a viviendas con disponibilidad de equipo de cómputo, en base al mismo estudio, esta ciudad mantiene la misma posición con 9,537 equipos informáticos en casa, lo que equivale el 1.46% sobre los provistos en Jalisco.

El estudio realizado en 2013 por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), posiciona a Jalisco como la tercera entidad federativa con más internautas; 50.7% hombres y 49.3% mujeres. Cifras en las cuales Ciudad Guzmán juega un papel importante, al estar dentro de los primeros diez municipios con mayor presencia en esta red de información y comunicación.

El rango de edades a contemplar en *Punto Medio* se define y sustenta con base en los resultados del Estudio de Censos y Conteos de población y vivienda y por el Anuario Estadístico y Geográfico de Jalisco 2013, ambos desarrollados por el INEGI. De modo que la edad por la

cual se delimita a nuestros usuarios es de entre 18 a 34 años de edad, quienes tienen más presencia en Internet a nivel nacional:

- Entre 18 y 24 con un 20.9%
- Entre 25 y 34 con un 18.1%

3.1.1 Análisis de usuarios objetivo

Para conocer los usuarios objetivo, el autor de este trabajo aplicó a una pequeña muestra de 20 usuarios de Ciudad Guzmán escogidos al azar, una encuesta digital conformada por 20 ítems de respuestas cerradas sobre hábitos de consumo y costumbres de tecnología (Anexo 1), durante el mes de mayo del año 2013. Con este sondeo se obtuvieron pautas que dictan los contenidos y la viabilidad de *Punto Medio*, así como de indagar qué segmento es el más interesado en proyectos como el aquí presentado.

De 20 encuestados 60 por ciento corresponden al sexo femenino (Gráfico 3.1). Respecto al rango de edades con mayor consumo de tecnologías, este fue la de entre 18 y 24 años con 70 por ciento, mientras que los de entre 25 y 34 años representan 30 por ciento (Gráfico 3.2).

Gráfico 3.1 Sexo

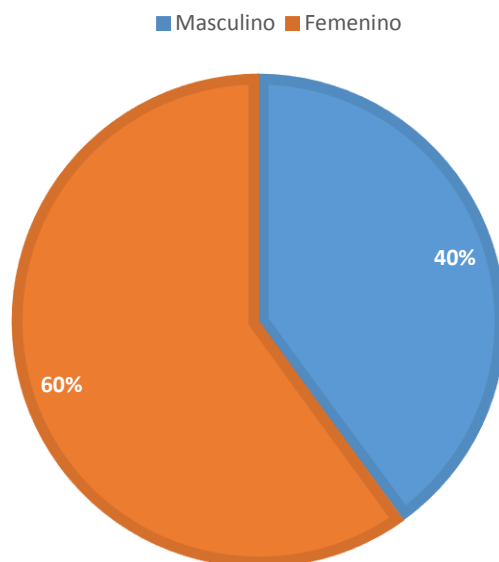
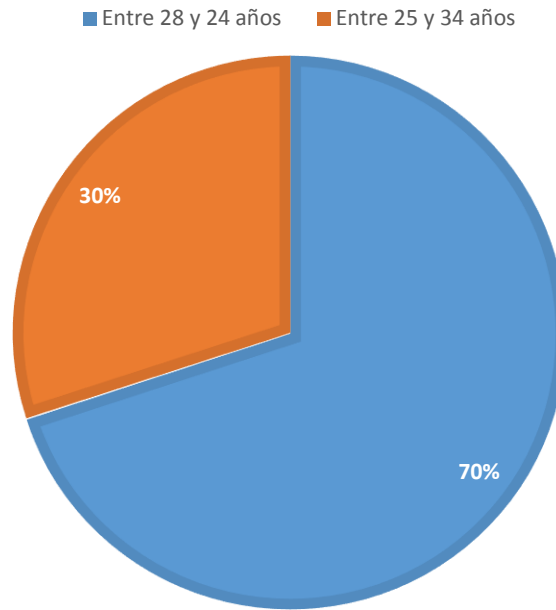


Gráfico 3.2 Edad con mayor consumo de tecnologías



Los gráficos 3.3 y 3.4 dan cuenta cómo Internet se ha convertido en parte de sus vidas, el 70 por ciento lo utiliza toda la semana, por una cantidad de horas muy variada. Todos navegando más de una hora por día.

Gráfico 3.3 Días de uso de Internet a la semana

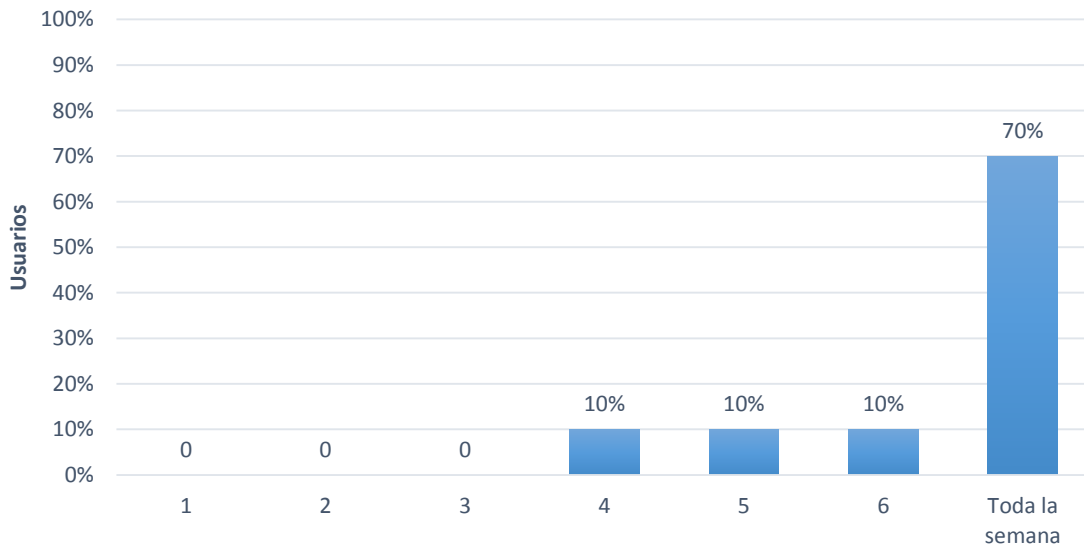
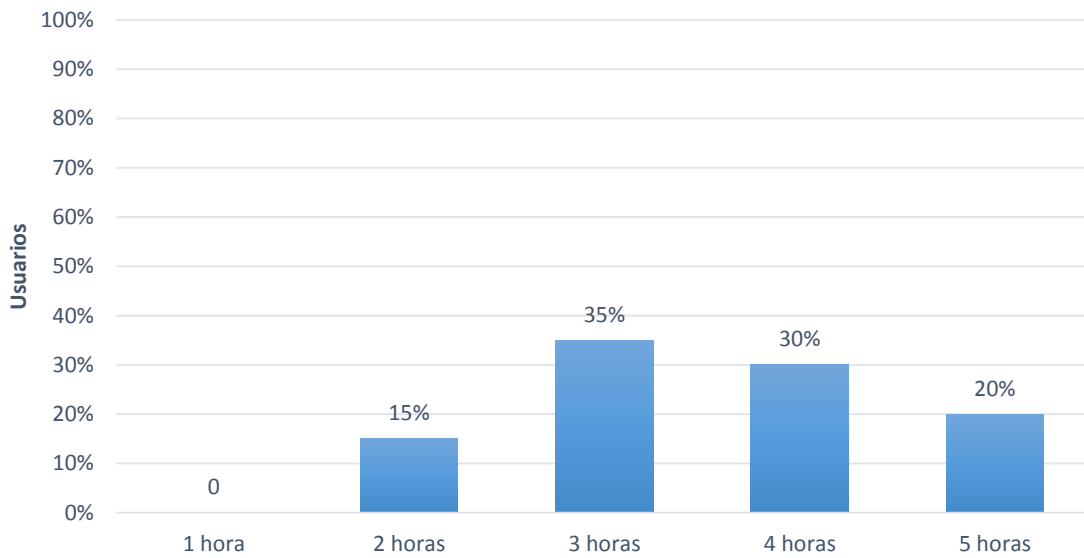
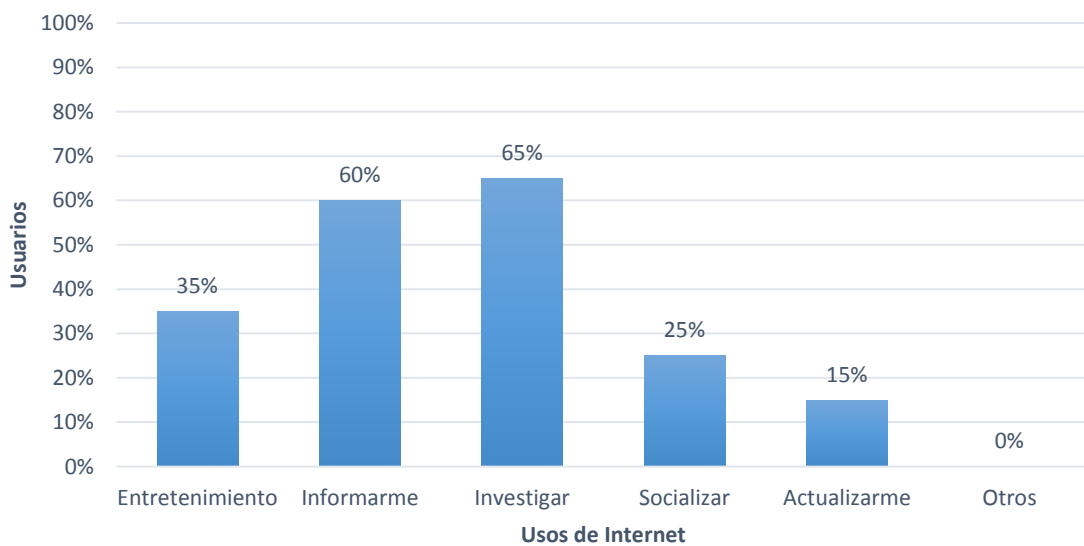


Gráfico 3.4 Horas al día dedicadas a Internet



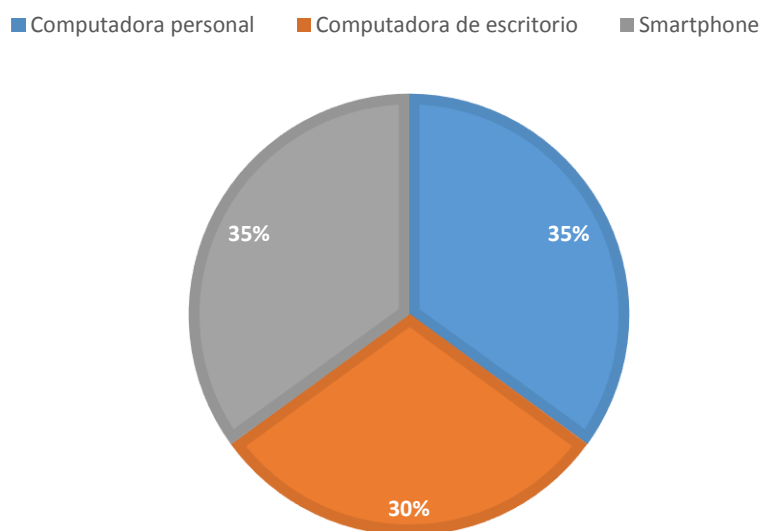
En las formas de usar Internet, el Gráfico 3.5 demuestra cómo el sentido de información e investigación son las más populares, seguido de entretenimiento, socialización y actualización.

Gráfico 3.5 Usos de Internet



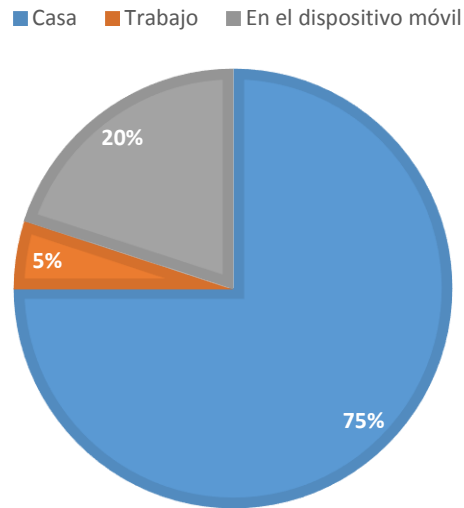
El dispositivo más preferido para consultas en Internet se presentan en el Gráfico 3.6, dando como conclusión que los más utilizados son dos, con un empate del 35 por ciento de preferencia en computadora personal y el teléfono inteligente o Smartphone, ambos dejan en evidencia el gusto por el consumo de información móvil, aunque las tabletas digitales no resultaron tan favorecidas, ya que no obtuvieron preferencia alguna. En segundo lugar se encuentra la computadora de escritorio.

Gráfico 3.6 Dispositivos utilizados para consultas en Internet



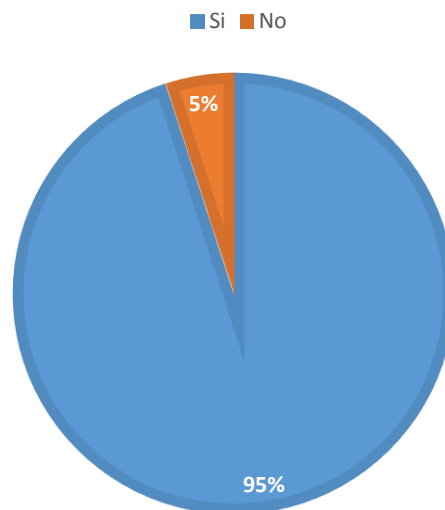
Sin embargo, aunque exista un empate entre dispositivos con características móviles, la Gráfica 3.7 exhibe cómo la casa (75 por ciento), es el lugar de preferencia para conectarse a Internet, las conexiones móviles representan un 20 por ciento. Por lo que se observa que en el hogar coexisten tanto teléfonos inteligentes como computadoras personales, y que el ingreso mediante paquetes de datos por compañías telefónicas no es tan dominante, sólo en situaciones en que el sujeto se encuentre fuera del hogar.

Gráfico 3.7 Lugares de conexión a Internet



El interés por estar al tanto de lo último en tecnologías es notorio como puede observarse en la Gráfica 3.8 con un 95 por ciento de respuestas a favor de este tipo de contenidos. De hecho, reflejan posicionamiento de diversos sitios de donde habitualmente consumen información sobre este tipo que van desde sitios dedicados a tecnologías como *Gizmodo.com*, *UnoCero.com* entre los más repetidos, buscadores web como *Google* y *Bing* para solicitar resultados en base a un tópico en especial, y sitios de contenido informativo general como *CNN* y *ABC*.

Gráfico 3.8 Interés por estar informado en lo último de noticias sobre tecnologías



En cuanto a tipos de contenido más específicos, resalta con relación al Gráfico 3.9 la frecuencia de consulta relacionada a información sobre tecnologías, existe una continuidad regular, prefiriendo como se explica en el Gráfico 3.10, el contenido meramente informativo, su preferencia es del 84 por ciento.

Gráfico 3.9 Frecuencia de consulta de contenido sobre tecnologías

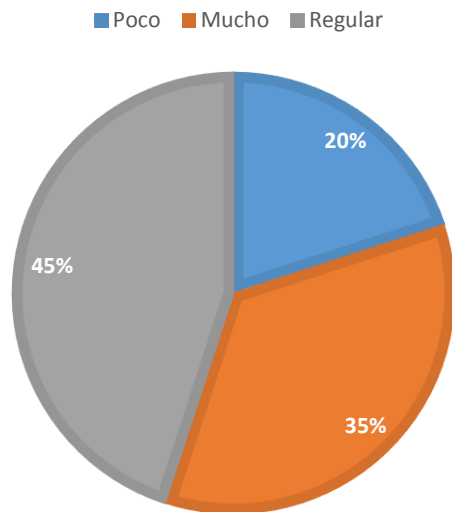
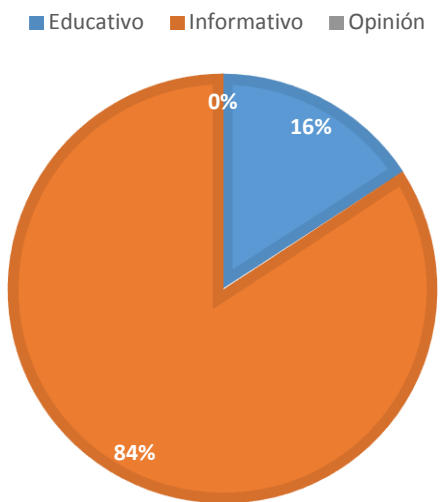


Gráfico 3.10 Tipos de contenidos consultados



Para la consulta de tutoriales sobre el manejo de aplicaciones o formas de maximizar el uso de sus dispositivos, el Gráfico 3.11 registra una frecuencia regular, dejando en claro en el Gráfico 3.12 la preferencia en el contenido a manera de vídeo con un 57 por ciento para este tipo de información.

Gráfico 3.11 Frecuencia de consulta de tutoriales para uso de aplicaciones o maximizar rendimiento en dispositivos

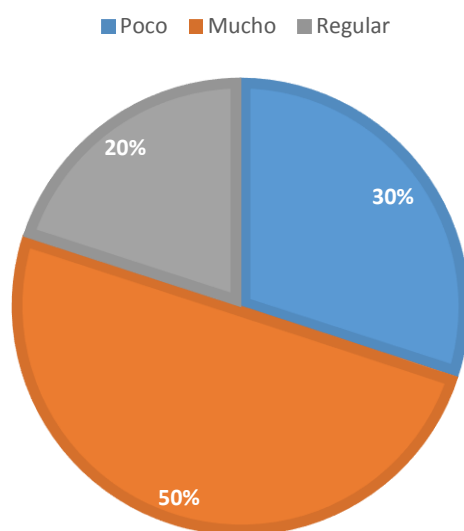
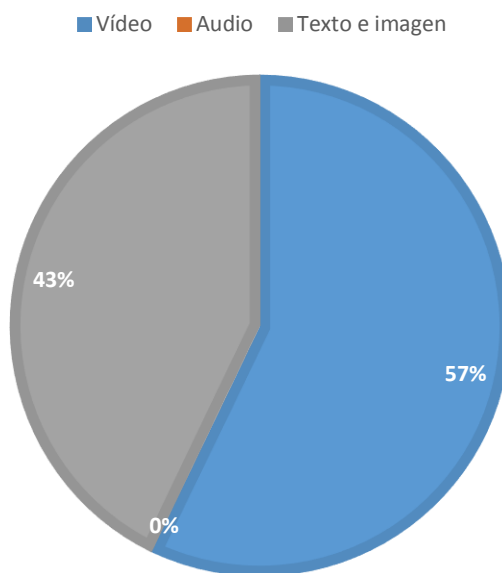


Gráfico 3.12 Formato de contenido buscado



Las aplicaciones o programas de computadora (Gráfico 3.13) también reflejan una frecuencia regular en consumo, aquí se prefiere un contenido mixto, es decir, de vídeo y texto con imágenes, hecho que se refleja en los porcentajes incluidos en el Gráfico 3.14, pues el primero refleja un 45 por ciento de preferencia y el segundo un 55 por ciento.

Gráfico 3.13 Frecuencia de consulta de información sobre aplicaciones o software

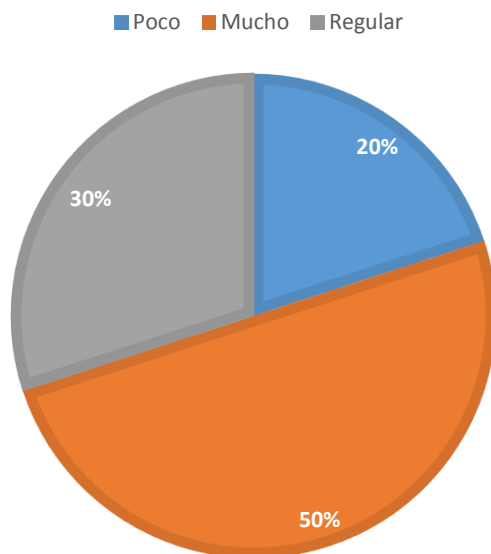
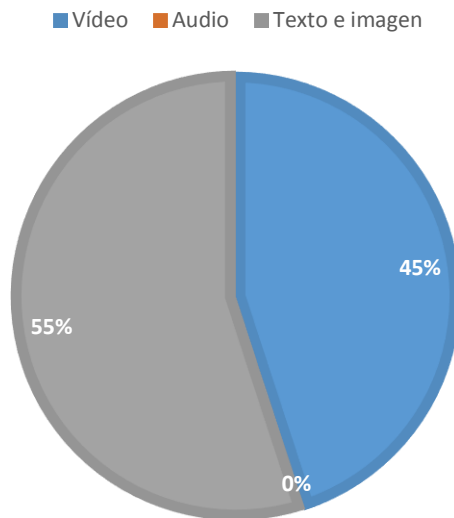


Gráfico 3.14 Formato de contenido buscado



En el campo de las tecnologías, también tiene lugar aquella información complementaria, con una frecuencia de consumo regular demostrada en el Gráfico 3.15, prefiriendo los formatos de texto e imagen con un 65 por ciento, estos incluidos en el Gráfico 3.16.

Gráfico 3.15 Frecuencia de consulta de información complementaria o datos interesantes sobre tecnología

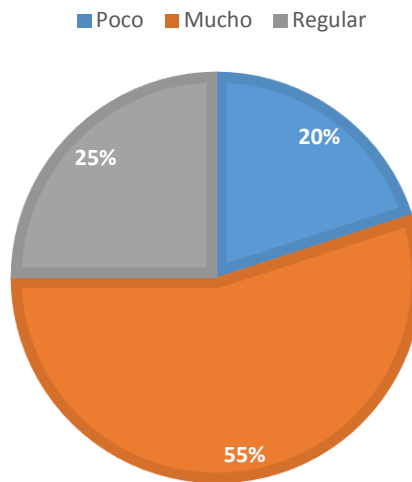
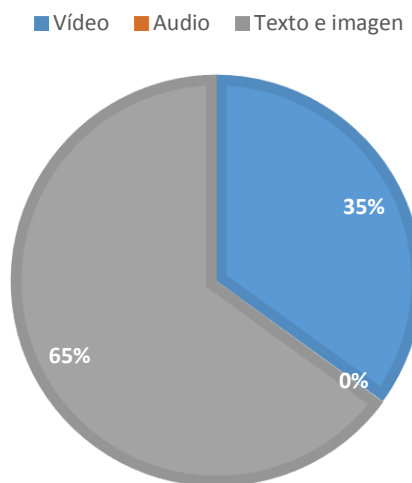


Gráfico 3.16 Formato de contenido buscado



Sin duda alguna, las redes sociales son un canal por excelencia para la difusión y consumo de información, en este sentido, nuestros usuarios encuestados (Gráfico 3.17), utilizan *Facebook* y *Twitter*, además de *Google+* e *Instagram*. Pero esto no resulta clave para ellos, pues en el Gráfico 3.18 revela que prefieren a los sitios web como espacios ideales para informarse sobre temas relacionados a las tecnologías, 50 por ciento de preferencia, quedando en segundo lugar con un empate *Facebook* y *Twitter*.

Gráfico 3.17 Presencia en redes sociales

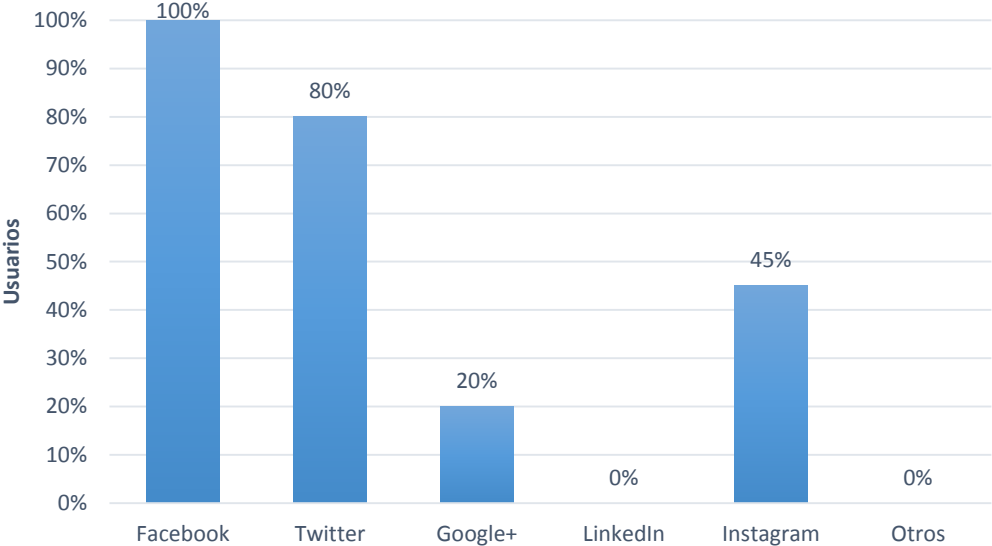
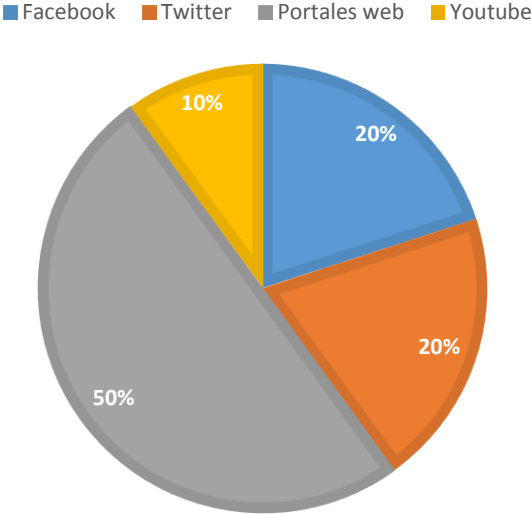
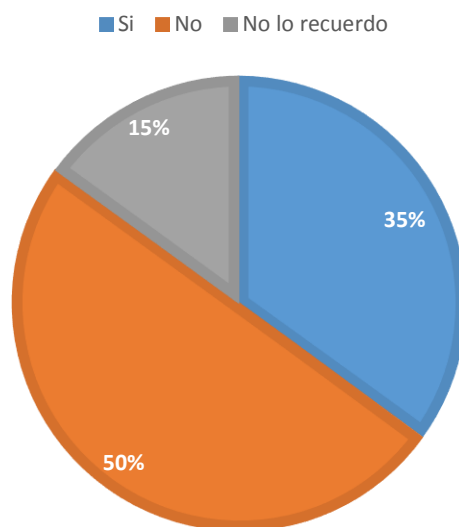


Gráfico 3.18 Espacios de internet para mantenerse informado



Otras formas de mantener informado a los usuarios a manera de boletines, avisos o notificaciones mediante correo electrónico, resultan con poca aceptación, pues en el Gráfico 3.19 se muestra como la no suscripción a sitios equivale a un 50 por ciento, 35 cuenta con suscripción y 15 por ciento no lo recuerda. Esto deja en claro el dominio que tienen sitios web y redes sociales como principales promotores y medios para el consumo de información.

