

Visibilidad Web: Aplicación de buenas prácticas como un factor para la preservación de la producción académica y científica.

JUAN MANUEL
CASTILLEJOS REYES



Grupo de Preservación Digital
Universidad Nacional Autónoma de México

Elementos que influyen en la visibilidad Web

Reputación, imagen,
logotipo, antigüedad

Estrategias de social media,
posicionamiento SEO, marketing de
contenidos, email marketing, publicidad
digital y posicionamiento SEM

Experiencia óptima de
búsqueda y localización,
navegación e interacción
con el sitio web.

Campañas de difusión: RS,
publicidad online, correos
electrónicos, sitio web.

Antecedentes

01 | SITIOS UNAM

10 mil sitios web aproximadamente en el dominio "unam.mx"

04 | PERSONAL

Poco personal y una rotación constante.

02 | TECNOLOGIA

Cambio constante en la tecnología para el desarrollo de sitios y repositorios.

03 |

contenidos

No siempre se tiene claro el perfil de nuestro usuario y es muy general.

Repositorios institucionales

- Resultados de investigaciones
- Objetos de docencia y aprendizaje
- Fondos digitalizados

Colaboración

¿Qué es la visibilidad Web y por qué es importante?



Consiste en **destacar los contenidos, productos y servicios** ofertados en Internet, de manera que los usuarios los reconozcan, adquieran y accedan ellos.



Facilidad de acceso y reconocimiento de los contenidos productos y servicios ofertados en Internet, garantizando una usabilidad, accesibilidad, calidad y localización de la información por cualquier usuario.



- Cat S. McDowell (McDowell, 2007) considera que **un repositorio**
- Es un servicio institucional abierto a toda la comunidad universitaria y a todo tipo de temáticas.
 - **Su objetivo debe ser reunir, preservar y dar acceso** a, entre otras cosas, la producción de los investigadores y docentes en múltiple formatos.

Visibilidad implica estar en la Web y poder ser encontrado y visitado.

¿Qué es importante considerar para crear la visibilidad Web?



ADECUADO

TRATAMIENTO TÉCNICO

- Formato
- Catalogación
- Descripción de los contenidos



CONTENIDO DE CALIDAD

- Claro
- Concreto
- Lenguaje sencillo (escribir para nuestro usuario)



SERVICIOS

- ¿Cuáles son y qué necesidad cubre?
- ¿Cuántos? ¿En qué formato/ canales se ofrecen?



USUARIOS

- Identificarlos
- Preguntar para satisfacer necesidades
- Retroalimentación periódica

Tipos de posicionamiento para los sitios web



Posicionar una página web en los resultados orgánicos de manera natural en los principales buscadores: Google, Yahoo, Bing.

SEO

(Search Engine Optimization)



Hacer visible un sitio web en los buscadores por medio de enlaces patrocinados que son espacios de pago (PPC) pago por clic.

SEM

(Search Engine Marketing)



La visibilidad se construye en equipo:



¿Qué podemos hacer para medir