Gráfico 3.19 Suscripción mediante correo electrónico



Entonces, al ser Ciudad Guzmán un municipio en el que las TIC tienen una importante presencia, *Punto Medio* tiene oportunidad para fomentar una cultura tecnológica, en las jóvenes y nuevas generaciones al informar sobre nuevas tendencias y hábitos referentes al uso de las tecnologías.

3.2.1 Análisis interno y externo

3.2.1.1 Competencia

Desde hace 4 años un sitio web en Ciudad Guzmán ha tratado temas relacionados a tecnologías, *CulturaMac* (<http://culturamac.com>). Un weblog que informa sobre la empresa de tecnología *Apple*. A fin de conocer más sobre este sitio web se analizó sus publicaciones, apartados y redes

sociales, además de auxiliarse en esta acción de herramienta como *Woorank* (<http://www.woorank.com/es/>) y *LikeAlyzer* (<http://likealyzer.com>). Al final se obtuvo que:

- Está en funcionamiento desde el 10 de octubre de 2010.
- Se encuentra bajo una licencia *Creative Commons Atribución 4.0 International License*, esto es que su contenido se puede compartir y adaptar, con la condición de siempre reconocer su autoría a través de un enlace.
- Su contenido se organiza en 8 secciones (Mac, iPhone, iPad, iPod, iOS, OS X, App, Apps gratis).
- Es un sitio de internet en formato de weblog; cuenta con una estructura de bitácora de publicaciones en forma vertical, con una barra lateral en la que se incluye 3 bloques para destacar 3 secciones y 5 artículos de cada una.
- La periodicidad de publicación es de entre 2 y 3 artículos por día, demostrando mayor actividad entre semana.
- En la página principal del sitio y de cada sección se indica en cada artículo la fecha de publicación y el nombre del autor.
- Carece información y formas de contacto con el Recurso Humano. El apartado dedicado para ello identificado con el nombre “Nosotros” está en construcción.
- Ofrece publicidad que incita a la compra de productos de *Apple* a través de su tienda oficial en línea. Además de ofrecer tráfico a una empresa de alojamiento en internet y un sitio web dedicado a la temática de videojuegos.
- Los artículos son en promedio cortos, entre 2 y 3 párrafos como mínimo, 4 y 5 como máximo.
- No dan crédito a las referencias utilizadas aun cuando sus artículos dan muestra de que acuden a bases de datos externas para generar sus contenidos propios.
- Se encuentra optimizada para dispositivos móviles.
- En *Facebook* cuenta con 7,129 Me gusta.
- En *Twitter* registra 10, 481 seguidores.
- Registran más de 15 mil tweets y publicaciones en redes sociales.
- La periodicidad de publicación para las redes sociales es la misma que para contenidos nuevos (2 a 3 por día).

3.2.1.2 Análisis FODA

El Cuadro 3.1 presenta la matriz FODA de puntomedio.mx, realizado a partir de un análisis interno de sus fortalezas y debilidades, así como de manera externa y frente a *CulturaMac*, sus oportunidades y amenazas.

Cuadro 3.1 Matriz FODA

<p>Análisis Interno</p>	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contenidos interactivos y especializados. • Personal capacitado en una labor informativa en medios digitales. • Valor agregado al usuario al actualizarse en el uso de las TIC. • Interacción continúa con el usuario a través de redes sociales, correo y número telefónico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en el segmento base. • Posicionamiento en Internet.
<p>Análisis Externo</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • La competencia local cuenta con un weblog, no con un sitio web de información. • Poca competencia de la web orientada a la actualización y formación de un perfil digital. • Cuenta con espacios para la comunicación de marketing digital. • Incorporación de herramientas multimedia. • Recurso Humano inmerso en el mundo de las TIC y con competencias para labores informativas digitales. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La competencia puede actualizarse en medios digitales con un sitio web atractivo. • Incremento de competencia local y global (glocal). • Existencia de software malicioso que atente contra el sitio web.

CAPÍTULO 4. Fundamentos legales aplicables al producto

4.1 Creador del sitio web

La plataforma Punto Medio es un sitio web sobre Tecnologías de la Comunicación y la Información creado y desarrollado bajo la responsabilidad del ingeniero Neri Alejandro González Soto, quien puede ser contactado a través de los correos electrónicos neri@puntomedio.mx, contacto@puntomedio.mx.

4.2 Derechos y marcas

Punto Medio contrató a la empresa *Arvixe* para proveer de servidor, almacenamiento en el mismo, cuentas de correo electrónico personalizadas y un dominio registrado único. La empresa provee de garantías para registrar y salvaguardar el dominio de *puntomedio.mx*, para que no pueda ser utilizado por ningún otro medio. De manera, que el nombre *Punto Medio MX* o *Punto Medio.mx* no pueden ser utilizados por terceros sin previa autorización salvo que se trate de alguna promoción en redes sociales y/o ejemplificación en acreditaciones de contenidos, la cual deberá de contar con el enlace correspondiente a puntomedio.mx.

Por otra parte, *Punto Medio* adquirió las licencias correspondientes para utilizar plantillas y temas del sistema de gestión de contenido *WordPress*. Por lo que el diseño del sitio y pluggins empleados se encuentran bajo copyright.

Para los contenidos de *Punto Medio* se utiliza licencia *Creative Commons-BY-SA*, que permite la redistribución comercial o no comercial de los mismos.

4.3 Modificación unilateral

Punto Medio podrá modificar unilateralmente y sin previo aviso la estructura y diseño del sitio web, así como modificar o eliminar, los contenidos, Condiciones de Uso y Privacidad, mismas que notificará y dará a conocer las nuevas disposiciones a los usuarios.

4.4 Condiciones de acceso y utilización

Todos los contenidos de Punto Medio son de carácter público y gratuito para los usuarios. No exige la previa suscripción o registro de los usuarios.

El usuario se compromete a hacer uso de los contenidos del sitio web conforme a las legislaciones oficiales vigentes:

- Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.
- Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley Federal de Derecho de Autor.
- Ley de Transparencia e Información Pública del Estado de Jalisco.

El usuario será responsable de su uso correcto apeguándose a las políticas de *Punto Medio* establecidas en el apartado 4.4.1.

4.4.1 Usuarios

4.4.1.1 Derechos de autor

1. El usuario no adquiere ningún derecho de propiedad intelectual, autorización o licencia para utilizar los contenidos con fines distintos a los que se contemplan en las presentes Condiciones y lo estipulado bajo la Ley Federal del Derecho de Autor.
2. El usuario podrá copiar, modificar, reproducir y distribuir todos los contenidos del sitio web como textos, fotografías, gráficos, imágenes, iconos, tecnología, software, así como su diseño gráfico y códigos fuente bajo las siguientes condiciones:
 - 2.1 Si se transforma o crea nuevo material a partir de una obra de *puntomedio.mx*, podrá distribuir su contribución siempre que utilice la misma licencia que la obra original;
 - 2.2 Mantener la atribución original a su autor mediante el nombre de la referencia y un enlace directo a la página donde se publicó dicho contenido originalmente.

3. El usuario deberá atender a las disposiciones con respecto a la titularidad de los derechos de autoría en contenidos propios de los sitios vinculados o “terceros”, siendo estos ajenos a *Punto Medio*. Es de destacar que no existe ningún tipo de relación laboral, asociación o sociedad, entre Punto Medio y dichos “terceros”.

4.4.1.2 Privacidad

1. En cumplimiento con lo establecido por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, reconocemos la responsabilidad que implica el recabar datos personales y cuidar tanto el uso que se les dé a los mismos como su protección.
2. En todo momento el usuario tendrá la libertad de optar por ingresar sus datos para suscripción al sitio o participación en los comentarios.
3. *Punto Medio* excluye el solicitar datos personales que resulten sensibles. La única información proporcionada por el usuario sería nombre y correo electrónico, siempre y cuando el mismo decida llevar a cabo un contacto con la administración o alguna participación en forma de comentario.
4. En caso de que el usuario decida suscribirse a boletines difundidos por *Punto Medio*, la información a proveer será su correo electrónico, la cual será utilizada exclusivamente para proveer la suscripción solicitada:
 - a. Notificar las actualizaciones en el contenido.
5. El usuario podrá oponerse a que sus datos continúen en la base de datos de *Punto Medio* y darse de baja de la misma enviando un correo con la petición y el título “Cancelación a suscripción” al correo de administración; la petición se realizaría en un periodo máximo de 15 días.
6. El usuario se abstendrá de:
 - a. Emplear los contenidos ofrecidos por *Punto Medio* con fines o efectos ilícitos, favorables de los derechos e intereses de terceros, o que puedan dañar, inutilizar, sobrecargar o deteriorar la utilización de los contenidos y cualquier archivo almacenado en el sitio web de Punto Medio.
 - b. Acosar, amenazar y obtener o divulgar información privada de terceros.

- c. Usar los sitios de Punto Medio con los fines de:
 - I. Difusión exclusiva de un sitio web, empresa, blog o enlaces (*Spam*)
 - II. Provocación o molestia injustificada a los demás usuarios.
 - III. Envío, publicación y vinculación con noticias falsas o fabricadas.
- 7. Toda consulta de tipo asesoría, consejo, declaración, información y contenido de las páginas de “terceros” enlazadas dentro de *Punto Medio* representan las opiniones y juicios de dichos “tercero”, por lo cual, *Punto Medio* no será responsable de ningún daño o perjuicio que sufra el usuario a consecuencia de los mismos, incluyendo, daños causados por la pérdida de datos o programas.

4.4.1.3 Uso de cookies

1. Los usuarios que tengan acceso a *Punto Medio*, acuerdan recibir las *cookies*, mejor conocidas como archivos de datos que se almacenan en el disco duro de la computadora del usuario que consume nuestros contenidos. Las *cookies* pueden contener información como la identificación proporcionada por el usuario o información para rastrear páginas que el usuario ha consultado, es de destacar que una *cookie* no puede leer los archivos, datos o información del disco duro del usuario y tampoco leer las *cookies* de otros sitios.
2. *Punto Medio* recolecta información como:
 - a. Dirección IP
 - b. Tipo de navegador
 - c. Duración de tu visita
 - d. Veces que se visita el sitio
 - e. Contenidos visitados
 - f. Localización
 - g. Forma de acceso
3. Esta información es empleada con fines estadísticos por *Google Analytics*, un servicio analítico de web soportado por *Google, Inc.*, el cual utiliza *Cookies* que ayudan a analizar el uso que hacen los usuarios de *Punto Medio*. La información generada por las *cookies* será directamente transmitida y archivada por *Google* en los servidores de Estados

Unidos. *Google* no asociará su dirección IP con ningún otro dato del que disponga *Google*.

4. El recolectar estos *cookies* ayudan para la valoración en la mejora de la calidad de los contenidos y al igual que lo declarado conforme al tratamiento de la información personal, estos datos estarán protegidos.
5. Por otro lado, el servicio de *Google AdSense* como proveedor de publicidad en el sitio, hace uso también de *cookies*. *Google* utiliza empresas publicitarias asociadas para publicar anuncios cuando visita nuestro sitio. Es posible que estas empresas usen la información que obtienen de sus visitas a este y otros sitios (sin incluir su nombre, dirección, dirección de correo electrónico o número de teléfono) para ofrecerle anuncios sobre productos y servicios que le resulten de interés. Si se desea obtener más información debe ingresarse a <http://www.google.es/adsense/start/#subid=latam-es-ha-bk-mx-mc>
6. El usuario puede rechazar el tratamiento de los datos o la información rechazando el uso de *cookies* mediante la selección de la configuración apropiada de su navegador, sin embargo, debe saber que si lo hace puede ser que no pueda usar plenamente este sitio o algún otro.

4.4.1.4 Enlaces de terceros

Los enlaces deben ser tomados como asesorías, consejos, declaraciones, informaciones y contenidos de “terceros”, los cuales no representan la idea de *Punto Medio*; son utilizados como complemento a ciertos aspectos claves en las publicaciones y en ningún sentido el sitio es responsable de su disponibilidad, daño o perjuicio que llegue a sufrir el usuario a consecuencia de los mismos.

4.4.1.5 Censura y libertad de expresión

1. Los usuarios según lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 6 y 7, como en la Ley de Transparencia e Información Pública

del Estado de Jalisco, en su artículo 6 y 7, con los cuales los usuarios tendrán la garantía de información pública y la libertad de manifestar sus ideas de manera autónoma.

2. Es motivo de prohibición cuando se utilicen los contenidos y espacios de interacción con el afán de atentar en la vida privada o derechos de autor de terceros, perturben o agredan a los miembros del personal o de la comunidad involucrada en un diálogo.

4.5 Políticas editoriales organizacionales de Punto Medio

Punto Medio publicará textos con propuesta informativa alguna, y excluirá los escritos o comunicaciones que inciten la violencia, la destrucción o atenten contra los principios y valores del sitio web. Asimismo, rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses.

Las expresiones vulgares, obscenas o blasfemas están prohibidas. Como única excepción a esta norma, cabe incluirlas cuando se trate de citas textuales y, sólo y exclusivamente cuando añadan información.

4.5.1 De los contenidos

1. *Punto Medio* resaltará en su contenido información relacionada con las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Los textos a publicar serán originales, redactados de manera clara y con estilo periodístico.
2. Los contenidos serán presentados utilizando géneros periodísticos: notas informativas, reportajes, entrevistas y columnas para casos de éxito, investigaciones, novedades, tendencias y análisis de aplicaciones.
3. Toda información a publicarse en *puntomedio.mx* deberá ser firmada por su autor. En caso de utilizar bases de datos se otorgará su crédito correspondiente.
4. El idioma a utilizar en los textos para escribir y comunicar información será el español

5. En la redacción de textos deben evitarse los tecnicismos. Estos solo serán utilizados cuando la información lo requiera, explicando su significado al lector.

4.5.2 Derechos de autor

Los recursos gráficos, fuentes de información y materiales visuales o sonoros empleados para el desarrollo de los contenidos de Punto Medio deben respetar la autoría y su finalidad, esto con base a lo estipulado en la Ley Federal del Derecho de Autor. Por ningún motivo se llevará a cabo ninguna replica o inserción de material que pueda atentar contra lo normado. El personal debe confirmar y reconocer que el material presente una licencia *Creative Commons* o que sea de libre distribución.

4.5.3 Privacidad

1. El resguardo de información perteneciente a nuestros usuarios estará bajo lo estipulado por La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.
2. Los datos y contenidos de Punto Medio no poseen las características que obligan a proveer datos de carácter privado para identificar a los usuarios, salvo en los espacios de contacto y comentarios donde únicamente se solicita nombre y correo electrónico, esto con el fin de ofrecer una atención más personalizada, pero garantizando la seguridad y no tránsito de lo publicado. Recordando que es el mismo usuario quien decide de manera libre compartir estos datos.

4.5.4 Del sitio web y sus procesos

El personal de Punto Medio deberá tener en cuenta que:

1. Al usuario se le notificará información únicamente para:
 - a. Informar actualizaciones en el contenido.
2. En ningún momento el personal deberá solicitar datos a los usuarios, ellos son quienes deben de escoger la opción de suscripción y de igual forma son ellos quienes pueden optar por la cancelación del mismo.

3. Queda prohibido usar el sitio de Punto Medio con los fines de:
 - a. Difusión exclusiva de un sitio web, empresa, blog o enlaces (spam).
 - b. Provocación o molestia injustificada a los usuarios.
 - c. Envío, publicación y vinculación de noticias falsas o fabricadas.

CAPÍTULO 5. Informe de los alcances o metas comerciales logradas

El sitio web de *Punto Medio* es desde el inicio una inversión personal del autor de este informe, nunca se ha buscado el obtener patrocinio alguno por terceros, aunque no se está cerrado a ofertas externas que generan algún ingreso. Actualmente en ciertos espacios definidos del sitio se presentan anuncios insertados proporcionados por la empresa de *Google*.

La división de *Google* dedicada a la propagación de anuncios por Internet, *Google Adsense*, facilita los tamaños, clasificaciones y anunciantes en base a intereses en las categorías de los usuarios, utilizando la información de visita de *Punto Medio* para facilitar la creación de anuncios de interés.

Aprovechando el modo de personalización se puntualizó en la clasificación del tipo de *banner*, conocido como un espacio publicitario insertado en una página de Internet y del cual se optó por utilizar los siguientes tamaños:

- Banner horizontal de 468 x 60 píxeles.
- Banner tipo box de 300 x 250 píxeles. (en categorías, páginas y entradas)
- Banner tipo box de 300x 600 píxeles. (sólo en la página principal)

El motivo en la elección de estos tres tipos de *banners* fue que por su tamaño se podía mostrar a los usuarios contenidos publicitarios sin afectar la estructura o la consulta del sitio web, prefiriendo se muestren los de tipo imágenes fijas y enriquecidas (*reach media*). Cabe destacar que estos espacios publicitarios cuentan con la certificación de *Google*.

En el administrador de *Google Adsense* se configuró ciertas preferencias en la muestra de contenido en los *banner* insertados, permitiendo erradicar aquellas categorías delicadas de publicidad, es decir, se bloquearon todas aquellas relacionadas con:

- Citas
- Estética y modificaciones personales
- Ganar dinero de forma rápida
- Magia negra, astrología y esoterismo
- Medicamentos y suplementos

- Política
- Pérdida de peso
- Referencias al sexo y a la sexualidad
- Religión
- Salud sexual y reproductiva
- Tonos y elementos descargables
- Videojuegos (ocasionales y online)
- Juegos de apuestas y apuestas

Todas estas categorías no tienen cabida en *Punto Medio* debido a que llegan a engañar, molestar y atentar contra los usuarios, así como de las directivas editoriales planteadas.

Para llegar a obtener ingresos mediante el uso de *Google AdSense* se consideraron factores que influyen en la generación de ingresos tales como el tráfico, anuncios bien dirigidos, tamaños y colores de los anuncios.

Durante el periodo de ejecución de este proyecto se logró un saldo actual de 54.44 pesos, un ingreso logrado debido al clic o ingreso a espacios que trataban las categorías de:

- Alimentos y comestibles
- Noticias, medios de comunicación y publicaciones
- Ordenadores y electrodomésticos

Si bien el ingreso obtenido por este proyecto no fue constante o considerable, no ha sido un factor para poder desempeñar labores de sustento, resaltando en que se cuenta con personal voluntariado, interesados en la adecuación de sus competencias para medios de información digitales, lo cual no genera un gasto mayor y continuo.

Así como también, al contar con un domicilio particular como centro de operaciones, se evita un gasto en renta de espacios de infraestructura y servicios adicionales, reiterando pues, que el principal sustento ha sido por parte del creador del proyecto, a modo de una inversión personal.

CAPÍTULO 6. Informe estadístico de Punto Medio

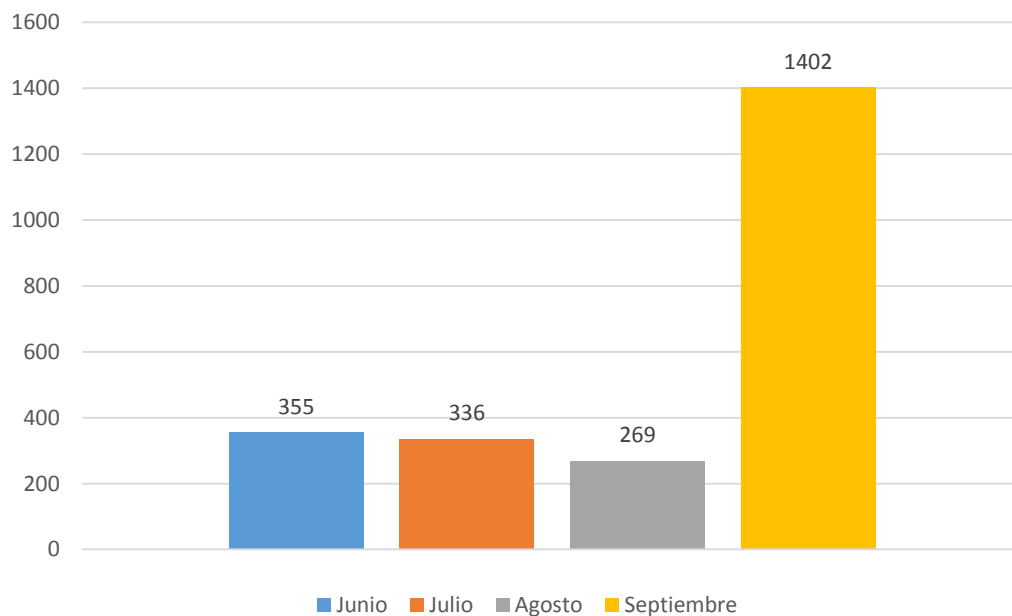
En este capítulo serán expuestos los principales indicadores estadísticos que cuantifican los objetivos del proyecto. Procesar todos estos datos nos permitirá tomar decisiones para mejorar la gestión estratégica de los recursos organizacionales (humanos, económicos, técnicos y materiales).

El documento *Guía General de Titulación* del posgrado indica que el trabajo recepcional deberá informar de la actividad del sitio por un período mínimo de tres meses. Sin embargo, el trabajo presentado detalla los resultados registrados durante cuatro meses de actividad continua del sitio, es decir de junio a septiembre de 2014.

6.1 Total de visitas al sitio web

De junio a septiembre de 2014, el sitio web *puntomedio.mx* registró 2 mil 362 visitas. El Gráfico 6.1 muestra el número de visitas mensualmente. En el gráfico puede observarse que el mes de septiembre tuvo un mayor número de visitas

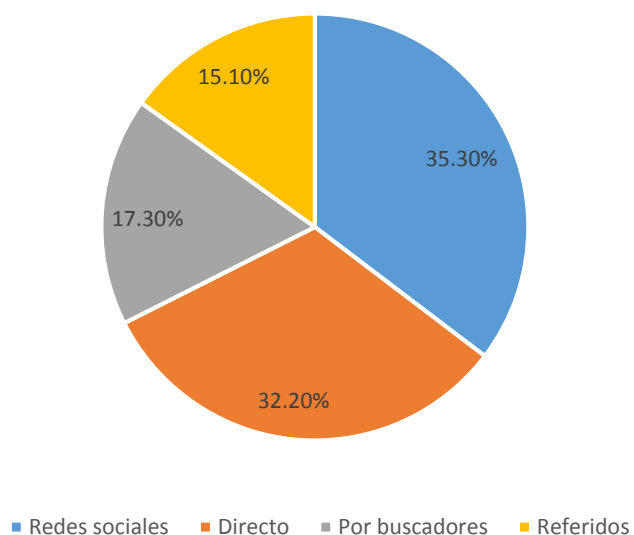
Gráfico 6.1 Visitas únicas por mes



Fuente: Google Analytics

Los canales de difusión en *Facebook* y *Twitter* fueron pieza clave para el tráfico hacia la consulta de contenidos, pues este representa el 35.30 por ciento de comportamientos del usuario ante el acceso a Punto Medio, tal como se muestra en el Gráfico 6.2.

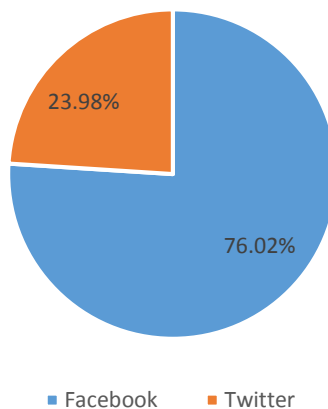
Gráfico 6.2 Formas de ingreso



Fuente: Google Analytics

En una forma de profundizar en las formas en que el usuario ingresó a nuestros contenidos mediante vía social, el Gráfico 6.3 muestra que *Facebook* es el primer canal preferido por los usuarios.

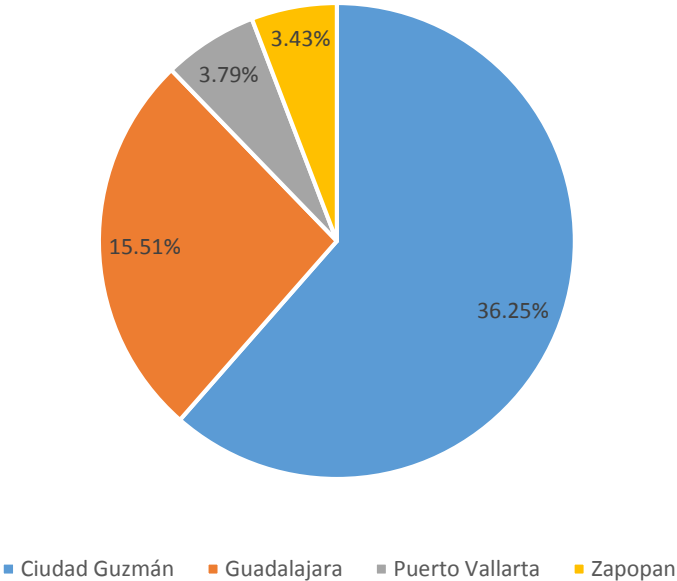
Gráfico 6.3 Canales auxiliares de difusión



Fuente: Google Analytics

El ingreso al sitio marca una actividad importante en la localidad del segmento de mercado objetivo, en el Gráfico 6.4 se presentan las cinco más importantes, siendo la de Ciudad Guzmán como la de mayor actividad.

Gráfico 6.4 Ciudades con mayor ingreso



Fuente: Google Analytics

6.2 Indicadores de publicaciones

Al cierre del periodo de actividades se realizaron 91 publicaciones. En el Cuadro 6.1 puede observarse el número de publicaciones por mes y en el anexo número 2 se presenta las publicaciones realizadas por semana. Cabe señalar que previamente ya se tenían otras publicaciones fuera de este rango solicitado como mínimo en el proceso de titulación, todas generadas por el personal de *Punto Medio* a partir de marzo de 2013, fecha de lanzamiento del sitio.

*Cuadro 6.1 Número de contenidos generados por semana
de junio a septiembre de 2014*

Semana/Mes	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1	6	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5			5
TOTAL	26	20	20	25

El registro de consulta a los contenidos concentra una actividad dinámica al reflejar más de 20 clics. En el Cuadro 6.2 se presentan los tres contenidos más visitados por mes, en primer lugar durante el periodo de funcionamiento del sitio web fueron en junio “Gánale al temblor” el cual trata sobre aplicaciones móviles como alerta y prevención ante sismos; en julio “Desbloquea tu celular” que versa acerca de la liberación de equipos móviles para migrar a cualquier compañía de telefonía móvil ; en agosto “El Internet y el copyright” que presenta información sobre las licencias de contenidos digitales en Internet y, en septiembre “Los 3 grandes smartphones”. Mientras que los temas más vistos por sección, de las seis con las que cuenta *puntomedio.mx* fueron: Tendencias, “Posibles cambios en iPad”; Opinión, “Profesionistas del mañana”; Cultura Geek, “Robo de contraseñas en Gmail”; Aplicaciones, “Surge el anti Facebook”; Así de fácil, “¿Y si me roban mi laptop?”; Mediateca, “Los 3 grandes smartphones”. El Cuadro 6.3 presenta los contenidos más consultados por sección.

Cuadro 6.2 Contenidos más consultados por mes

Mes	Contenidos más consultados	Total de consultas
Junio	1. Gánale al temblor	858
	2. TV más real y accesible	605
	3. Mi primer celular fue un...	572
Julio	1. Desbloquea tu celular	360
	2. Moda en Apple	292
	3. Primera palabra que envió Internet	270
Agosto	1. El Internet y el copyright	444
	2. La tecnología ¿buena o mala?	432
	3. Hábitos de Internet en México	313
Septiembre	1. Los 3 grandes smartphones	526
	2. Redes sociales a bajo costo	481
	3. Surge en anti Facebook	460

Fuente: Estadísticas de Wordpress

Cuadro 6.3 Contenidos más consultados por sección

Sección	Contenidos	Total de consultas
Tendencias	Posibles cambios en iPad	427
	Estos son los nuevos gadgets de Apple	336
	iPhone, ¿el tamaño importa?	292
Opinión	Profesionistas del mañana	265
	Televisión: innovar o morir	246
	Una adicción de locos	248
Cultura Geek	Robo de contraseñas en Gmail	311
	Google mejor que Apple	309
	Pantallas convertidas en gemas	258
Aplicaciones	Surge el anti Facebook	460
	Copilotos en el teléfono	312
	¿Y la compra del whats acá?	235
Así de fácil	¿Y si me roban mi laptop?	433
	Restaca tus cassettes VHS	298
	¿Y si no cuento con un antivirus?	242
Mediateca	Los 3 grandes smartphones	526
	Audífonos, cien años de historia	401
	Los orígenes del iPhone	292

Fuente: Estadísticas de Wordpress

Los comentarios recibidos en las publicaciones fueron positivos, entre ellos agradecimientos por los contenidos publicados, los cuales presentaban información que en ocasiones desconocían los usuarios. En total se obtuvieron 15 intervenciones, estas pueden consultarse en el anexo 3.

6.3 Indicadores en redes sociales

Las actividades de difusión de contenidos e interacciones por parte de *Punto Medio* con sus audiencias, se centró en tres canales:

- Medio de comunicación digital
- Canales de difusión auxiliares (página de *Facebook* y perfil de *Twitter*)

En total, también de junio a septiembre de 2014 hubo incremento en la comunidad de usuarios para *Punto Medio*, teniendo mayor presencia de estos en la red social de *Facebook*, en la cual se debe destacar que antes de iniciar con los cuatro meses de actividad se tenían 84 fans que dieron *like* al sitio web.

Al concluir el mes de septiembre se lograron 50 nuevos seguidores en *Facebook*, para un nuevo total de 134 fans, además de 25 seguidores en *Twitter* y 4 suscriptores de manera directa en el sitio oficial de *Punto Medio*. El Cuadro 6.4 presenta los indicadores de acciones de los usuarios en canales de difusión. De acuerdo a las métricas de las redes sociales, el *Facebook* de *puntomedio.mx* fue visto por 12 mil 179 usuarios; se recibieron 690 *Me gusta*; nuestras publicaciones se compartieron 587 veces y el número de comentarios fueron 18. Mientras que en *Twitter*, el total de *retuits* fueron 341; 341 publicaciones fueron marcadas como favoritos y 2 menciones.

De las 91 publicaciones realizadas, el alcance logrado en redes sociales en *Facebook* por sección y que se colocaron en primer lugar fueron en: Tendencias “iPhone, ¿el tamaño importa?” (397); Opinión “Profesionistas del mañana” (100); Cultura Geek “Robo de contraseñas en Gmail”(377); Aplicaciones “Surge el anti Facebook” (321); Así de fácil “Restaca tus cassettes

VHS” (555) y Mediateca “Los 3 grandes smartphones” (452). Estos resultados pueden revisarse en el Cuadro 6.5. Mientras que en el Cuadro 6.6 puede observarse los contenidos más *retuiteados* en *Twitter* por sección: Tendencias “Apple en la mira” (6); Opinión “Profesionistas del mañana” (5); Cultura Geek “El dilema del tamaño” (7); Aplicaciones “Surge el anti Facebook” (6); Así de fácil “Afina tu búsqueda” (5); Mediateca “Los orígenes del iPhone” (6).

Cuadro 6.4 Acciones de usuarios en canales de difusión

Canal de difusión	Acciones de usuarios	Total
Página de <i>Facebook</i>	Veces "Visto" por usuarios Fans y No Fans	12179
	Clicks "Me gusta" a mensajes publicados	690
	Total de mensajes compartidos	587
	*Total de comentarios a mensajes publicados	18
	Total de retuits	341
Perfil de <i>Twitter</i>	Total de favoritos	341
	Total de menciones	2

Fuente: Estadísticas de Facebook y Twitter

Cuadro 6.5 Contenidos con mayor alcance en Facebook

Sección	Contenidos	Alcance
Tendencias	iPhone, ¿el tamaño importa?	397
	Estos son los nuevos gadgets de Apple	366
	Posibles cambios en iPad	246
Opinión	Profesionistas del mañana	100
	Una adicción de locos	74
	Televisión: innovar o morir	54
Cultura Geek	Robo de contraseñas en Gmail	377
	Google mejor que Apple	190
	Pantallas convertidas en gemas	179
Aplicaciones	Surge el anti Facebook	321
	Copilotos en el teléfono	141
	¿Y la compra del whats acá?	128
Así de fácil	Restaca tus cassettes VHS	555
	¿Y si me roban mi laptop?	123
	¿Y si no cuento con un antivirus?	115
Mediateca	Los 3 grandes smartphones	452
	Audífonos, cien años de historia	107
	Los orígenes del iPhone	105

Fuente: Twitter

Cuadro 6.6 Contenidos más retuiteados en Twitter

Sección	Contenidos	Retuiteos
Tendencias	Apple en la mira	6
	#Hashtag ser original	5
	iPhone, ¿el tamaño importa?	5
Opinión	Profesionistas del mañana	5
	Una adicción de locos	5
	Televisión: innovar o morir	4
Cultura Geek	El dilema del tamaño	7
	Cincos buenas cosas de iOS	5
	El arte de lo imprevisto de Google	5
Aplicaciones	Surge el anti Facebook	6
	Gánale al temblor	5
	Copilotos en el teléfono	5
Así de fácil	Afina tu búsqueda	5
	¿Y si me roban mi laptop?	5
	Claves para un buen currículum	4
Mediateca	Los orígenes del iPhone	6
	Los 3 grandes smartphones	5
	Twitter en México	5

Fuente: Twitter

CAPÍTULO 7. Informe de análisis de usabilidad

La búsqueda de conformar un espacio con características de usabilidad resulta el punto eje de partida para todo espacio que ofrezca sentido de información y contenido de valor. Montero Yusef (2002) define esta necesidad como “la disciplina que estudia la forma de diseñar sitios web, para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible”¹, Es decir, se debe atender una estructura y diseño considerando necesidades y expectativas del usuario.

Las formas de organizar y estructurar un sitio que proveerá contenido digital deben de ser muy precisas, teniendo como elemento de partida ofrecer una fácil navegación, interacción y solución a cuestiones presentadas por los usuarios. Por esto, es necesario un proceso tanto previo como posterior en los que se planteen estrategias para administrar, recuperar, navegar y clasificar a aquellos aspectos que conforman una Arquitectura de la Información.

Los usuarios como punto de partida y razón de sustento en las actividades de un sitio web, resulta pieza clave para la mejora y evaluación de las características de usabilidad, por lo que se requieren de su participación en formas de evaluación y/o análisis. El equipo de trabajo del sitio web debe tener apertura a la crítica para conocer lo que opinan los usuarios sobre el mismo, pero también deben tener apertura a la autocrítica.

7.1 Autoevaluación de usabilidad por parte del equipo de trabajo de Punto Medio

Para realizar un proceso interno de autoevaluación de usabilidad por parte del equipo de trabajo conformado por 7 personas, se llevó a cabo una reunión presencial el día 7 de octubre del 2014 y en la cual se respondió un documento de autoevaluación de usabilidad (Cuadro 7.1 Autoevaluación de usabilidad), en el cual fueron integradas preguntas de la Guía de

¹ HASSAN M. YUSEF (2002) *“Introducción a la usabilidad”*. *No Solo Usabilidad* (Revista electrónica). Número 1, 1 de Noviembre de 2002. Fecha de consulta: 11 de septiembre de 2014. Disponible en: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.htm.

Evaluación Heurística de Sitios Web que proponen Hassan y Martín (2003), “en forma de checklist para la evaluación heurística en base a dimensiones como: identidad, lenguaje y redacción, accesibilidad, layout, elementos multimedia”², entre otros criterios.

Es así, que el documento estuvo integrado de 56 preguntas basadas en la Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web propuesta por Hassan y Martín, conformada de la siguiente forma: Aspectos generales (7 preguntas); Identidad de información (8 preguntas); Lenguaje y redacción (6 preguntas); Rotulado (3 preguntas); Estructura y navegación (7 preguntas); Layout (4 preguntas); Búsqueda (4 preguntas); Multimedia (5 preguntas); Accesibilidad (7 preguntas); Control y retroalimentación (5 preguntas).

Las opciones de respuestas a las preguntas son: SI / NO. Las respuestas afirmativas indicarían que no hay problemas de usabilidad, mientras que la negativa, sí. Esto de acuerdo a los teóricos creadores de la Guía de Evaluación Heurística.

El Cuadro 7.1 presenta los resultados del autoanálisis de usabilidad del sitio web.

Cuadro 7.1 Autoevaluación de usabilidad

Dimensiones	SI	NO	Observaciones
ASPECTOS GENERALES			
¿Los objetivos del sitio son claros?	X		
¿El contenido ofrecido se apega a los objetivos establecidos?	X		
¿Su nombre es corto y fácil de recordar?	X		
¿La dirección URL se apega al nombre y es fácil de recordar?	X		

² HASSAN, Y., MARTIN, F. (2003). “Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web”. *No Solo Usabilidad* (Revista electrónica). Número 2, 30 de Marzo de 2003. Fecha de consulta: 12 de septiembre de 2014. Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>

Dimensiones	SI	NO	Observaciones
¿Presenta variedad de contenido (no solo de una categoría)	X		
¿Se identifican los tipos de publicación?	X		
¿El diseño del sitio, es coherente tanto en su sitio principal como de contenidos?	X		
IDENTIDAD E INFORMACIÓN			
¿El logotipo del sitio es significativo y se identifica en el sitio?	X		
¿Los objetivos e identidad del sitio, perdura en los contenidos y páginas provistas?	X		
¿Se presenta una sección con información sobre la empresa?	X		
¿Se dan a conocer los integrantes del sitio?	X		
¿Ofrecen la oportunidad de contacto por email, teléfono, dirección, etc.?	X		
¿Los autores de contenido son reconocidos y mencionados?	X		
¿Las fechas de publicación son reconocibles y mencionadas en cada publicación?	X		
¿Los colores empleados, permiten identidad del sitio?	X		
LENGUAJE Y REDACCIÓN			
¿La forma de expresar los contenidos, es apegada a la audiencia pretendida?	X		

Dimensiones	SI	NO	Observaciones
¿Su redacción es clara y concisa?	X		
¿Expresa idea por párrafo?	X		
¿Presenta jerarquización de información?	X		
¿Se reconocen ideas o frases claves del resto del contenido?	X		
¿Se utiliza hipervínculos como complemento de información?	X		
ROTULADO			
¿El título del enlace, corresponde al sitio por presentar?	X		
¿Se emplea un rotulado común (estándar)?	X		
¿Los rótulos son significativos de la acción por implicar?	X		
ESTRUCTURA Y NAVEGACIÓN			
¿La estructura de navegación es adecuada?	X		
¿El menú de navegación, se identifica fácilmente?	X		
¿El número de elementos del menú, provoca una sobrecarga memorística?	X		
¿Los vínculos o enlaces se distinguen con claridad?	X		
¿Se presentan enlaces caídos?	X		
¿Presentan y se reconocen botones de acción?	X		

Dimensiones	SI	NO	Observaciones
¿Se cuenta con otras formas de insertar vínculos, como imágenes?	X		
LAYOUT			
¿Es una interfaz y diseño limpio, sin ruido visual?	X		
¿Los espacios en blanco o de separación, son los adecuados?	X		
¿La longitud de la página no es extensa (evita el scrolling)?	X		
¿Cuenta con diferentes partes el sitio, cabecera, barra lateral, pie de sitio y espacio de contenido, estas, son reconocibles?	X		
BUSQUEDA			
¿Se localiza el espacio de búsqueda fácilmente?	X		
¿Está presente en todas a lo largo de todo el contenido del sitio?	X		
¿Presenta resultados acordes al criterio señalado?	X		
¿Su tamaño y ubicación es el adecuado?	X		
MULTIMEDIA			
¿Las imágenes son las ideales?	X		

Dimensiones	SI	NO	Observaciones
¿Los videos están correctamente insertados y son visibles?	X		
¿El audio, está correctamente insertado y es reproducible?	X		
¿Las presentaciones o elementos interactivos, son ideales a los fines del sitio (objetivos)?	X		
¿Cargan de manera inmediata?	X		
ACCESIBILIDAD			
¿El sitio tarda menos de 5 segundos para abrir completamente?	X		
¿El tamaño de texto es ideal para la legibilidad?	X		
¿El diseño del texto, ubicación y recursos tipográficos, facilitan la lectura?	X		
¿Resalta el texto del sitio?	X		
¿El sitio, es multiplataforma, sin importa el navegador a emplear?	X		
¿Se visualiza el sitio de manera completa al ingresar por primera vez?	X		
¿Se puede compartir el contenido mediante redes sociales?	X		
CONTROL Y RETROALIMENTACION			
¿Se ofrece un control total al usuario?	X		

Dimensiones	SI	NO	Observaciones
¿Se evitan elementos que impidan la libre navegación del usuario?	X		
¿La navegación es de forma no secuencial, permitiendo al usuario la libertad de interacción?	X		
¿El tiempo de respuesta para la consulta del usuario es corta (mínimo 5 segundos, máximo 10)?	X		
¿Existe la oportunidad de que el usuario exprese sus ideas y obtenga respuestas a estas, ya sea por el autor de contenido u otros usuarios?	X		

En general, valoramos que el sitio web de *Punto Medio* presenta una interfaz acorde a las necesidades de usabilidad actuales, pues el usuario tiene una libertad de consumo en lo que se refiere a la consulta de nuestros contenidos, así como de difusión a través de sus propios canales sociales y/o digitales.

También podemos decir que se logró una estructura ligera para su lectura y comprensión, sin caer en lo desmedido, sobre todo en el tiempo de carga que llega a ser poco. Además de estar preparados para responder adecuadamente a un acceso multiplataforma del usuario, pues la interfaz y sus contenidos se adaptan sin ningún problema al dispositivo con el cual se ingrese en él.

7.2 Usabilidad desde el usuario

Para poder conocer la opinión del usuario en relación a la usabilidad del sitio web *Punto Medio*, del 8 al 10 de octubre del 2014 se realizó una encuesta que concentra 26 items relacionados con la identidad del sitio, utilidad de contenidos, navegación y reactivos gráficos, retomados del Modelo de Test de Usuario integrado en la guía digital para sitios web del Gobierno de Chile y

desarrollada por Felipe Almazán (Biblioteca del Congreso de Chile) y Juan. C. Camus (www.usando.info), para medir conocer “cuál es la percepción de un usuario respecto de la oferta de contenidos y funcionalidades de un sitio web específico”³. La muestra para la encuesta fueron 5 usuarios habituales de nuestro sitio, siguiendo la observación de Hassan y Martín (2003) quienes refieren que en un test de usuarios: “El número óptimo de participantes en la prueba debe ser al menos 5”⁴. La encuesta utilizada para este trabajo puede ser consultada en el anexo 4

7.2.1 Resultados de reactivos de identidad

El Gráfico 7.1 muestra que el cien por ciento de los usuarios encuestados identifica el nombre y temática del sitio al ingresar, además de reconocer la relación entre el nombre del sitio y la dirección web, resultando fácil de recordar.

Mientras que el Gráfico 7.2 revela que 60 por ciento de los encuestados relacionaron el logo con el nombre y el contenido de *puntomedio.mx*.

³ ALMAZÁN Y CAMUS (s.f.). Modelo de test de Usuario. Guía web 2.0. Gobierno de Chile. Disponible en: http://www.guiadigital.gob.cl/guiaweb_old/guia-v2/capitulos/05/anexos/pauta-test-usuario.pdf

⁴ HASSAN, Y., MARTIN, F. (2003). “Método de test con usuarios”. *No Solo Usabilidad* (Revista electrónica). Número 2, 9 de Diciembre de 2003. Fecha de consulta: 12 de septiembre de 2014. Disponible en: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test_usuarios.htm

Gráfico 7.1 Reconocimiento del nombre y temática del sitio

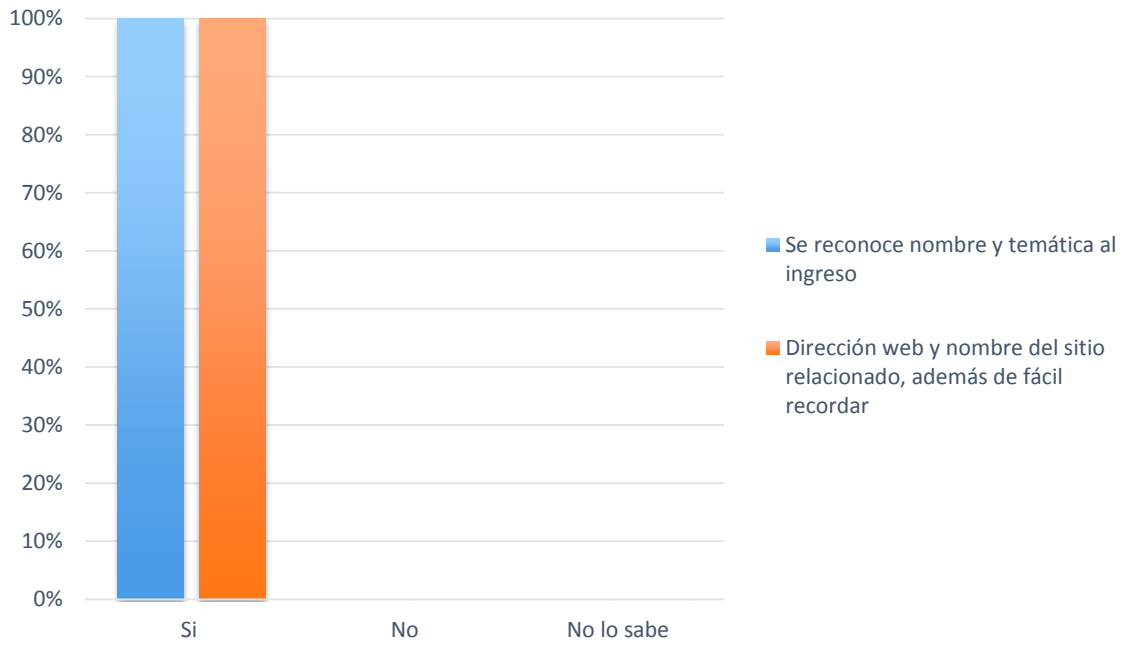
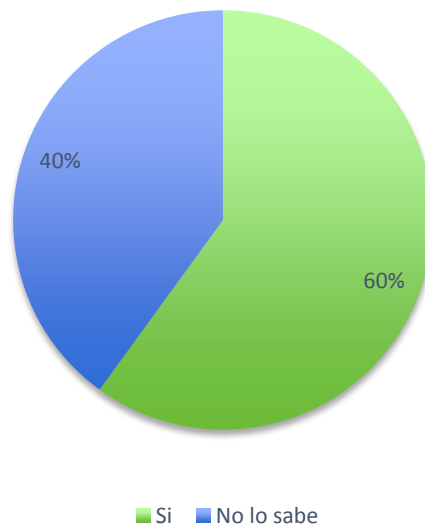
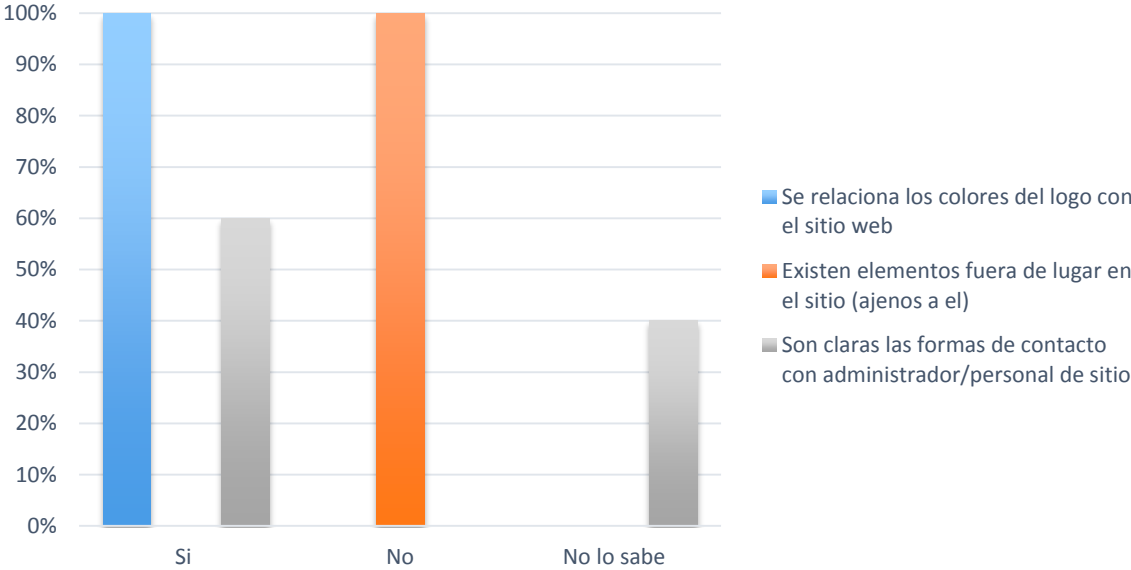


Gráfico 7.2 El logo expresa nombre y contenido a tratar



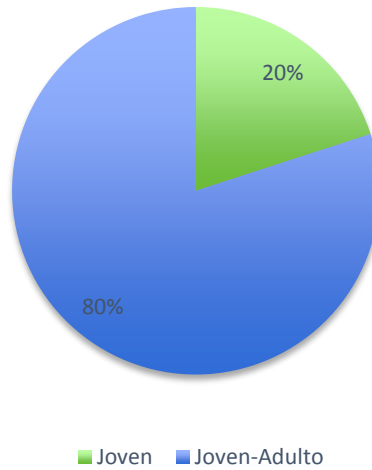
En el Gráfico 7.3 concentra diversos resultados. El primero es que el cien por ciento coincide en que los colores predominantes del logo se encuentran relacionados con el diseño de sitio web. En este mismo concepto de diseño, también se considera que no hay algún elemento que se llegue a considerar fuera de lugar o ajeno al concepto de *Punto Medio*, incluso ante alguna cuestión de duda o consulta sobre el sitio con el administrador o personal del sitio, las formas de contacto vía correo electrónico, comentarios o espacios sociales (*Twitter*) son identificadas en un 60 por ciento.

Gráfico 7.3 Asociación de colores, elementos y formas de contacto



Con base en los contenidos y su tratamiento, se les pidió pensarán en qué tipo de audiencia tiene lugar en Punto Medio, para jóvenes, jóvenes-adultos o adultos. La respuesta que es mostrada en el Gráfico 7.4 se inclinó mayormente hacia un tipo joven-adulto con un 80 por ciento de selección, seguido de un público joven.

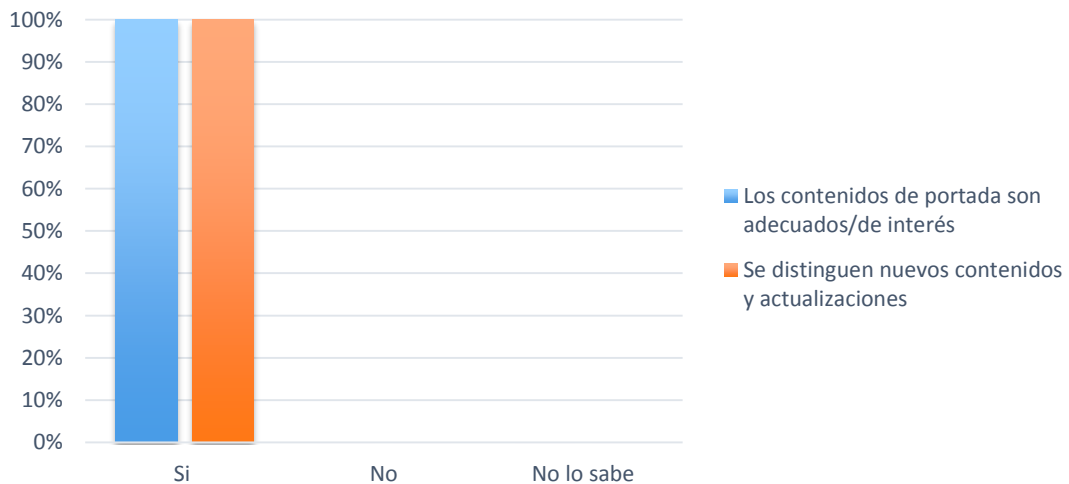
Gráfico 7.4 Tipo de audiencia a tratar



7.2.2 Resultados de reactivos para la utilidad de contenidos

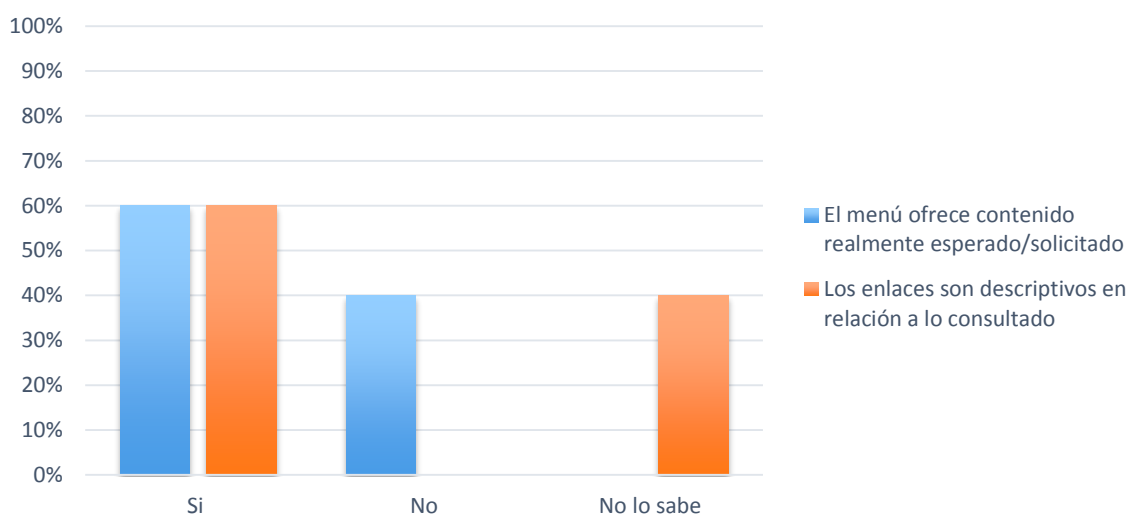
Cien por ciento de usuarios considera adecuada la forma de ofrecer y destacar contenidos en portada, distinguiendo de manera fácil los nuevos contenidos publicados e identificar la última actualización del sitio, estos resultados se pueden observar en el Gráfico 7.5.

Gráfico 7.5 Contenidos y actualización en portada



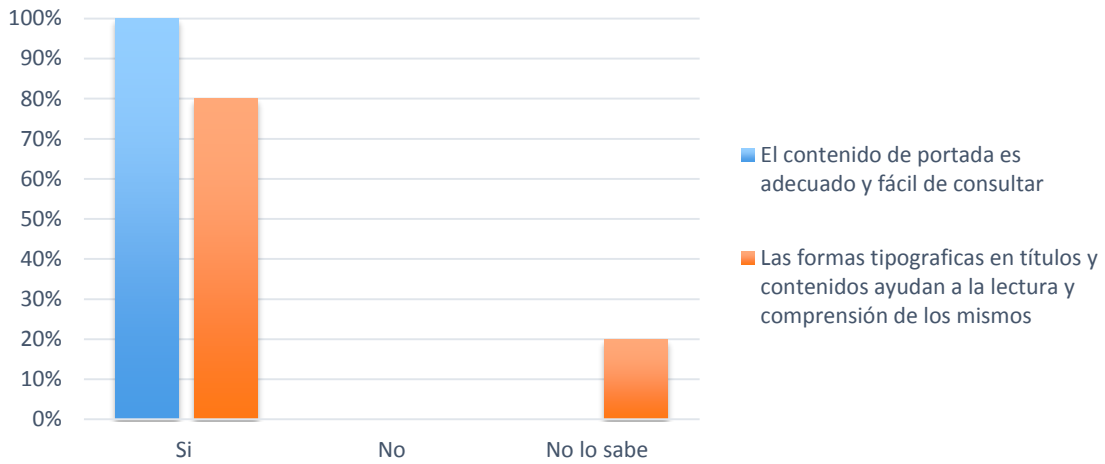
En cuanto a la navegación y consulta de información desde el menú principal del sitio, el 60 por ciento de los usuarios aceptan que al interactuar con el se puede obtener información necesaria para su necesidades de consulta. Además, en el sentido de una navegación más transparente y de utilidad, los enlaces del sitio presentan una estructura que hace referencia al título de la entrada consultada, algo que el 60 por ciento de los usuarios destacan como descriptivos, haciendo referencia a lo que se ofrece en las páginas a consultar, ambos resultados se representan en el Gráfico 7.6.

Gráfico 7.6 Menú principal y enlaces



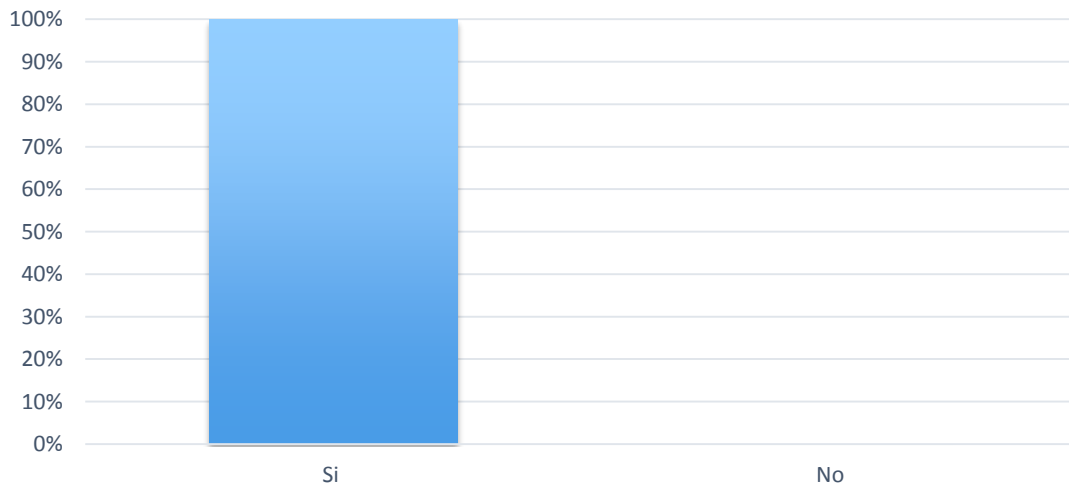
Al preguntarles de nueva cuenta sobre la portada del sitio, pero ahora con un enfoque hacia la utilidad de los contenidos presentados en esta (Gráfico 7.7), el cien por ciento de nuestros usuarios cree que es adecuada y de fácil consulta para la información ahí presentada. Considerando también que el texto empleado para las diferentes partes de las entradas como títulos y contenidos, son adecuados para su óptima lectura y comprensión.

Gráfico 7.7 Contenido de portada y tipografía



Con el fin de emitir un juicio de valor, se les cuestionó sobre la utilidad de los contenidos, obtenidos una respuesta favorable por todos, pues el cien por ciento cree que sí lo son (Gráfico 7.8).

Gráfico 7.8 Contenidos de utilidad



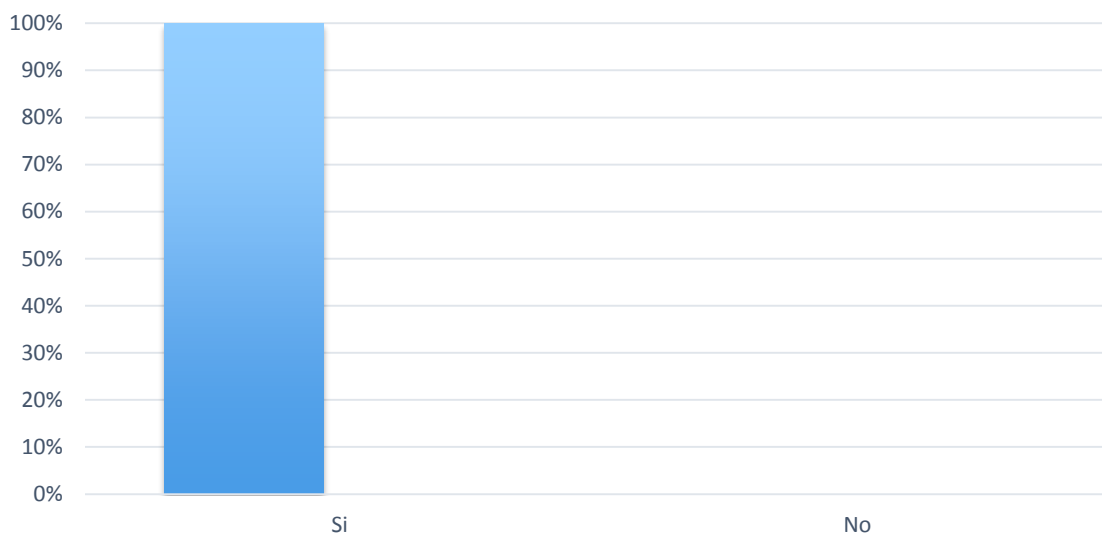
Sobre la valoración de la utilidad, los usuarios expresaron algunas razones que motivaron dicha elección a partir de pregunta abierta *¿Por qué?*

1. Tratan temas recientes y de interés.
2. Ayudan a la actualización en el tema de las TIC.
3. No se centran en gente especializada.
4. Poca frecuencia de publicación, pero con contenidos importantes o de valor.
5. Ofrecen herramientas para el trabajo, la escuela o vida cotidiana.

7.2.3 Resultados de reactivos para navegación/facilidad de uso

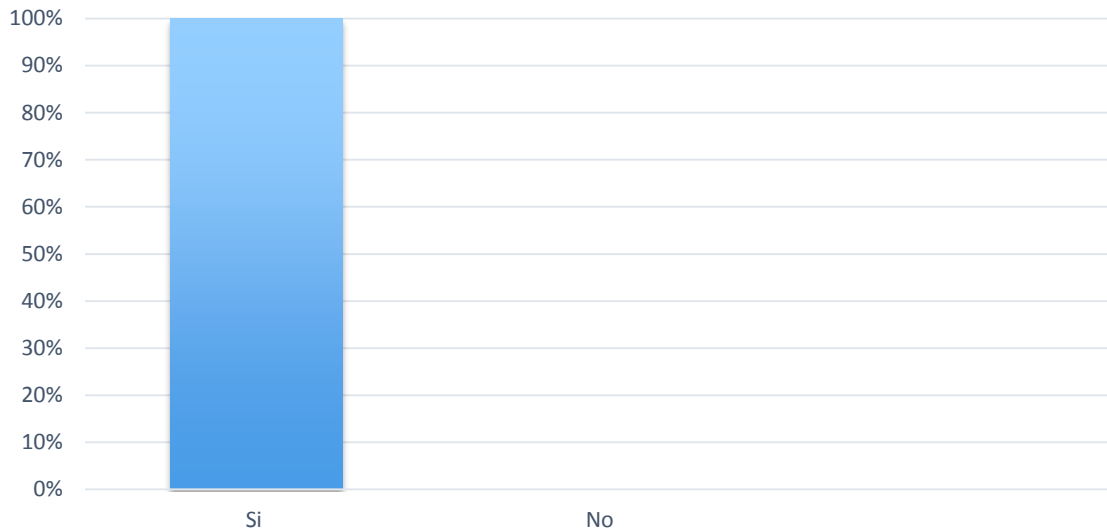
En la forma de navegación del sitio, el usuario es libre de interactuar o consultar lo que él desee, contemplando siempre como inicio de esto la portada y después a las demás páginas, procurando en cada una seguir ofreciendo el mismo modo de navegación, algo que el cien por ciento de los usuarios identificaron (Gráfico 7.9).

Gráfico 7.9 La forma de navegación es clara y se distingue



Entonces, al navegar, el usuario necesita de un auxiliar que le indique en qué parte del sitio está en relación al inicio que como ya se mencionó es la portada, dentro de qué categoría está, si se encuentra en una sub categoría y el artículo consultado, además de servir como indicador, que este le permita al usuario regresar sin utilizar acciones del navegador como el clásico y tradicional botón *atrás* o *regresar*. Este tipo de auxiliar se encuentra aplicado en Punto Medio y el cien por ciento de nuestros usuarios lo reconoce (Gráfico 7.10).

Gráfico 7.10 Se indica la ubicación en el sitio y permite la navegación con esta referencia



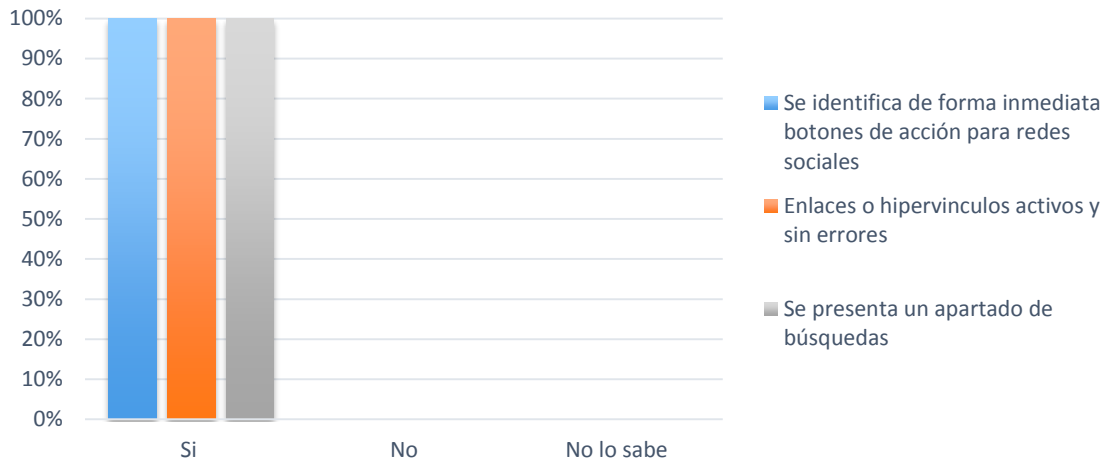
La navegación y la consulta de contenidos se ve favorecida gracias a que:

1. Lo pueden ver en el sitio a través de las secciones.
2. Ocasionalmente utilizan el buscador.

Al preguntarles ¿Logra distinguir gráficamente los enlaces visitados de aquellos que no ha visitado aún? (Si existe diferencia de colores) ¿Le ayuda esa diferencia? Los usuarios destacaron que los títulos de contenidos visitados no cuentan con estas características de identificación, por lo que su referencia son las imágenes destacadas. Sin embargo, los enlaces dentro de los contenidos ya sean internos o externos, si tienen modo de identificarse en su previa o nueva consulta. Cabe mencionar, que en este apartado no fueron encontrados enlaces rotos.

Respecto a las interacciones con cuentas sociales o correo electrónico de los usuarios les resultan de fácil ubicación y uso. Así como el buscador para conseguir información más precisa en el sitio, estas opiniones son reflejadas en el Gráfico 7.11

Gráfico 7.11 Interacciones del usuario y buscador interno



7.2.4 Resultados de reactivos para gráfica web

Los Gráficos 7.12 y 7.13 muestran que el diseño del sitio resulta para el cien por ciento de encuestados: atractivo y totalmente equilibrado en relación a las partes que estructuran a Punto Medio. También reconocen que se utiliza en imágenes destacadas y de complemento para cada artículo, una calidad y resolución adecuada, sin errores o deformaciones que pudiera afectar la interpretación del contenido.

Gráfico 7.12 Diseño del sitio y uso de imágenes

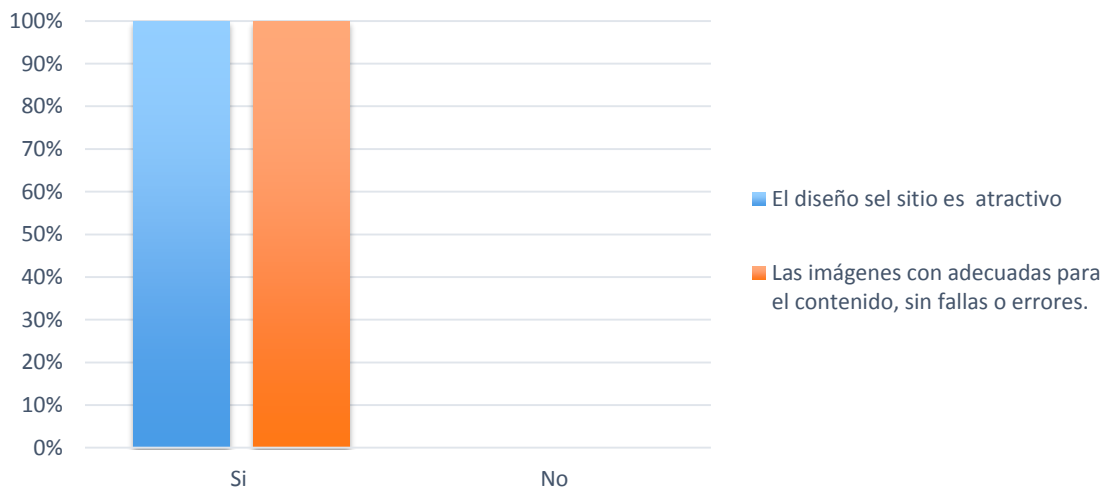
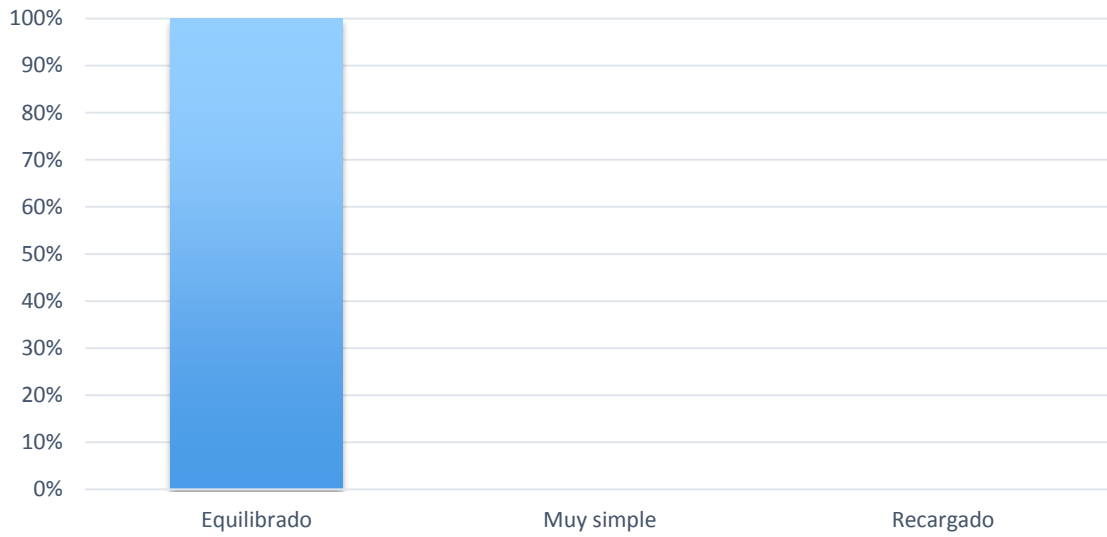


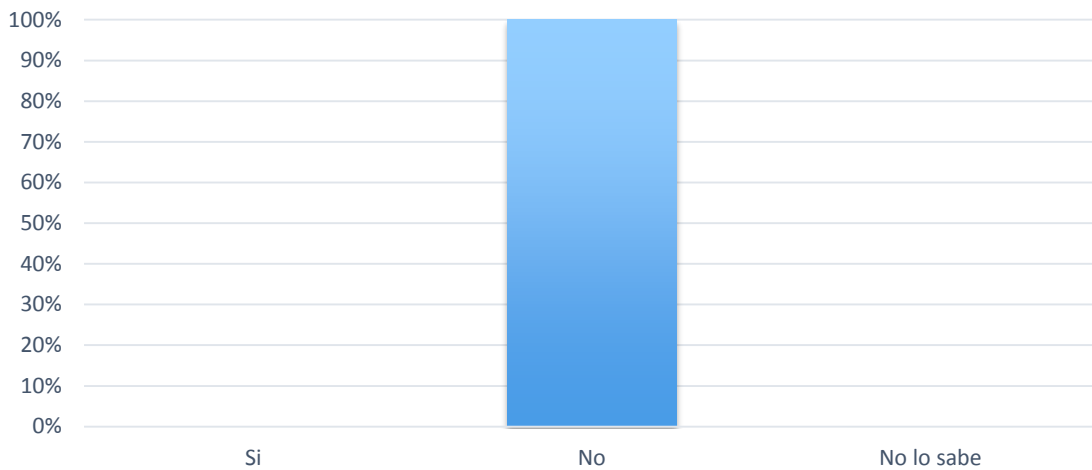
Gráfico 7.13 Valoración gráfica



Si bien Punto Medio presenta publicidad de terceros proporcionados por la empresa de *Google* y su herramienta *Google AdSense*, al cuestionarles sobre: ¿recuerda si el sitio tenía espacios publicitarios, tuvo alguna interacción con estos y qué le llamó la atención? Los resultados evidenciaron que los elementos incrustados publicitarios en el sitio no afectan la interacción y consulta de contenidos del sitio, en ocasiones llegan a dar clic en ellos debido a los productos y promociones anunciadas.

De hecho, al profundizar sobre el impacto que puede llegar a tener la publicidad digital en el sitio Punto Medio se aplicó el ítem: ¿Los espacios publicitarios llegan a destacar más que el contenido? Concluyendo que los espacios publicitarios son considerados como elementos ausentes de tanta carga visual, estos no resaltan más que el contenido o la información producida por el personal (Gráfico 7.14).

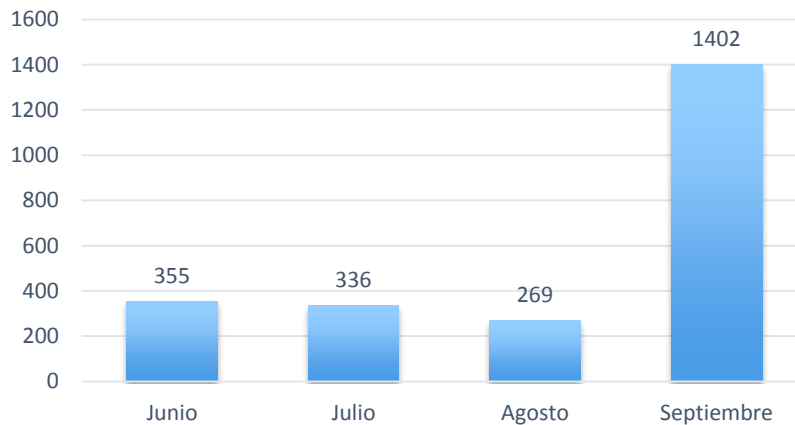
Gráfico 7.14 Publicidad se destaca más que el contenido



7.3 Usabilidad con herramientas informáticas

Con base en resultados obtenidos el día 9 de octubre de 2014 por la herramienta de monitoreo *Google Analytics* (<http://www.google.com/analytics/>), *Punto Medio* registró en un periodo de actividad de 4 meses concentrados en el Gráfico 7.15, 2 mil 362 usuarios únicos para visitas de páginas, siendo el sitio principal (inicio) el de mayor demanda con un 25.15 por ciento del total de ingresos.

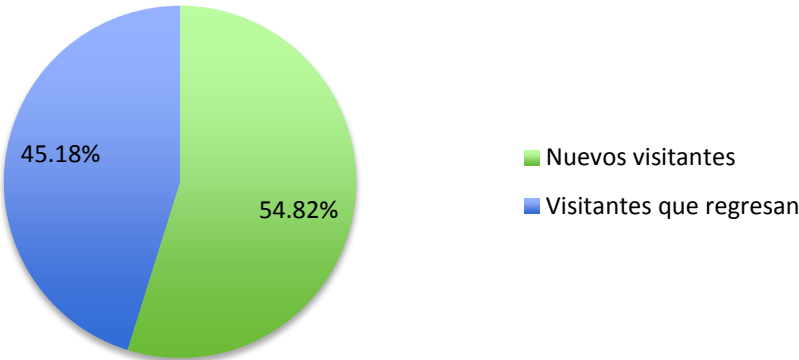
Gráfico 7.15 Usuarios únicos por visita



Fuente: Google Analytics

En comparación con los usuarios que volvieron y los nuevos se puede evidenciar en el Gráfico 7.16 datos no tan desiguales, pues la diferencia es tan solo de 9.64 por ciento.

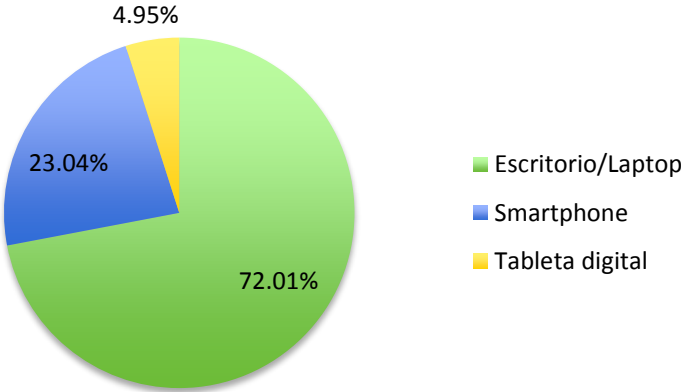
Gráfico 7.16 Nuevos visitantes y reincidentes



Fuente: Google Analytics

Referente a estos accesos, se puede observar en el Gráfico 7.17 como los equipos de computadoras de escritorio o laptops son los más frecuentes en ingreso al sitio, seguido de los dispositivos móviles de tipo Smartphone y por último las tabletas digitales.

Gráfico 7.17 Dispositivos de acceso al sitio web



Fuente: Google Analytics

El día 10 de octubre del 2014, con la herramienta de monitoreo web *WooRank* (<http://www.woorank.com/es/>) se obtuvo el siguiente análisis:

- El nombre del sitio presenta una longitud de 10 caracteres.
- La dirección del sitio o *URL* tiene una longitud de 12 caracteres.
- El sitio incluye una meta descripción de 160 caracteres, este resulta útil para figurar en motores de búsqueda, destacando la finalidad del sitio en la página principal y con destacados en cada contenido.
- No se presentan enlaces rotos, tanto internos como externos.
- Se puede ingresar al sitio antecediendo al nombre el protocolo *www* o sin este.
- Las *URL* están limpia; sin caracteres especiales, resultando fáciles de utilizar y ayudando al posicionamiento en la web.
- El sitio esta optimizado para dispositivos móviles.
- Se incluye un *Favicon* o un icono personalizado que figura como icono al momento de cargar la *URL*.
- Se ofrecen formularios de conversión; espacio de contacto y de comentarios.
- El contenido más importante del sitio principal queda a simple vista, sin que el usuario tenga que hacer *scroll* o desplazamiento hacia abajo.
- Presenta un tiempo de carga aproximado de 3.25 segundos.
- Se ofrece una navegación segura, sin software malicioso y con bloque de *spam*.
- Existe un archivo *robots.txt*, el cual restringe a los robots de motores de búsqueda que rastrean el sitio, evitando el acceso a directorios y algunas páginas en los que puedan insertar contenido malicioso o malintencionado.

CAPÍTULO 8. Informe de percepción

El instaurar un nuevo espacio en Internet no es solo lanzarlo y dejar que este registre actividad por parte de los usuarios, necesita evaluarse de forma constante sobre cómo es percibido por los usuarios reales o fieles al sitio y con sus opiniones podemos saber qué aspectos mejorar, además de conocer aquellos que no resulten fáciles de apreciar para generar una navegación satisfactoria.

Para obtener este informe sobre percepción, se aplicó un cuestionario con 23 ítems con respuesta bajo la escala de Likert para resultados cuantitativos y también se incluyó un apartado de respuesta abierta para resultados cualitativos. Este cuestionario se encuentra en anexo 5.

Para la generación del cuestionario fue considerada y adaptada la propuesta del test de Gomes y De Faria (2011) “Calidad de los sitios web en la percepción de los usuarios”⁵. La aplicación de este instrumento fue llevada a cabo por el personal de Punto Medio a 25 usuarios, de acuerdo a los solicitado en la *Guía General de Titulación*, de forma digital, del 13 al 15 de octubre del 2014, los encuestados corresponden a usuarios estudiantes del cuarto semestre de Licenciatura en Periodismo en el Centro Universitario del Sur de Ciudad Guzmán,

8.1 Resultados Cuantitativos

Respecto a la satisfacción de los usuarios de los contenidos del sitio Punto Medio, solo cuatro por ciento del total de encuestados (25 usuarios) están indecisos al respecto, el resto estuvo de acuerdo (Gráfico 8.1).

A los encuestados se les preguntó si son atendidas adecuadamente sus necesidades de información, el 88 por ciento de los encuestados respondieron estar de acuerdo; 8 por ciento indeciso y 1 por ciento en desacuerdo (Gráfico 8.2).

⁵ GOMES W., DE FARIA, R. (2011). Calidad de los sitios web en la percepción de los usuarios. Una aplicación en los hoteles de Joao Pessoa, Paraiba, Brasill. (Revista electrónica) SciELO Argentina. 1 de febrero de 2012. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a07.pdf>.

Gráfico 8.1 Contenidos satisfactorios

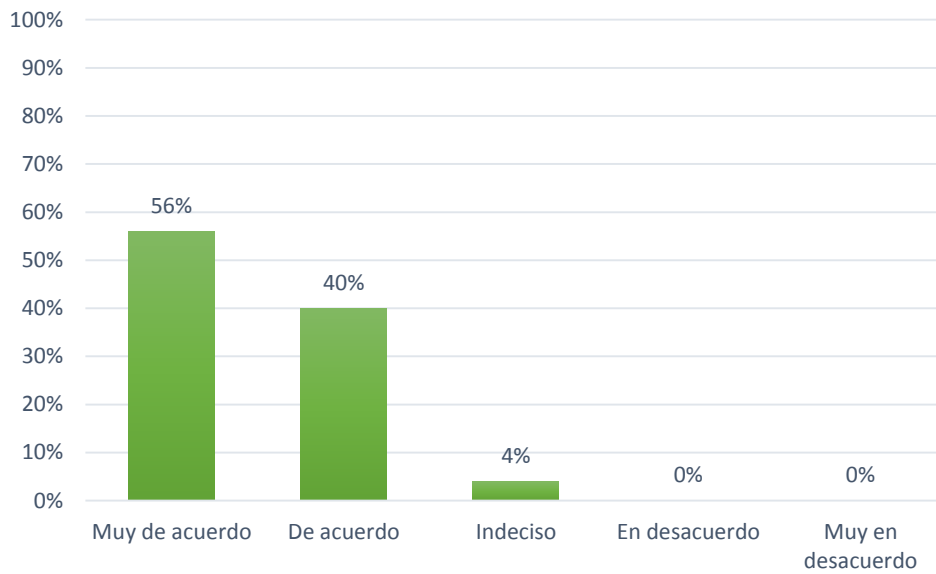
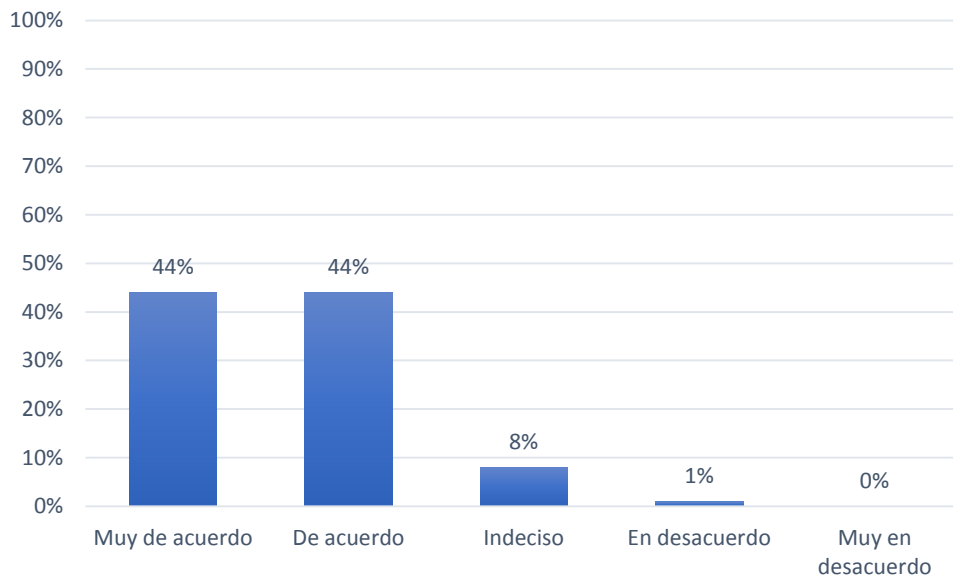
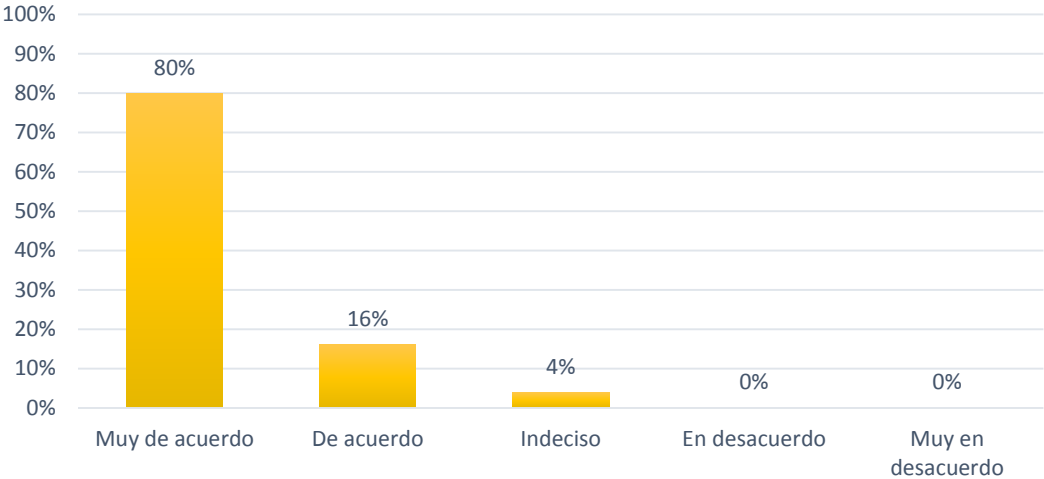


Gráfico 8.2 Atiende necesidades de información



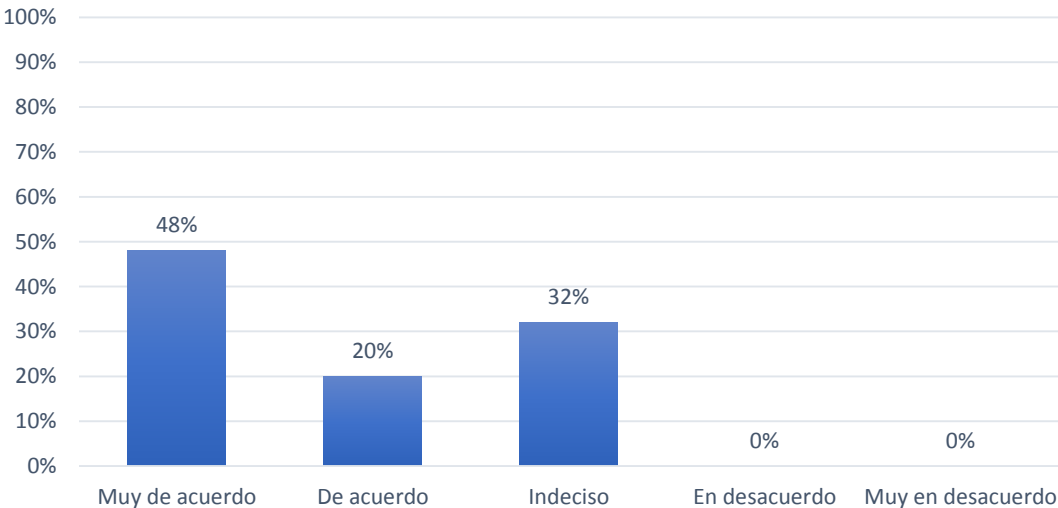
Respecto si la información presentada en el sitio es clara y fácil de entender, 80 por ciento de los encuestados estuvieron muy de acuerdo, 16 por ciento de acuerdo y 4 por ciento se mostraron indecisos (Gráfico 8.3).

Gráfico 8.3 Información clara y fácil de entender



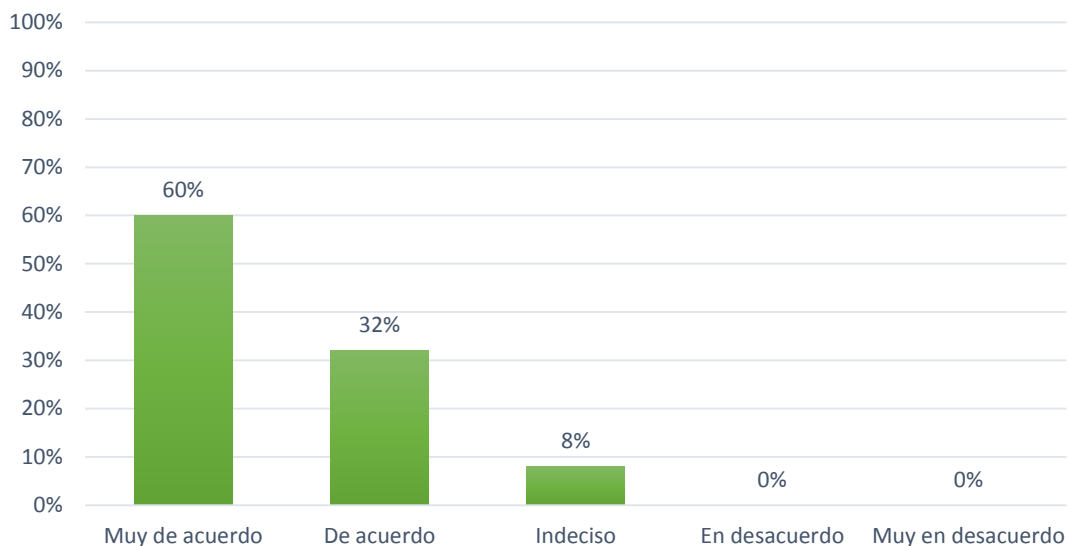
Acerca de que el sitio les permite realizar búsquedas para encontrar la información que precisan, 48 por ciento opinaron estar muy de acuerdo; 20 por ciento de acuerdo y 32 por ciento se mostraron indecisos (Gráfico 8.4).

Gráfico 8.4 Se permite búsquedas precisas de información



Sobre si el sitio tiene elementos interactivos que me ayudan a encontrar lo que buscan. 60 por ciento estuvieron muy de acuerdo; 32 por ciento de acuerdo y 8 por ciento indecisos (Gráfico 8.5).

Gráfico 8.5 Elementos interactivos que ayudan a encontrar lo deseado



Respecto a la interacción de los usuarios con el sitio para conseguir información adecuada a sus necesidades, 64 por ciento estuvo muy de acuerdo; 24 por ciento de acuerdo; 8 por ciento indeciso y 4 por ciento en desacuerdo (Gráfico 8.6).

De acuerdo a los encuestados 88 por ciento tiene la confianza en contenidos de puntomedio.mx y tan solo 12 por ciento lo duda (Gráfico 8.7).

El 92 por ciento de los encuestados indican que las páginas del sitio cargan rápidamente, mientras que 8 por ciento estuvieron en desacuerdo (Gráfico 8.8). Sin embargo, al preguntarles la velocidad de puntomedio.mx con relación a otros sitios, 40 por ciento está indeciso, 20 por ciento que si tarda en cargar; 24 por ciento en desacuerdo y 16 por ciento muy en desacuerdo (Gráfico 9.9).

Gráfico 8.6 Se interactúa para conseguir información deseada

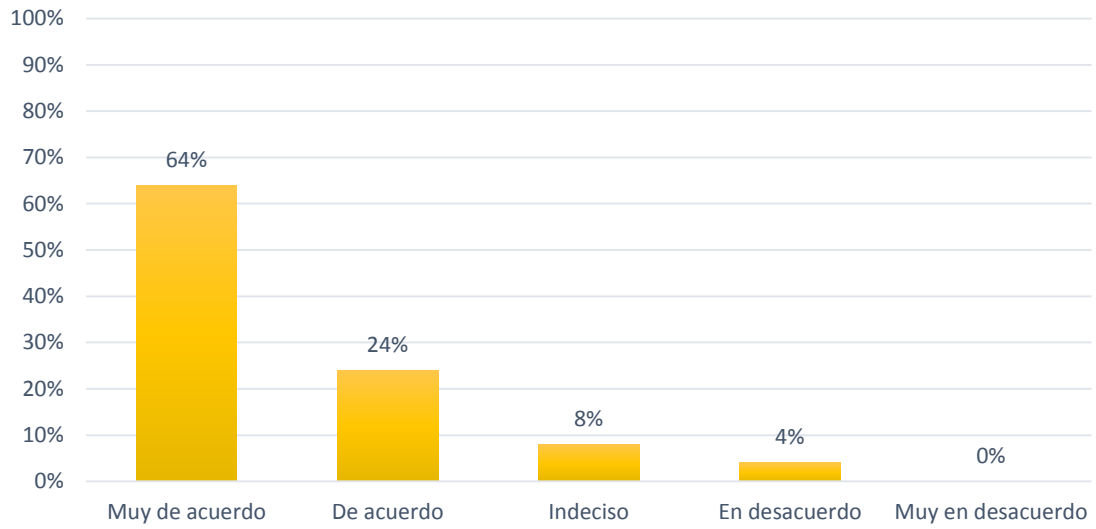


Gráfico 8.7 Confianza en información

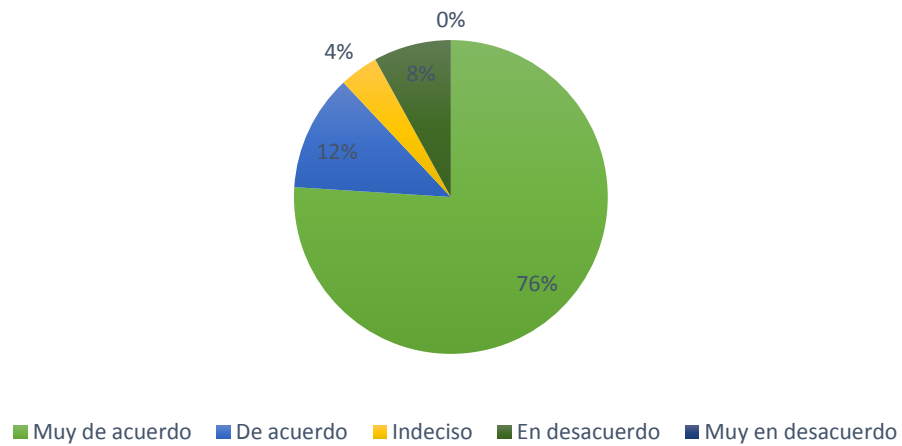


Gráfico 8.8 Velocidad de carga en páginas del sitio

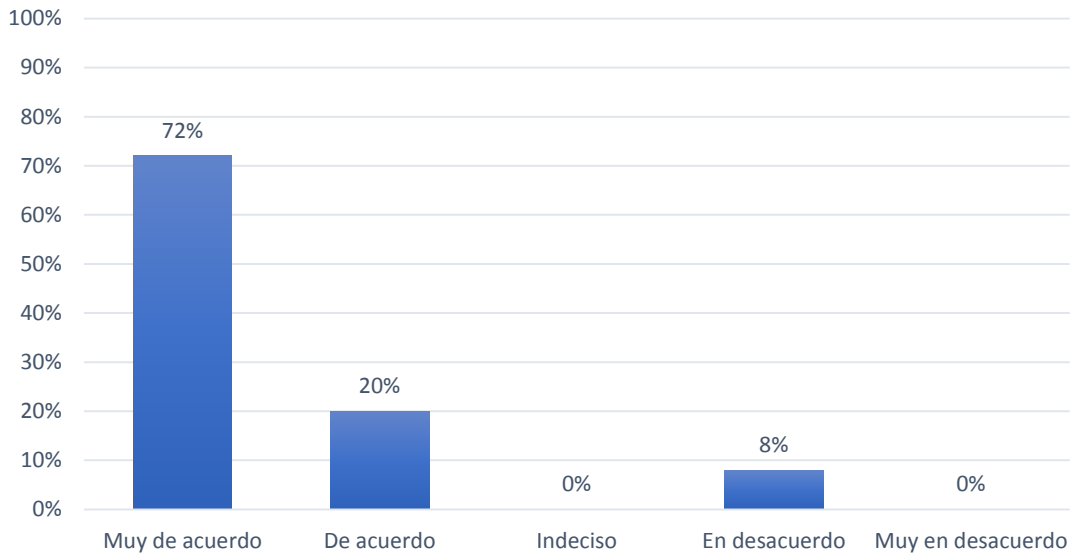
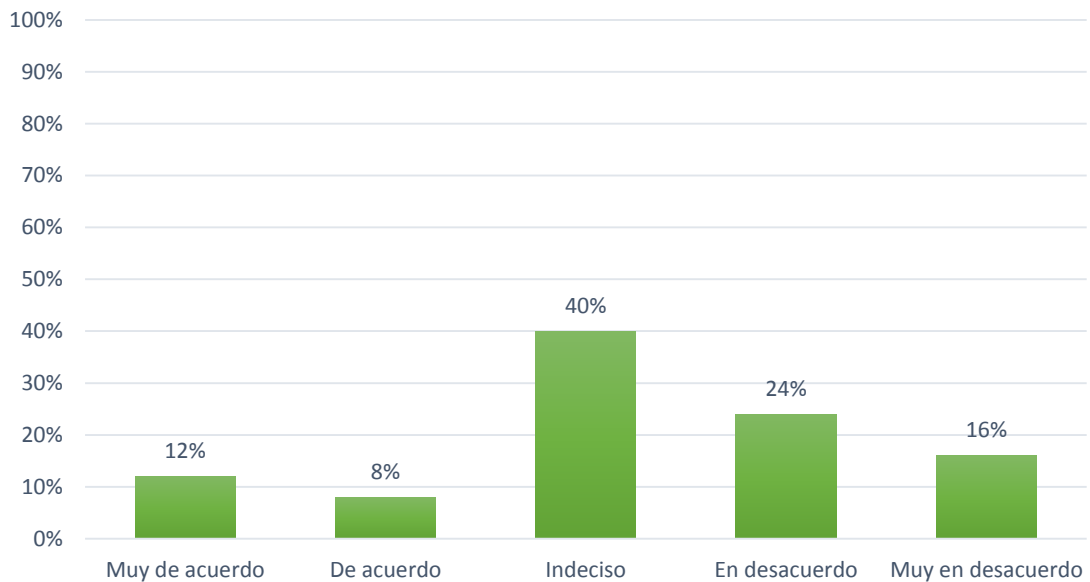
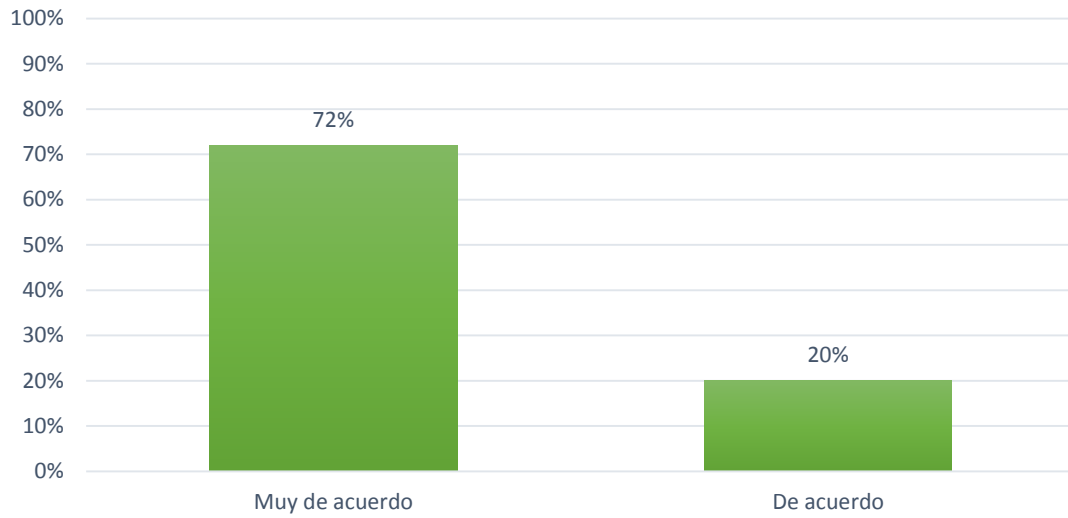


Gráfico 8.9 Velocidad de carga en comparación con otros



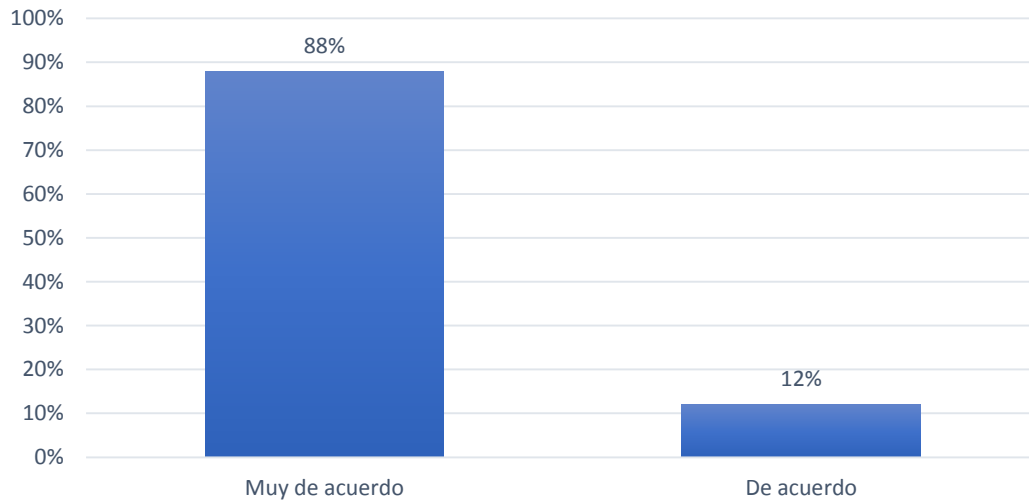
Respecto si los contenidos del sitio son de fácil lectura, 72 por ciento estuvo muy de acuerdo y 20 por ciento de acuerdo (Gráfico 8.10).

Gráfico 8.10 Contenido de fácil lectura



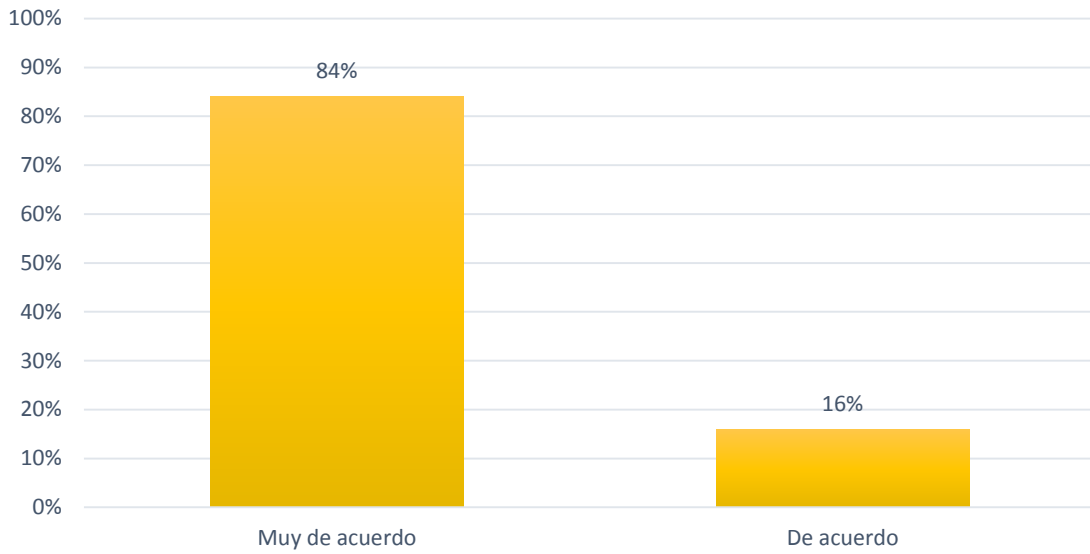
Los usuarios indican que la visualización de los textos en el sitio es buena para la lectura, 88 por ciento estuvieron muy de acuerdo y 12 por ciento de acuerdo (Gráfico 8.11).

Gráfico 8.11 Buena visualización de textos para lectura



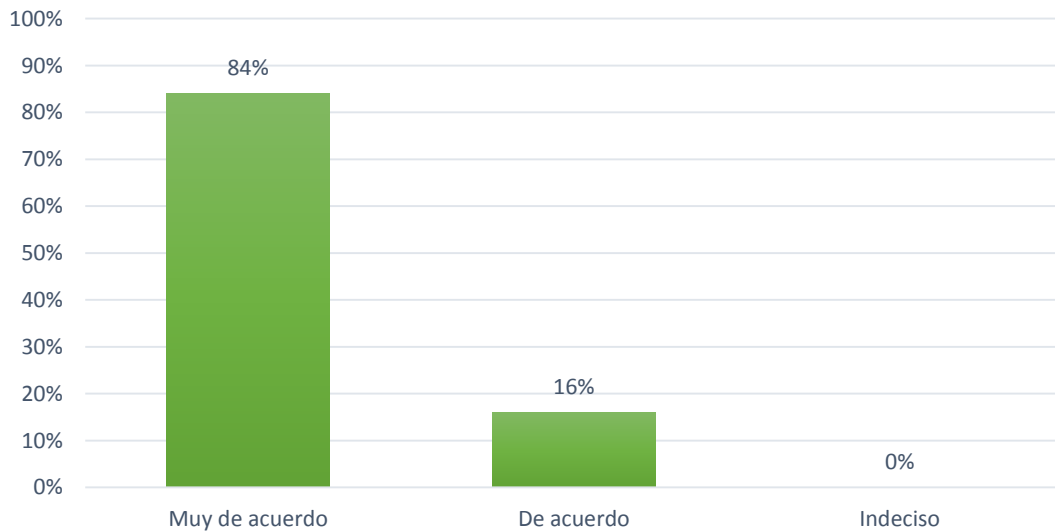
Acercas de que sí los nombres de las secciones del sitio son de fácil comprensión 84 por ciento estuvieron muy de acuerdo y 16 por ciento de acuerdo (Gráfico 8.12).

Gráfico 8.12 Nombres de secciones comprensibles y claros



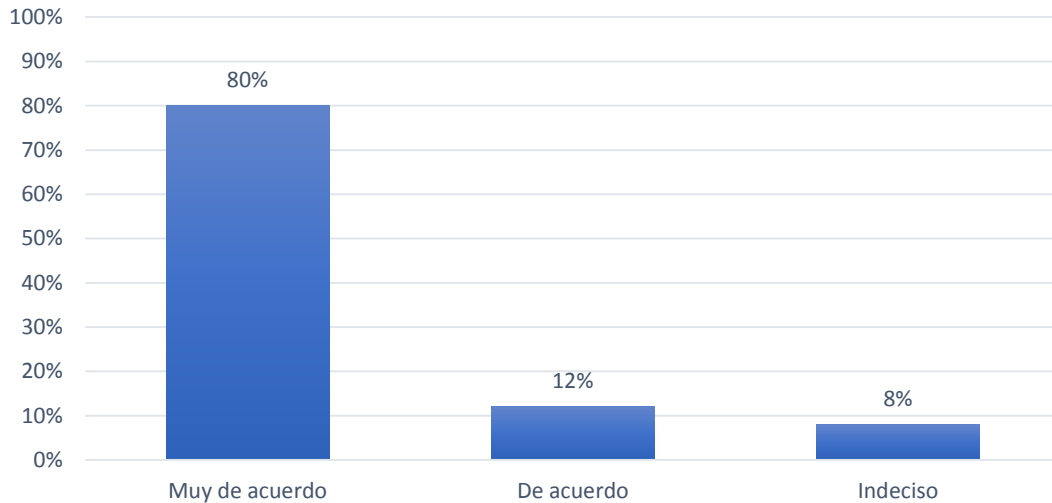
Para aprender a utilizar el sitio (Gráfico 8.13) es/ fue fácil para 84 por ciento de los encuestados, quienes estuvieron muy de acuerdo y 16 por ciento de acuerdo (84 por ciento).

Gráfico 8.13 Aprender a utilizar el sitio es fácil



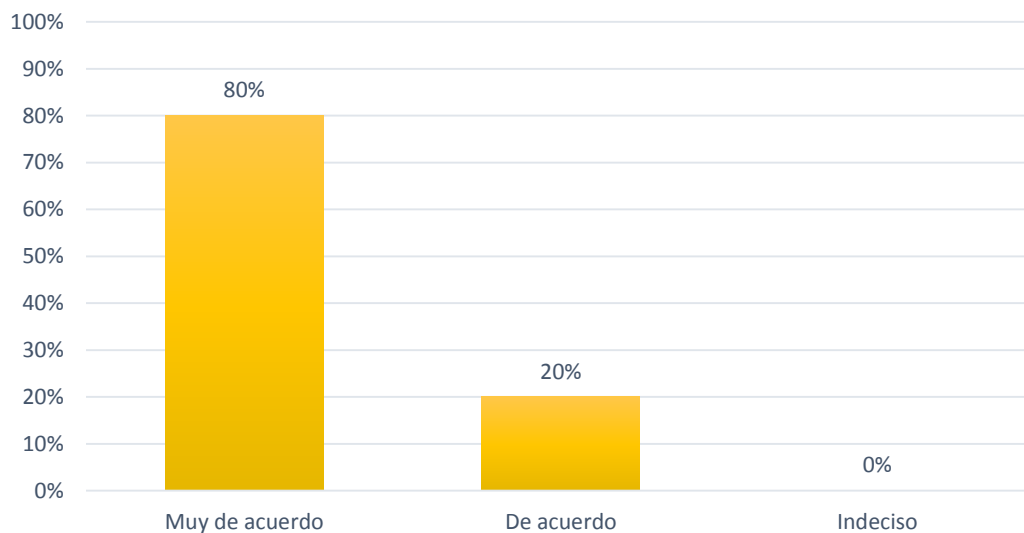
Respecto a si les fue simple dominar el uso del sitio, 80 por ciento estuvieron muy de acuerdo; 12 por ciento de acuerdo y 8 por ciento indeciso (Gráfico 8.14).

Gráfico 8.14 El sitio es simple de dominar



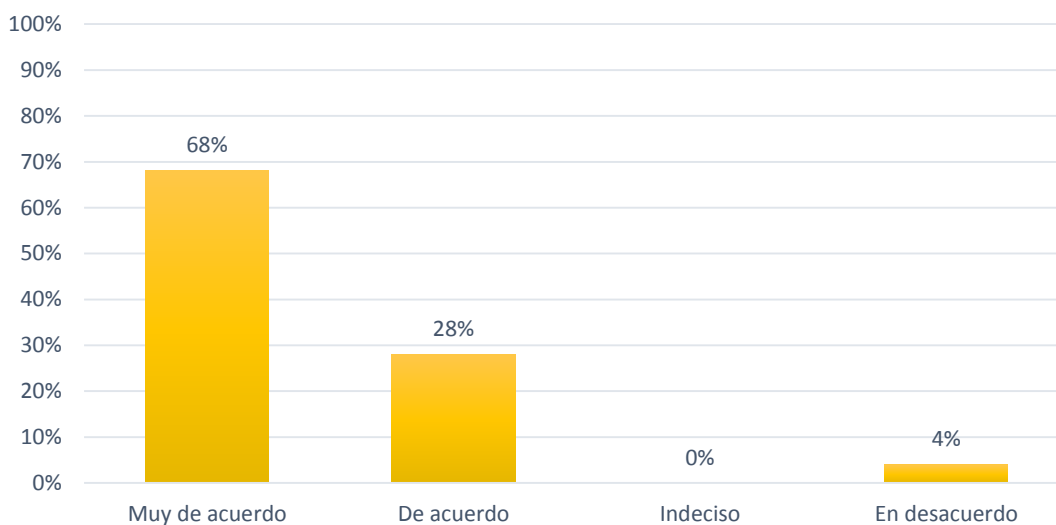
El 80 por ciento de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que es fácil navegar el sitio; y 20 por ciento de acuerdo (Gráfico 8.15).

Gráfico 8.15 Es fácil navegar en el sitio



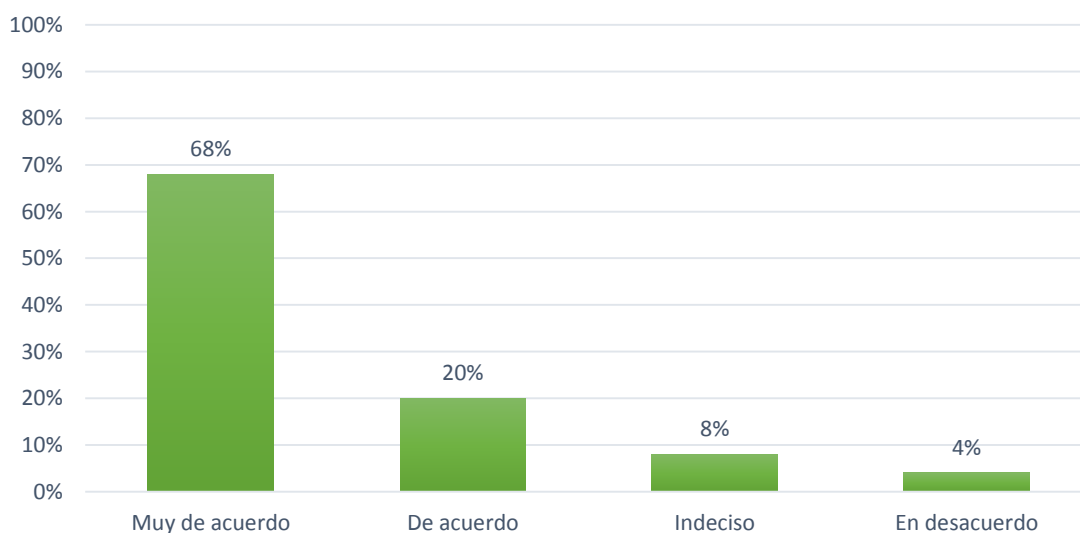
A la pregunta si el sitio es visualmente agradable, 68 por ciento de los usuarios estuvieron muy de acuerdo; 28 por ciento de acuerdo y 4 por ciento en desacuerdo (Gráfico 8.16).

Gráfico 8.16 Resulta agradable a la vista



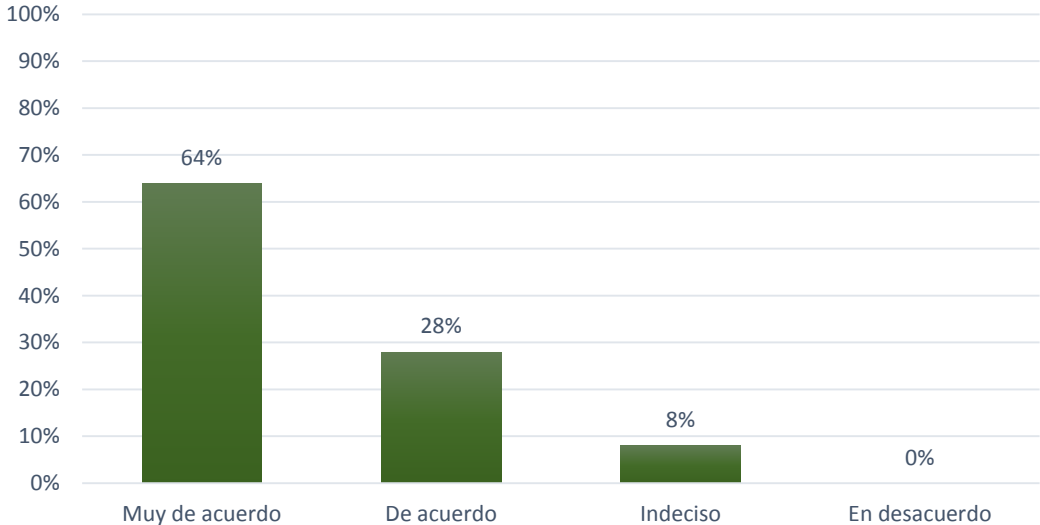
Para 68 por ciento de los encuestados el sitio presenta un diseño atractivo; 20 por ciento estuvieron de acuerdo, 8 por ciento indecisos y 4 por ciento en desacuerdo (Gráfico 8.17).

Gráfico 8.17 Contiene un diseño atractivo



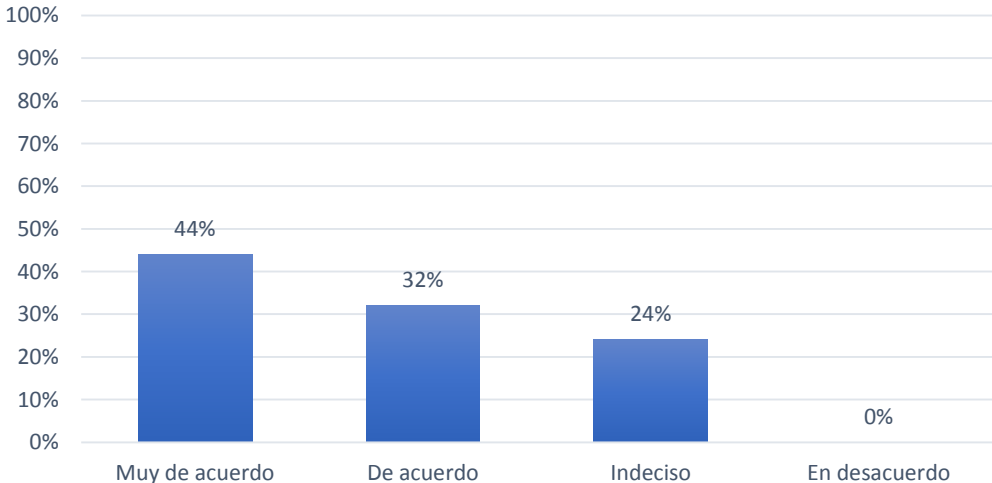
Acerca de que si el sitio les despierta interés a los usuarios cuando acceden a puntomedio.mx, 64 por ciento de ellos estuvieron muy de acuerdo, 28 por ciento de acuerdo y 8 por ciento indecisos (Gráfico 8.18).

Gráfico 8.18 Despierta interés al acceder



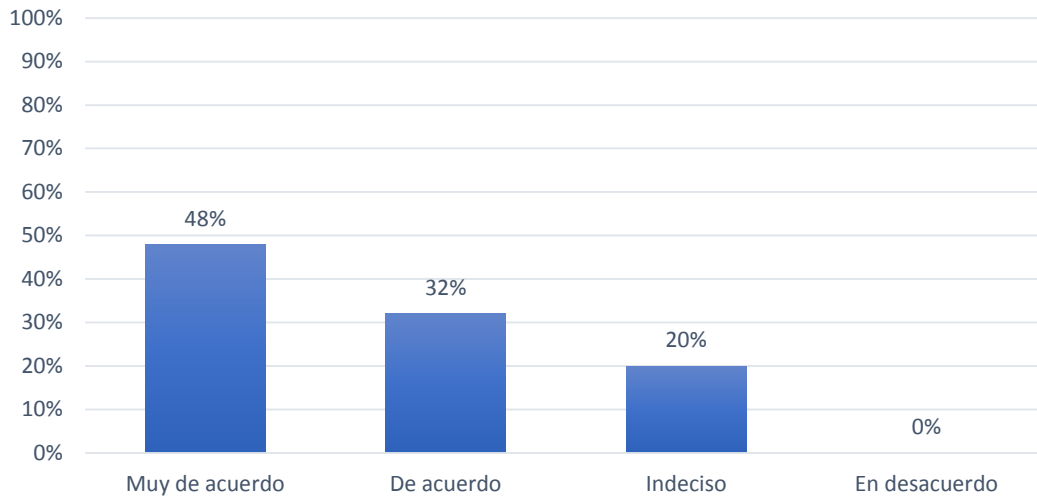
Sobre si el sitio es innovador con relación con otros que conoce. 44 por ciento respondieron estar muy de acuerdo; 32 por ciento de acuerdo y 24 por ciento indecisos (Gráfico 8.19).

Gráfico 8.19 Resulta innovador con relación a otros que se conocen



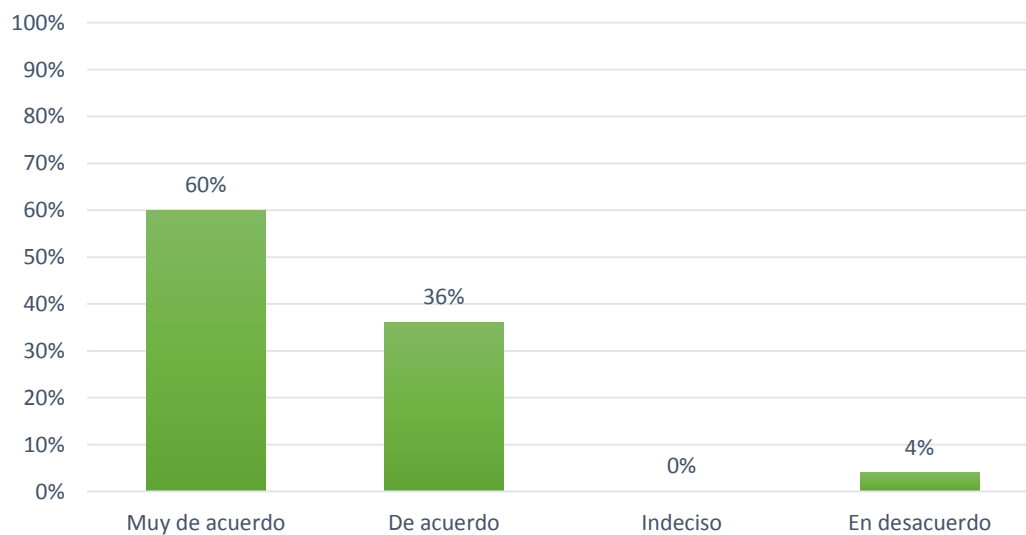
Referente a la percepción del diseño, el 48 por ciento de los usuarios están muy de acuerdo que tiene un diseño diferenciado; 32 por ciento están de acuerdo y 20 por ciento indecisos (Gráfico 8.20).

Gráfico 8.20 Contiene un diseño diferenciado



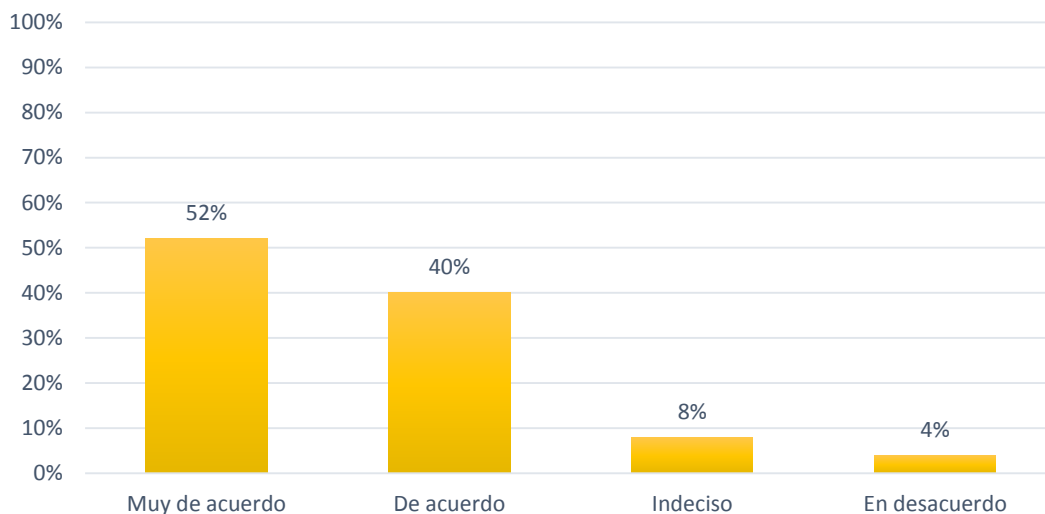
Acerca de si el sitio es creativo, 60 por ciento están muy de acuerdo; 36 por ciento de acuerdo y 4 por ciento indecisos (Gráfico 8.21).

Gráfico 8.21 El sitio resulta creativo



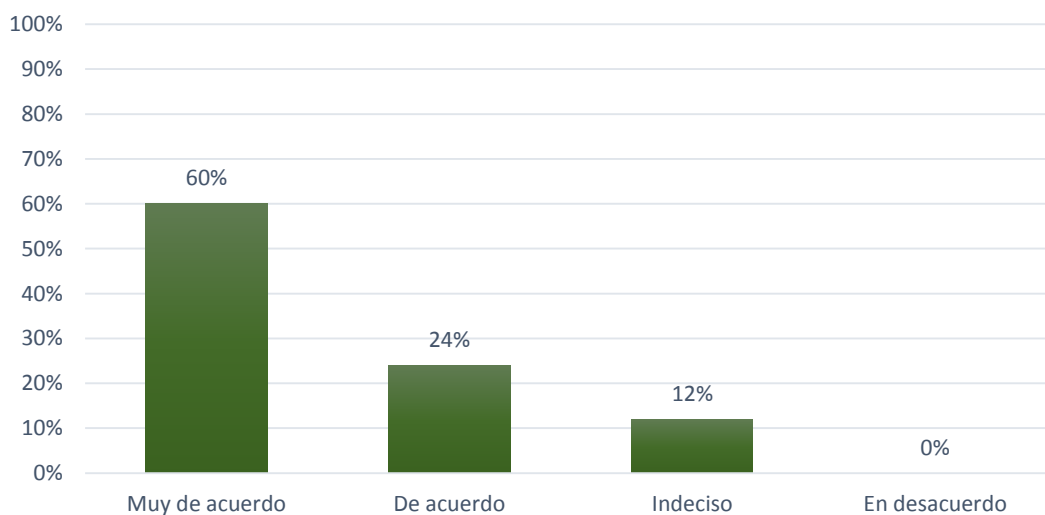
Sobre la satisfacción de los usuarios al utilizar el sitio web, 52 por ciento están muy de acuerdo; 40 por ciento de acuerdo; 8 por ciento indecisos y 4 por ciento en desacuerdo (Gráfico 8.22).

Gráfico 8.22 Genera satisfacción al utilizar el sitio



A los encuestados se les preguntó si sentían entusiasmo cuando accedían al sitio, 60 por ciento de ellos respondieron estar muy de acuerdo; 24 por ciento de acuerdo y 12 por ciento indecisos (Gráfico 8.23).

Gráfico 8.23 El acceder al sitio genera entusiasmo



8.2 Resultados Cualitativos

Respecto a las opiniones expresadas en el apartado *¿Por qué?* del cuestionario elaborado para conocer la percepción sobre el sitio web se generalizan los siguientes aspectos:

a) Los usuarios valoran que la información publicada es de contenido variado, actual, interesante, claro y entendible, siempre destacando lo más importante en el ámbito de las tecnologías.

b) Al acceder, el sitio y la temática les resulta de interés, admitiendo un buen uso de diseño, distribución y oferta de contenidos nuevos; presentando en el inicio las actualizaciones más recientes y dentro de categorías como de los artículos recomendaciones de consulta.

c) Reconocen cómo la forma en que se incluye a aquellos usuarios que no son tan apegados a tecnología, siempre presentando información más relevante de la semana.

d) La información la clasifica como clara y fácil de entender, debido al acomodo de cada contenido, agradecen una extensión no tan prolongada, además de utilizar gráficos amigables y un vocabulario concreto.

e) Distinguen información deseada sin ningún problema, debido a lo que clasifican ellos como un adecuado orden de los elementos, pero también aceptan que en ocasiones la herramienta de buscar llega a identificar ciertos contenidos de difícil ubicación.

f) Para ellos, los elementos de interacción como los de multimedia o de hipertexto resultan al momento de su consulta ecuanimes, fáciles de entender y diferenciar, aspectos que hacen más cómoda la consulta y navegación en el sitio a través del menú principal, como en otras prestaciones de oferta de contenidos.

g) Aun cuando se presenta una diversidad en apartados, los usuarios aceptan que pueden interactuar y buscar diferentes tipos de publicaciones e información, pues los elementos

ofrecidos les permiten mejorar la búsqueda de información en base a sus necesidades; ya sea por etiquetas o la herramienta de buscar.

h) También se sienten seguros e importantes, pues identifican el espacio de comentarios como un lugar para poder dejar sus dudas u opiniones, teniendo la certeza de que será respondido por parte del personal u otros usuarios abonaran a este.

i) Los usuarios demuestran confianza, acentuando la profesionalidad y compromiso de los integrantes. Además de que al final de cada nota identifican las referencias de consulta y una descripción sobre el autor del contenido.

j) La carga del sitio resulta aceptable, justificada por un tiempo de espera corto. Las imágenes cargan rápido, así como los elementos multimedia, características que no extrañaron de otros sitios similares a *Punto Medio*.

k) Al momento de la lectura y apropiación de contenidos, resaltan el uso de un lenguaje que facilita la comprensión de los mismos, sin tecnicismo o lenguaje especializado, pero sobre todo no tan prolongado, ideal para una lectura en pantalla.

l) La forma en que se presenta el sitio como el tamaño, color, distribución, interlineado y alineación de los textos, así como la estructuración de secciones son reconocidas por los usuarios como auxiliares en la navegación del sitio.

m) Los usuarios mencionan que no se necesita de conocimientos o habilidades nuevas para interactuar con *Punto Medio*, pues presenta una forma de navegación común en Internet; por un menú e hipertextos, sin tantas pestañas o apartados que lleguen a confundir al usuario. También destacan un adecuado acomodo y disposición de los elementos, además de una buena relación entre título e imagen como una invitación a leer el artículo.

n) En general, el diseño del sitio resulta un poco fuera de lo común al formato de sitio tipo blog, lo clasifican como agradable a la vista y cuidado, gracias a su buena distribución de

elementos como imágenes, tipografías y colores empleados, además de su posibilidad de conexión con medios sociales. Sin embargo, llegan a mencionar como un factor no favorable en innovación el que puede repetirse el tema en otros sitios.

ñ) Los usuarios valoran el esfuerzo por ofrecer un diseño diferenciado, desde su nombre fácil de recordar hasta un slogan que induce al tipo de información a tratar en el sitio. Sin embargo, se señala como petición el mejorar un poco más el sentido de interacción y algunos aspectos del diseño como el color empleado.

o) Un incentivo de repetir la visita al sitio por parte de los usuarios y que ellos mismos destacan, es el modo aleatorio que provee de una portada y contenidos diferentes en cada visita. Los servicios multimedia llegan a ampliar la curiosidad, atraen y captan su atención.

p) Otro atractivo para los usuarios, es el aprender nuevas cosas, pues sabe que encontrará el contenido de calidad que necesita de forma inmediata sobre los dispositivos que posee, hábitos de uso en él y otros contenidos que pueden resultar de interés, permitiendo mejorar su productividad y/o acciones diarias.

CAPÍTULO 9. Informe implementación plan estratégico de recursos humanos

El recurso humano es la parte que soporta y dicta todo el hacer en el sitio web, por ello es necesario un trabajo colaborativo, evitando conflictos y siempre motivando a la actualización y mejoramiento de sus prácticas.

Para *Punto Medio* resulta vital la conformación de un personal ad hoc a la temática y contexto seleccionado, así como una adecuada gestión de personal para integrar, capacitar y motivar al grupo de trabajo con el fin de mantener la calidad del sitio puntomedio.mx en tiempo y forma.

9.1 Clasificación de puestos

Consideramos necesario establecer perfiles sobre los cuales se crean los puestos a ocupar para el desarrollo del sitio web, alineándolos de acuerdo a la misión, visión y objetivos del mismo, al igual que permitan a corto o largo plazo la integración de profesionales con las competencias y habilidades necesarias en los lugares adecuados, de acuerdo a sus necesidades y requerimientos.

El Cuadro 9.1 muestra Punto Medio el Manual descriptor de Puestos, en el cual se describe el nombre del puesto, descripción del puesto y los factores de competencias que deben reunir.

Lo expuesto en el Manual descriptor de Puestos es revisado periódicamente para definir adecuadamente las funciones de los puestos de trabajo y así plantear objetivos e indicadores de resultados acorde al plan estratégico de recursos humanos, el cual permite optimizar las aptitudes de los colaboradores, ofrecer oportunidades de promoción profesional y definir políticas de personal.

Cuadro 9.1 Manual descriptor de puestos

Perfil	Descripción del puesto	Competencias
Editor web	<p>Es necesario que la persona para este puesto cuente con conocimientos de todas las áreas que integran su sala de redacción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reportero digital • Diseñador Gráfico • Community Manager <p>Pues es el responsable de asegurar un trabajo colaborativo en armonía y sin algún conflicto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar ideas de formas claras y coherentes. • Dominar el uso de reglas gramaticales que ayuden a una redacción sin errores. • Redactar, editar y adaptar texto para medios interactivos. • Emplear a las TIC como herramienta para la producción de recursos gráficos e interactivos con carácter informativo. • Mostrar habilidades y aptitudes de liderazgo para dirigir y trabajar en equipo.
Reportero digital	<p>Elemento con apego a la forma de redacción para medios digitales, con el fin de estructurar contenidos de calidad informativa necesarios para contenidos digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar ideas de formas claras y coherentes. • Dominar el uso de reglas gramaticales que ayuden a una redacción sin errores. • Redactar, editar y adaptar texto para medios interactivos. • Construir recursos gráficos necesarios para contenidos digitales. • Utilizar a las TIC como fuente de obtención para contenidos e información digital. • Saber trabajar en equipo.

Diseñador Gráfico	Elemento con conocimientos y habilidades tanto para gestionar como producir recursos gráficos digitales y productos multimedia. Así como de experiencia en la administración de sitios web.	<ul style="list-style-type: none"> • Emplear a las TIC como herramienta para la producción de recursos gráficos e interactivos con carácter informativo. • Dominar los protocolos, lenguajes y aspectos necesarios para administrar una comunidad de trabajo en Internet. • Saber trabajar en equipo.
Community manager	<p>Sujeto con destreza en el uso de redes sociales para lograr una presencia en medios sociales.</p> <p>Se relaciona con las audiencias, respondiendo y atendiendo a sus necesidades, además de motivarlos a la consulta de información y participación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el uso de redes sociales con el fin de formar una conexión con los usuarios que conforman a la comunidad del medio. • Dominar el uso de reglas gramaticales que ayuden a una redacción sin errores. • Estructurar un lenguaje que incite a la participación y/o acción de los usuarios del medio. • Construir recursos gráficos necesarios para publicaciones sociales. • Saber trabajar en equipo.

Para llevar a cabo las labores de lanzamiento, en el área de Recursos Humanos se establecieron puestos a desempeñar por cada integrante, teniendo una estructura inicial presentada en el Cuadro 9.2.

Cuadro 9.2 Personal de lanzamiento

Integrante	Puesto
Neri Alejandro González Soto	Editor web Diseñador Gráfico
Marcos Macías Macías	Reportero
Lenin Antonio Aceves Díaz	Reportero
Talisa Anaid Delgado García	Community Manager

Conforme fue creciendo el sitio y por motivos de deserción de integrantes a causa de promoción laboral, se planteó la estrategia de convocar a más personal, viendo la oportunidad de buscar a estos nuevos integrantes mediante una convocatoria dirigida a alumnos de periodismo en el Centro Universitario del Sur, hecho que proveería de personas relacionadas con el campo de la información en Internet, así como también se identifiquen con los objetivos de Punto Medio.

Gracias a esta convocatoria se conformó un nuevo equipo de trabajo y se presenta su estructura actual en el Cuadro 9.3.

Cuadro 9.3 Personal actual

Integrante	Puesto
Neri Alejandro González Soto	Editor web Diseñador Gráfico
Talisa Anaid Delgado García	Community Manager
Yadira Analy Najar Martínez	Reportero web
José Lauro Rodríguez Ventura	Reportero web
Jennifer Dibení Guzmán Estrella	Reportero web
Juan Carlos Llamas Castañeda	Reportero web
Omar Edgardo Núñez López	Reportero web

A partir de este nuevo equipo de trabajo se establecieron acciones de formación referente a la gestión y creación de sus contenidos, es decir, capacitándolos sobre la forma de administrar el sitio a través de sus cuentas de usuario en el gestor de contenido utilizado, así como del uso de herramientas interactivas en Internet y adaptación de contenidos óptimos para un periodismo digital de calidad.

9.2 Plan estratégico de recursos humanos

Corral menciona en su libro *Dirección de personas: escuchar, influenciar y desarrollar a los colaboradores* (2007) “Se deberá generar una estrategia de atracción y retención de personas, que esté articulada desde los recursos disponibles y sea coherente con los objetivos que se persiguen, y que sirva de base para gestionar a las personas en un contexto de mayor competencia por el talento” (p. 69)⁶.

Por lo anterior, es que *puntomedio.mx* ha definido un plan estratégico de recursos humanos que tiene como propósito atender los aspectos relacionados con la carrera profesional y organizacional de los colaboradores de *Punto Medio*.

Por lo que se plantearon objetivos estratégicos, proyecto estratégico e indicadores de las dimensiones de: Comunicación interna, Equipo de trabajo, Actualización y profesionalización. Mismos que pueden revisarse a partir del informe de la implementación del Plan estratégico de recursos humanos que es presentado en el siguiente apartado de este capítulo.

⁶ CORRAL, Jerónimo (2007). *Dirección de personas: escuchar, influenciar y desarrollar a los colaboradores*. Ed. Netbiblo: España. Disponible en https://books.google.com.mx/books?id=_yEDzVW0JkQC&pg=PA68&dq=plan+estrategico+d e+recursos+humanos+web&hl=es&sa=X&ei=MmG4VlenN4j3yQTTTrYGYCw&ved=0CDYQ6AEwAw#v=onepage&q=plan%20estrategico%20de%20recursos%20humanos%20web&f=false

9.3 Informe de la implementación del plan estratégico de recursos humanos de Punto Medio

Resultados obtenidos a partir del plan estratégico de recursos humanos de *Punto Medio* pueden observarse en los Cuadros 9.4 correspondiente a Comunicación interna; 9.5. Equipo de trabajo y 9.6 actualización y profesionalización. Lo aquí expuesto son logros obtenidos durante el año 2014.

Cuadro 9.4 Comunicación interna

Objetivo estratégico	Implementar para el desarrollo del sitio web sistemas de comunicación e información interna.
Proyecto estratégico	Creación de equipos virtuales a través de las tecnologías <i>WhatsApp</i> y <i>Facebook</i> .
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Mensajes compartidos en <i>Facebook</i> • Número de interacciones en <i>WhatsApp</i>
Resultados	Mayor interacción en redes sociales 500 mensajes. En <i>WhatsApp</i> comunicación 2 horas por día aproximadamente.
Observaciones	Mantener constante comunicación entre el personal.

Cuadro 9.5 Equipo de trabajo

Objetivo estratégico	Planificar, integrar y gestionar los recursos humanos necesarios, así como mejorar su desarrollo profesional.
Proyecto estratégico	Definición de puestos de trabajo: perfiles y competencias requeridas. Plan de integración de nuevos personal.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de nuevos integrantes. • Manual de puestos y perfiles
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Se elaboró un manual de puestos y perfiles disponible para la consulta. • Integración de 5 personas al equipo.
Observaciones	Asegurar que este proyecto estratégico se mantenga se permanente, así como la revisión del manual de puestos y perfiles.

Cuadro 9.6 Actualización y profesionalización

Objetivo estratégico	Impulsar y mejorar los procesos de formación en cuanto a competencias y habilidades de los colaboradores.
Proyecto estratégico	Diseñar y establecer procesos de formación de competencias. Aprovechar el e-learning como forma de actualización y profesionalización de los colaboradores.
Indicadores	Número de cursos de actualización de competencias.
Resultados	Capacitación a partir de cursos de: <ul style="list-style-type: none">• Redacción para medios digitales.• Edición de imágenes digitales.• Uso de administrador de contenidos.
Observaciones	Satisfacer de forma constante las necesidades de actualización que requiera el personal y actividades del sitio.

CAPÍTULO 10. Plan operativo de mantenimiento y mejoramiento del producto

10.1 Antecedentes

Punto Medio surge como un proyecto en la Maestría en Periodismo Digital en el 2012 y es dado a conocer de manera pública en marzo de 2013. Con un equipo de trabajo de cuatro integrantes se desarrollaron diez contenidos en el mes de mayo del 2013, los que darían forma a la publicación cero de *Punto Medio*, entre estos se encontraba material en notas textuales, audios, videos y contenidos interactivos. Durante este lapso de tiempo se presentaron algunos logros y dificultades, los cuales están reflejados en el Cuadro 10.1.

Cuadro 10.1 Logros y dificultades a junio 2013

Logros	Dificultades
<ul style="list-style-type: none">• Se crearon bases de Punto Medio.• Se logró capacitar al personal en el uso de las tecnologías.• Se adecuaron y produjeron contenidos interactivos.• Distribución, adecuación y adaptación de contenidos para una lectura en pantalla.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de contacto con los autores o integrantes del sitio.• Se cuenta con poca presencia.• No agenda de contenidos.• Contar con un banco de imágenes.• No tráfico del sitio.

10.2 Mejoramiento del sitio

A partir del mes de julio de 2013, se empezó con el mejoramiento del sitio, tomando como punto de partida y de relevancia a las dificultades presentadas en el periodo de creación del proyecto. En los siguientes apartados se expresan los elementos en los que se trabajó.

10.2.1 Diseño

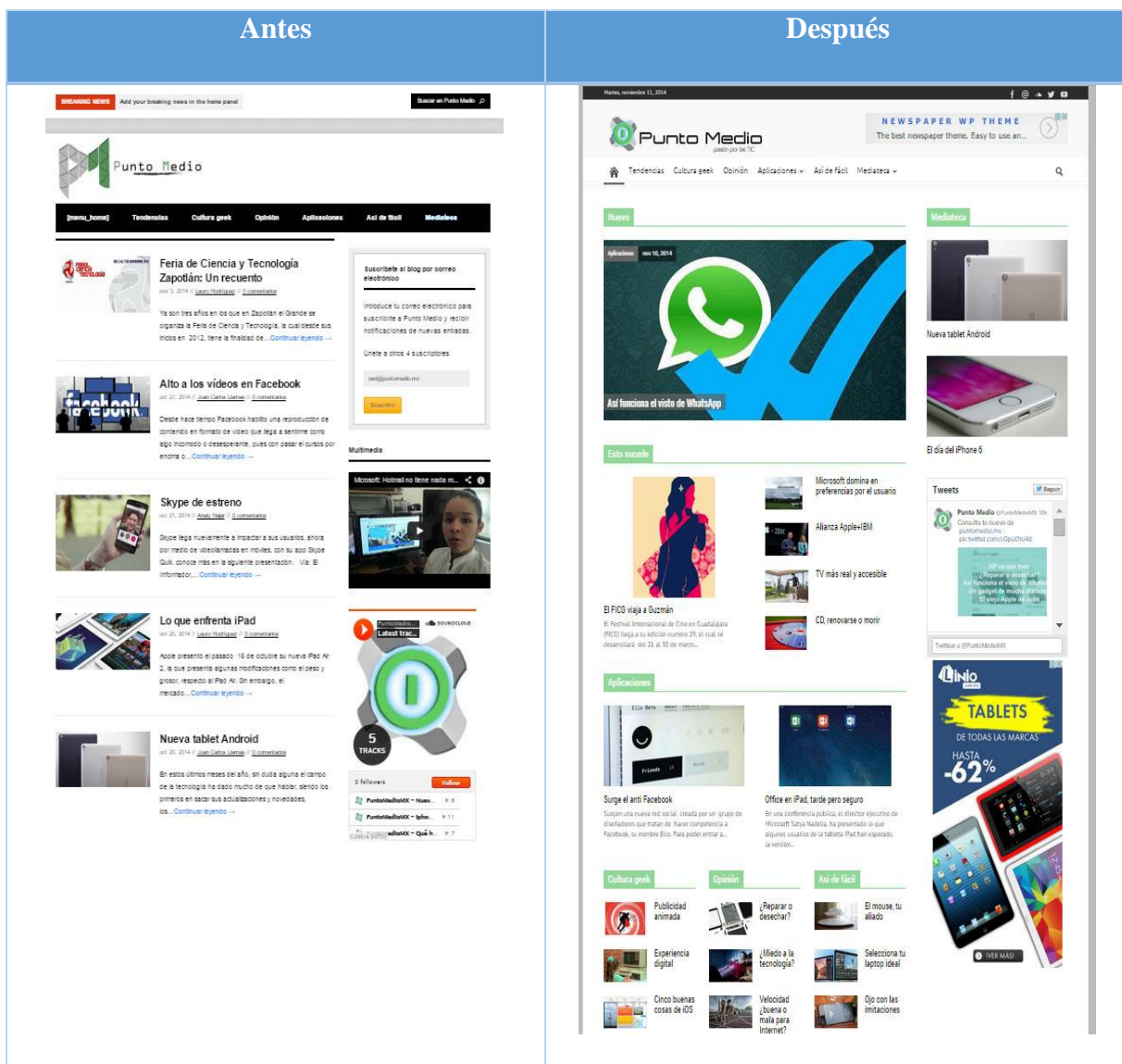
Se reafirmó la identidad visual (Cuadro 10.2) de nuestro sitio (logo y colores), pues no contaba con tanto sentido o identidad hacia la temática a tratar de las tecnologías.

Cuadro 10.2 Identidad visual



El sitio se fue cambiando de la forma de un blog al de un espacio más interactivo y atractivo (Cuadro 10.3), de modo que se pudiera ofrecer mayor opción de consulta en cada acceso, ejemplo: los contenidos cambian aleatoriamente, un aspecto favorable ante el incremento de publicaciones, así el usuario puede consultar no solo lo más reciente.

Cuadro 10.3 Reestructuración del sitio



Se cambió el modo en que se presentan las direcciones del sitio web (Cuadro 10.4), optando por direcciones largas o en sus casos específicos, en lugar de cortas, pero sobre todo, más relacionadas con el contenido consultado, sirviendo así como una referencia de ubicación sobre lo que el usuario está consultando.

Cuadro 10.4 Cambio de direcciones web

Utilizado anteriormente	http://puntomedio.mx/?p=381
Actualización	http://www.puntomedio.mx/ todo-se-encuentra-en-internet

10.2.2 Contenido

- Se estableció una agenda de contenidos y segmentación de categorías o secciones en las que se clasifican las notas.
- Se incluyó apartados de cada autor y formas de contacto con él por red social, esto en sus notas y páginas de autor.
- Se estructuró un mapa del sitio que resulta de fácil consulta, con ayuda de recursos de hipertexto.
- Se recomendó el sitio *Pixabay* (<http://pixabay.com/>) como recurso de banco de imágenes libres.
- Se estableció un indicador de calidad para presentar las imágenes, que no se deformen o pierdan calidad.
- Se crearon las secciones de *Cultura Geek* y *Aplicaciones para Computadora, Internet y Móvil*, con el fin de enfocar más el trato de las tecnologías hacia nuestra audiencia.
- Se estableció un Manual de Estilo y Código de Ética.
- Se registraron cuentas de *Facebook* y *Twitter* como canales de difusión.
- Se registraron cuentas de *YouTube* (<https://www.youtube.com/>) y *SoundCloud* (<https://soundcloud.com/>) como forma de almacenamiento para contenidos visuales y sonoros.
- Se incluyó un código de estadística por parte del servicio *Google Analytics* para monitorear el tráfico.
- Se obtuvieron cuentas en gestores de espacios sociales *Hootsuite* (<https://hootsuite.com/>) y *TweetDeck* (<https://tweetdeck.twitter.com/>), así como de *Bitly* (<https://bitly.com/>) para utilizar direcciones cortas al momento de compartir enlaces en cuentas sociales.

- Se establecieron encuestas mediante la herramienta *Polldaddy* (<https://polldaddy.com/>).

Por otra parte, al contar con un nuevo equipo de trabajo fue posible organizar una agenda de contenidos (Cuadro 10.5) para el desarrollo del producto, la cual incluye una serie de estrategias como: La actualización o publicación de nuevos contenidos se realiza semanalmente, cada lunes a las 11 de la mañana, de modo que en una semana el personal pueda analizar y estructurar un artículo que abarque lo más reciente y comentado de la semana para nuestras audiencias. El Cuadro 11.5 muestra la agenda y la cual muestra la participación de los colaboradores de Punto Medio con el fin de tener un control y claridad en el desarrollo y sustento del sitio web informativo.

Cuadro 10.5 Agenda de contenidos

	Día					
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
En el sitio: participan todos						
Publicación de contenido nuevo que puede ser en las categorías de: <ul style="list-style-type: none"> • Tendencias • Cultura Geek • Aplicaciones <ul style="list-style-type: none"> ○ Móvil ○ Computadora • Así de fácil • *Opinión • Mediateca <ul style="list-style-type: none"> ○ Audio ○ Vídeo ○ Multimedia 	X					

○ Infografía						
Día de entrega de contenido a revisión para la próxima edición					X	
En redes sociales: responsable Talisa Delgado						
Notificación del nuevo contenido/actualización	X					
Actividad en <i>Facebook</i> para difusión de contenidos y relación con los usuarios.	X	X	X	X	X	X
Actividad en <i>Twitter</i> para publicación de contenidos en formato de microbloggin y a manera de noticia y enlace al sitio.	X	X	X	X	X	X
Atender a las peticiones de usuario mediante espacios de comentarios o formularios de contacto	X	X	X	X	X	X
Reuniones y retroalimentación: participan todos						
Reunión de trabajo presencial para analizar los resultados de ediciones pasadas y de contenidos a trabajar para la próxima actualización.		X				
Contacto virtual en espacio de <i>Facebook</i> y <i>WhatsApp</i>	X	X	X	X	X	

Medición de impacto: responsable Lauro Rodríguez						
Concentrado de información en bitácora de contenidos						X
Mantenimiento preventivo y correctivo del sitio: responsable Neri González						
Monitorear la disponibilidad del sitio en diferentes plataformas	X					
Asegurar el ingreso y óptimo funcionamiento del sitio y sus contenidos.	X	X	X	X	X	
Valorar y aplicar actualizaciones necesarias del administrador de contenidos, plugins o plantilla del sitio.						X
* Los contenidos de Opinión serán mensuales						

Para la frecuencia de publicación en el medio de comunicación digital y utilización de los canales de difusión auxiliares se estableció un horario y agenda específica. Los nuevos contenidos son publicados los lunes a las 11 horas y de forma automatizada se genera boletín para aquellos suscriptores, el cual es enviado por correo electrónico. En redes sociales la notificación de los nuevos contenidos son a las 18:00 horas. De martes a viernes, se promociona la interacción y consulta de en redes sociales, diariamente a las 11:00 y 18:00 horas.

10.3 Solución de conflictos técnicos

En el mes de diciembre de 2014, el sitio web fue víctima de un ataque cibernético, convirtiendo al mismo en un emisor de correo basura mejor conocido como SPAM, esto mediante una inserción de código malicioso a la base de datos y archivos que sustentan todo el funcionamiento del sitio.

Este acto obligo a la empresa contratada Xpress Hosting a cancelar el servicio contratado con ellos, dando la oportunidad de reactivarlo a condición de llevar a cabo una instalación desde cero.

A finales del mismo mes de diciembre el servicio fue reactivado, realizando un minucioso análisis de los documentos por alojar nuevamente en el servidor, pues en caso de reincidir, el servicio seria cancelado definitivamente.

Sin embargo, en la segunda semana de enero de 2015, el sitio nuevamente fue utilizado con otros fines por personas sin relación alguna con *Punto Medio*, con el fin de no caer en la cancelación del servicio se acudió con expertos en el área, quienes hicieron notar la falta de seguridad ofrecida por la empresa contratada, y que pese a esto *Xpress Hosting* llevo a cabo la cancelación definitiva del sitio.

Lo anterior afectó de manera que ya no estaba disponible el acceso al sitio web del proyecto, así como sus contenidos que también fueron eliminados.

Estos hechos obligaron a analizar opciones de otros servicios de hosting en Internet que garantizaran una mejor protección ante ataques, la disponibilidad permanente en Internet y un mejor servicio de asistencia, aspectos encontrados en la empresa *Arvix* y en la cual se contrató un nuevo servicio de hosting a finales del mes de enero del 2015, además de realizar la transferencia de dominio; esto con la finalidad de mantener la dirección *puntomedio.mx*.

Una vez garantizada la disponibilidad nuevamente en Internet, se procedió a configurar nuevamente la interfaz del sitio, su diseño y páginas referentes lo más exacto a lo presentado en este informe en cuanto a la identidad del medio.

Las entradas o publicaciones realizadas desde el inicio del proyecto hasta el mes en que se presentó el ataque fue la labor más ardua, pues se buscó la forma de no perderlas, manteniendo la relación con su fecha original de publicación, elementos de interacción y autorías correspondientes. Un aspecto que al mes de febrero de 2015 sigue en proceso, sobre todo en la designación de imágenes destacadas como para aquellas publicaciones que las utilicen.

Sin duda alguna, esta labor de recuperación ha sido una labor colaborativa, pues todos los integrantes han contribuido para volver lo más pronto posible a la actividad normal del sitio.

CAPÍTULO 11. Conclusiones y recomendaciones

Tras el periodo de vida de *puntomedio.mx* puede señalarse que cualquier proyecto periodístico digital debe acercarse constantemente al segmento de la audiencia a la cual contactará y conectará para conocer sus hábitos, gustos, preferencias y necesidades de información y comunicación, pues son base para el contenido a desarrollar y ofrecer de manera que los usuarios valoricen el proyecto y su pertenencia al mismo.

Se tiene que reconocer que un contenido informativo y formativo digital debe hacer sentir al usuario satisfacción de consulta; así como brindarle nuevo conocimiento y/o profundizar en aprendizajes previos. En consecuencia, la formación de nuevos perfiles digitales. *Puntomedio.mx* logró posicionar en usuarios contenidos formativos sobre nuevas tecnologías y por comentarios estos fueron aceptados positivamente.

El factor tiempo es importante para los proyectos web. El usuario dedica parte de su tiempo para consultar el sitio web, por lo que la información presentada debe regirse por principios periodísticos como novedad, oportunidad, relevancia y sencillez en sus contenidos, de manera que se logre captar la atención de un usuario y obtener su confianza. En *puntomedio.mx* en promedio los usuarios habituales consultan el sitio web por cuatro minutos. Otro aspecto en el que está involucrado el tiempo es en el consumo de información por parte de los usuarios el cual depende esencialmente del tipo de conexión a Internet con que se cuente.

En cuanto al uso de canales de difusión auxiliares para proyectos informativos como *puntomedio.mx*, las redes sociales *Facebook* y *Twitter* se identifica que ambas tienen diferente alcance e impacto. Mientras *Twitter* se establece como un canal más formal, dedicado a la emisión de publicaciones con sentido informativo de manera despersonalizada, aprovechando los 140 caracteres disponibles para atraer al usuario, *Facebook* permite emitir mensajes atractivos y a la vez personales.

El recurso humano resulta vital para el sustento del sitio, pues cada persona abona con sus aptitudes y actitudes en diferentes tareas que dan soporte a un sitio web, delegando labores

para asegurar un trabajo fluido y enriquecido, evitando así la instauración de una sola figura directiva para todo el sitio. Es decir, trabajar realmente en red. Asimismo, como medio informativo digital debe establecer y adaptar rutinas periodísticas como los medios tradicionales, tales como reuniones editoriales dedicadas a analizar y establecer temas de interés de acuerdo a las estadísticas analíticas obtenidas, sin olvidar los principios periodísticos.

Con la experiencia en la planeación, soporte y aplicación de este proyecto, el hacer un periodismo digital implica aprender e innovar en la presentación de contenidos; atender a las audiencias de una manera más íntima, conocerlas y estudiarlas, así como también una inminente y constante capacitación en competencias digitales.

En lo personal, creo que la capacitación en el uso de herramientas digitales con un fin informativo de calidad es el eje de un desarrollo en plataformas virtuales, pues si bien las herramientas son públicas y se adaptan para diferentes fines, el periodista debe plasmar en estas su compromiso profesional y social de ofrecer contenido de valor.

En relación a lo anterior y de una forma particular puedo hablar sobre mi experiencia, pues al contar con una formación en el uso y creación de ambientes multimedia, la capacitación y adaptación a un mundo periodístico a mis haceres ha sido la cuestión que más tiempo ha llevado. Por lo que considero que en un panorama inverso uno de los principales retos que puede llegar a tener un periodista ante un campo digital es el mismo proceso de capacitación y adaptación por el cual pase, partiendo desde una transición hacia el mundo del Internet, las interacciones y la multimedia, entornos que implica la adopción de nuevos lenguajes y competencias profesionales.

Por otra parte, es recomendable para otros proyectos periodísticos digitales monitorear constantemente los correos electrónicos, archivos digitales, formas de ingreso, servicios multimedia empleados y las páginas de terceros enlazadas.

Lo anterior, porque como forma de almacenamiento externa, pueden caer en algún momento, causando una falla en la apropiación de los contenidos; exponerse a ataques

cibernéticos con el fin de convertir el sitio en un emisor de archivos dañinos a otros. Un aspecto negativo para el medio, pues es clasificado en una lista negra por parte de los buscadores de Internet. Asimismo, resulta importante garantizar se respete y haga valer la autoría de contenidos en Internet, tanto al momento de utilizar referencias de terceros como al momento de crear contenidos propios. Esto implica establecer y dar a conocer una serie de lineamientos que expresen al usuario las formas en que puede y debe hacer valer las propiedades intelectuales de las publicaciones en un sitio, pues solo así el mismo usuario estará consciente de las acciones a realizar.

ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta sobre hábitos y costumbres de tecnologías en usuarios de Ciudad Guzmán

Por favor responde las siguientes preguntas marcando la casilla que dé respuesta a la misma.

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. Edad

Entre 18 y 24 años

Entre 25 y 34 años

3. ¿Cuántos días a la semana utilizas Internet?

1

2

3

4

5

6

Toda la semana

4. ¿Cuántas horas al día dedicas a Internet?

1 hora

2 horas

3 horas

4 horas

5 horas

5. ¿Qué uso le das a Internet cuando te conectas? (Selecciona 2 opciones)

Entretenimiento

Informarme

Investigar

Socializar

Actualizarme

Otro (Por favor especifique)_____

6. ¿Qué dispositivo es el que más utilizas para consultas en Internet?

Computadora personal

Computadora de escritorio

Tableta digital

Smartphone

Otro (Por favor especifique)_____

7. ¿Usualmente, desde dónde te conectas a Internet?

Cada

Trabajo

En dispositivo móvil

8. ¿Te interesa estar informado de las últimas noticias en tecnologías?

Si

No

9. ¿Qué sitio de información consultas sobre tecnologías?

Indica el nombre o dirección web

10. ¿Qué tan frecuente consultas información sobre tecnologías?

Poco

Regular

Mucho

11. ¿Qué tipos de contenidos en relación a las tecnologías consultas?

Educativo

Informativo

Opinión

Reseñas

12. ¿Qué tan frecuente consultas tutoriales para el manejo de aplicaciones o maximizar el uso de un dispositivo?

Poco

Regular

Mucho

13. ¿En qué formato de contenido buscas para conocer algunas aplicaciones?

Vídeo

Audio

Texto e imagen

14. ¿Con qué regularidad consultas información sobre aplicaciones o programas de computadora?

Poco

Regular

Mucho

15. ¿Qué formato de contenido buscas para conocer algunas aplicaciones?

Vídeo

Audio

Texto e imagen

16. ¿Consultas contenido que exprese información complementaria o datos interesantes sobre las tecnologías?

Poco

Regular

Mucho

17. ¿En qué formato de contenido buscas este tipo de información?

Vídeo

Audio

Texto e imagen

18. Indica qué redes sociales utilizas (puedes marcar más de una)

Facebook

Twitter

Google+

LinkedIn

Instagram

Otro (Por favor especifique)_____

19. ¿Qué espacio de Internet prefieres para informarte?

Facebook

Twitter

Blogs personales

Sitios web

Yotube

Otro (Por favor especifique)_____

20. ¿Recibes avisos de actualización mediante correo electrónico?

Si

No

No lo recuerdo

ANEXO 2. Publicaciones realizadas por semana, durante los cuatro meses de actividad

Periodo (Número de semana)	Fecha de publicación	Fecha de difusión	Contenidos publicados
Semana 1	Lunes 2 de junio del 2014 a las 11 am	Del 2 al 6 de junio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Apple de estreno • Gánale al temblor • 10 fallos en un gadget • Profesionistas del mañana • Experiencia digital • Elitismo en Google
Semana 2	Lunes 9 de junio del 2014 a las 11 am	Del 9 al 13 de junio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • TV más real y accesible • ¿Y si no tengo antivirus? • Mi primer celular fue un... • Donde la información te encuentre • Tú y lo que ves
Semana 3	Lunes 16 de junio del 2014 a las 11 am	Del 16 al 20 de junio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Una bici inteligente • Brasil 2014 al momento • No más pantallas rotas • Un mundial social • Ojo con las imitaciones
Semana 4	Lunes 23 de junio del 2014 a las 11 am	Del 23 al 27 de junio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación sin límites • Nuevo concepto LEGO • Experiencia al máximo • ¿Una moto eléctrica? • Controla tus rede sociales
Semana 5	Lunes 30 de junio del 2014 a las 11 am	Del 30 junio al 4 de julio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Así funciona MOTO 360 • Facebook manipuló a usuarios

			<ul style="list-style-type: none"> • A rara tu plan móvil • Más espacio en la nube • Copilotos en el teléfono
Semana 6	Lunes 7 de julio del 2014 a las 11 am	Del 7 al 11 de julio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Primera palabra que envió Internet • Televisión: Innovar o morir • Esto es Android L • Lo que Facebook obliga a hacer • Avanza ley telecom
Semana 7	Lunes 14 de julio del 2014 a las 11 am	Del 14 al 18 de julio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Un hogar inteligente • Así seguí Brasil 2014 • Moda en Apple • ¿Y la compra del Whats acá? • Pantallas convertidas en gemas
Semana 8	Lunes 21 de julio del 2014 a las 11 am	Del 21 al 25 de julio del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce TeamViewer • Un nuevo tipo de copiloto • Crea contraseñas seguras • Desbloquea tu celular • Alianza Apple+IBM
Semana 9	Lunes 28 de julio del 2014 a las 11 am	Del 28 de julio al 1 de agosto del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas tecnológicas: hombres sí, mujeres no • Samsung preocupa a Apple • Life After Pi o el villano que es Hollywood • Twitter en México

			<ul style="list-style-type: none"> • Red de ideas
Semana 10	Lunes 4 de agosto del 2014 a las 11 am	Del 4 al 8 de agosto del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Desentierran una cápsula del tiempo • Crece uso de las tablets • Administra tus herramientas web • Internet ultra veloz • La tecnología ¿buena o mala?
Semana 11	Lunes 11 de agosto del 2014 a las 11 am	Del 11 al 15 de agosto del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • El Internet y el copyright • Se creativo con Sprites • Gadgets para vacaciones • El día del iPhone 6 • Las letras en la web
Semana 12	Lunes 18 de agosto del 2014 a las 11 am	Del 18 al 22 de agosto del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Descarga vídeos y audio de Internet • Selecciona tu laptop ideal • #Hashtag ser original • Una aplicación de nostalgia • Samsung contra el resto
Semana 13	Lunes 25 de agosto del 2014 a las 11 am	Del 25 al 29 de agosto del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • El arte de lo imprevisto en Google • Windows 9 en camino • Hábitos de Internet en México • Falla pila del iPhone • Rompecabezas digital: juega y aprende

Semana 14	Lunes 1 de septiembre del 2014 a las 11 am	Del 1 al 5 de septiembre del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Samsung Gear S, un dispositivo elegante • Audífonos, cien años de historia • Redes sociales a bajo costo • Claves para un buen currículum • Momentos Hyperlapse
Semana 15	Lunes 8 de septiembre del 2014 a las 11 am	Del 8 al 12 de septiembre del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Más candados en Facebook • iPhone, ¿el tamaño sí importa? • Una adicción de locos • Rescata tus cassettes VHS • Estos son los nuevos gadgets de Apple
Semana 16	Lunes 15 de septiembre del 2014 a las 11 am	Del 15 al 19 de septiembre del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • De compras en Twitter • Robo de contraseñas en Gmail • Afina tu búsqueda • Los 3 grandes smartphones • Las tendencias de los smarteatch
Semana 17	Lunes 22 de septiembre del 2014 a las 11 am	Del 22 al 26 de septiembre del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Posibles cambios en iPad • Alertas en caso de desastres naturales • Cinco buenas cosas de iOS

Semana 18	Lunes 29 de septiembre del 2014 a las 11 am	Del 29 de septiembre al 3 de octubre del 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Consciente a tu Windows • ¿Y si me roban mi laptop? • Aseo informático • Surge el anti Facebook • Apple en la mira • Los orígenes del iPhone • El dilema del tamaño
-----------	---	---	---

ANEXO 3. Comentarios obtenidos en publicaciones

Título de la publicación	Comentario	Valoración
#Hashtag ser original	<p>Hey!!! Excelente info.</p> <p>Realmente los hashatgs se vuelven algo complicados cuando deseas promocionar algo y no se diga para atraer personas.</p> <p>Con esto esperemos se llegue a evitar la creación de hashtags sin sentido.</p>	Positivo
Desbloquea tu celular	<p>Ahora si, a cambiarse de Telcel a otra empresa que este más interesada en la satisfacción del cliente, que no robe dinero con su política de uso justo y redondeos en facturas.</p>	Positivo
El Internet y el copyright	<p>Excelente compilación de licencias, así si motiva el internet para subir obras propias.</p>	Positivo
Claves para un buen currículum	<p>Wow, no lo había pensado, que importante es la presentación del CV, en los sitio que mencionas arriba hay infinidad de plantillas, hay alguna que me recomiendes, sencilla, creativa o moderna? quiero elaborar mi primer currículum, y no se cual elegir.</p>	Positivo
	<p>Así es me eh dado cuenta, eh tenido entrevistas de trabajo y tiene mucho que ver la estructuración d</p>	Positivo

	<p>mi currículum, que bueno que leí este artículo antes que hacer mi currículum, de hecho me sirvió mucho la información, gracias y me encanta esta página.</p>	
<p>Redes sociales a bajo costo</p>	<p>Cuanta información sobre esto, creo que voy a cambiar de compañía, a veces por falta de información no nos damos cuenta que existen opciones mejores, ahora no se por cual “plan” decidirme.</p>	<p>Positivo</p>
<p>La tecnología ¿buena o mala?</p>	<p>Cierto, mis hermanas son pequeñas sus edades no pasan de los 13 años y son muy listas y saben utilizar el celular, la compu, y la tablet, mejor que ni yo, y cuando mi madre les pide que la ayuden en algo no quieren hacerlo o simplemente ni cuanta se dan de que les hablan por estar jugando o en las redes sociales.</p>	<p>Positivo</p>
<p>Los 3 grandes smartphones</p>	<p>Me dio gusto ver este artículo, porque no sabía que había en el mercado celulares del mismo nivel, que ofrecen cosas similares y es bueno saberlo, porque en lo personal yo siempre he sido fan de Apple, pero cada vez está más caros sus productos, y si hay que probar nuevos equipos.</p>	<p>Positivo</p>
<p>Afina tu búsqueda</p>	<p>Creo que yo no sé buscar, cuando hago tarea a veces paso horas buscando información sobre algún tema, voy a tomar en cuenta estos puntos, para agilizar mi búsqueda, porque es importante encontrar buena información y sobre todo confiable en la web.</p>	<p>Positivo</p>

Consciente a tu Windows	Gracias por la información, es bueno saberlo, yo por lo menos no se mucho sobre esto, creo que no le saco mucho provecho a mi Windows, lo utilizo solo lo básico y creo que tengo el hábito de hacer mis labores diarias de trabajo, voy a ver si puedo utilizar estas aplicaciones para sentirme más “pro” en mi máquina, saludos.	Positivo
¿Y si me robaron mi laptop?	Interesante, no sabía que se podía hacer también eso con la lap, creía que solo con el iPhone, y si es gratuito pues que mejor.	Positivo
	A mí me robaron mi lap, de haber sabido esto, hubiera evitado perderla, que triste y que coraje me dio, porque no tenía la menor idea de cómo recuperarla y de hecho nunca la recupere ahora esta lap que compre ya sé que le puedo poner esta aplicación, más vale prevenir, Punto Medio que bueno que no lo haces saber.	Positivo
	Pocas personas estamos enteradas de estas herramientas de Protección y cuidado para nuestras máquinas y es bueno que algún sitio obtenga información que sirva para orientarnos correctamente.	Positivo
Alertas en caso de desastres naturales	Creo que le falta mayor difusión a estas aplicaciones, yo no sabía que existían, sigo a punto medio y leí la publicación y por eso me entere, pero otras personas creo que también deberían de estar enteradas, pero desafortunadamente creo no se le ha dado buena difusión, porque esto puede evitar que algún	Positivo

desastre natural tome por sorpresa a las personas. Salu2	
Me choca que llueva todos los días, por lo menos con estas aplicaciones podemos saber si va a llover o no, para adecuar nuestra ropa, porque luego las personas que no tenemos auto, salimos de nuestras casa camino al trabajo con cierto atuendo y a mitad de camino llueve, je je.	Positivo

ANEXO 4. Test Usabilidad desde el usuario

Estimado usuario

En Punto Medio nos interesa conocer tu experiencia de uso en nuestro sitio web. Estamos comprometidos en corregir esos errores que dificulten su consulta, así como de mejorar y atender los aspectos necesarios para mejorar la usabilidad del mismo.

Agradeceremos tu tiempo para contestar lo siguiente.

Instrucciones: señala la respuesta que se adecue a tu experiencia de navegación/uso del sitio.

Reactivos para Identidad

1.- Al ingresar al sitio ¿es posible reconocer el nombre y temática del mismo?

- a) Si b) No c) No lo sabe

2.- ¿La dirección web del sitio está relacionada al nombre y resulta fácil recordar?

- a) Si b) No c) No lo sabe

3.- ¿El logo del sitio, expresa el nombre y el contenido a tratar?

- a) Si b) No c) No lo sabe

4.- ¿Relaciona los colores predominantes del logo con el del sitio web?

- a) Si b) No c) No lo sabe

5.- ¿Hay algún elemento que considere fuera de lugar porque no pertenezca al sitio?

a) Si b) No

¿Cuál? _____

6.- ¿se puede identificar las formas de contactar al administrador/personal del sitio?

a) Si b) No c) No lo sabe

7.- ¿Puede reconocer hacia qué tipo de audiencia cree que está dirigido el sitio?

a) Joven b) Joven- c) Adulto
 Adulto

Reactivos para Utilidad de contenidos

8. Le parece adecuada la selección de contenidos destacados en la portada o usted echó de menos otras áreas de información que le habría gustado ver destacadas?

a) Si b) No c) No lo sabe

9. ¿Es fácil distinguir los nuevos contenidos que presenta el sitio web? ¿Por ejemplo, es posible saber cuándo fue la última actualización del sitio?

a) Si b) No c) No lo sabe

10. Al hacer click en un contenido del menú ¿halló en la información ofrecida lo que esperaba encontrar?

a) Si b) No c) No lo sabe

11. En general, ¿los nombres de los enlaces, son suficientemente descriptivos de lo que se ofrece en las páginas hacia las cuales llevan?

a) Si b) No c) No lo sabe

12. La forma de presentar contenidos en el sitio principal ¿le parece adecuada y de fácil consulta?

a) Si b) No c) No lo sabe

13.- El texto empleado para títulos y contenidos ¿resulta adecuado para su lectura y comprensión?

a) Si b) No c) No lo sabe

14.- ¿Cree que los contenidos y servicios ofrecidos en el sitio son de utilidad para usted?

a) Si

b) No

¿Por qué?

Reactivos para Navegación/Facilidad de uso

15.- Puede ver en la portada y las demás páginas, la forma en que se navega por el sitio? ¿Se distingue fácilmente?

a) Si

b) No

c) No lo sabe

16.- ¿Existen elementos en los contenidos que le permita conocer dónde se encuentra dentro del sitio y le permita regresar sin usar las acciones del navegador?

a) Si

b) No

c) No lo sabe

17. ¿Habitualmente, cómo logra acceder directamente a los contenidos sin tener que navegar? ¿Usa el buscador? ¿Usa el Mapa del Sitio? ¿Los puede ver en este sitio?

18. ¿Logra distinguir gráficamente los enlaces visitados de aquellos que no ha visitado aún?
(Si existe diferencia de colores) ¿Le ayuda esa diferencia?

19.- La compartición de contenido con redes sociales y correo electrónico ¿es fácil de ubicar y utilizar?

- a) Si b) No c) No lo sabe

20.- Los enlaces o hipervínculos utilizados ¿cargan adecuadamente, es decir, no están rotos o sin enlace?

- a) Si b) No c) No lo sabe

21.- ¿El sitio permite realizar búsquedas para conseguir información más precisa?

- a) Si b) No c) No lo sabe

Reactivos para Gráfica Web

22.- ¿El diseño del sitio resulta atractivo?

- a) Si b) No

23. Las imágenes que representan a los contenidos ¿son nítidas y adecuadas para representarlos?

- a) Si b) No c) No lo sabe

24. ¿Considera que gráficamente el sitio está equilibrado, muy simple o recargado?

- a) Si b) No c) No lo sabe

25.- ¿Recuerda si el sitio tenía banners (avisos) publicitarios? ¿Tuvo intención o llegó a hacer clic sobre alguno? ¿Por qué le hizo clic? ¿Qué le llamó la atención?

26. ¿Los espacios publicitarios llegan a destacar más que el contenido?

- a) Si b) No c) No lo sabe

Agradecemos tu apreciable tiempo

Punto Medio

ANEXO 5. Test sobre Percepción del usuario

Apreciable usuario

En Punto Medio nos interesa saber tu percepción sobre nuestro trabajo y la forma en que lo presentamos. De modo que busquemos atender errores y adecuaciones necesarios para ofrecerte una consulta de información a través de una experiencia grata, sin ninguna complicación.

Por lo que agradeceremos tu tiempo y sinceridad ante los cuestionamientos aquí planteados.

Instrucciones: señala con una X la columna que representa la respuesta que se adecue a tu percepción de navegación/uso del sitio, especificando para cada una el porqué de tu elección.

Preguntas	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	¿Por qué?
P1. Los contenidos del sitio Punto Medio son satisfactorias para mí.						
P2. El sitio Punto Medio atiende adecuadamente mis necesidades de información.						

Preguntas	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	¿Por qué?
P3. La información presentada en el sitio es clara y fácil de entender.						
P4. El sitio permite que realice búsquedas para encontrar la información que preciso.						
P5. El sitio tiene elementos interactivos que me ayudan a encontrar lo que quiero.						
P6. Puedo interactuar con el sitio para conseguir información						

Preguntas	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	¿Por qué?
adecuada a mis necesidades.						
P7. Confío en la información publicada en el sitio.						
P8. Las páginas del sitio cargan rápidamente.						
P9. Con relación a otros sitios, el de Punto Medio demora en cargar.						
P10. Los contenidos del sitio son de fácil lectura.						
P11. La visualización de los textos en el sitio es						

Preguntas	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	¿Por qué?
buena de fácil lectura.						
P12. Los nombres de las secciones del sitio son de fácil comprensión.						
P13. Aprender a utilizar el sitio es/ fue fácil para mí.						
P14. Es simple para mí dominar el uso del sitio.						
P15. Creo que es fácil navegar el sitio.						
P16. El sitio es visualmente agradable.						
P17. El sitio presenta un						

Preguntas	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	¿Por qué?
diseño atractivo.						
P18. El sitio me despierta interés cuando accedo.						
P19. El sitio es innovador con relación con otros que conozco.						
P20. El sitio tiene un diseño diferenciado.						
P21. Creo que el sitio es creativo.						
P22. Quedo satisfecho cuando uso el sitio.						
P23. Me siento entusiasmado cuando accedo al sitio.						

Agradecemos el tiempo dedicado al presente

Punto Medio

BIBLIOGRAFIA

ALMAZÁN Y CAMUS (s.f.). Modelo de test de Usuario. Guía web 2.0. Gobierno de Chile. Disponible en: http://www.guiadigital.gob.cl/guiaweb_old/guia-v2/capitulos/05/anexos/pauta-test-usuario.pdf

Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencias de Mercado y Opinión (AMAI) (2013) Niveles Socio Económicos. Recuperado el 10 de Diciembre de 2013. Disponible en <http://nse.amai.org/nseamai2/>

Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). (2013) Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet en México. Recuperado el 3 de octubre de 2013. Disponible en <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos>

CORRAL, Jerónimo (2007). Dirección de personas: escuchar, influenciar y desarrollar a los colaboradores. Ed. Netbiblo: España. Disponible en https://books.google.com.mx/books?id=_yEdzVW0JkQC&pg=PA68&dq=plan+estrategico+de+recursos+humanos+web&hl=es&sa=X&ei=MmG4VlenN4j3yQTTrYGYCw&ved=0CDYQ6AEwAw#v=onepage&q=plan%20estrategico%20de%20recursos%20humanos%20web&f=false

GOMES W., DE FARIA, R. (2011). Calidad de los sitios web en la percepción de los usuarios. Una aplicación en los hoteles de Joao Pessoa, Paraiba, Brasill. (Revista electrónica) SciELO Argentina. 1 de febrero de 2012. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a07.pdf>

HASSAN M. YUSEF (2002) *"Introducción a la usabilidad"*. *No Solo Usabilidad* (Revista electrónica). Número 1, 1 de Noviembre de 2002. Fecha de consulta: 11 de septiembre de 2014. Disponible en: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.htm

HASSAN, Y., MARTIN, F. (2003). "Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web". *No Solo Usabilidad* (Revista electrónica). Número 2, 30 de Marzo de 2003. Fecha de consulta: 12 de septiembre de 2014. Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2010) Censos y conteos de población y vivienda. Fecha de consulta 15 de julio de 2014. Disponible en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/consulta.asp?p=17118&c=27769&s=est#>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2013) Anuario estadístico y geográfico. Disponible en http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/anuario_multi/2013/jal/AEyGJAL13.pdf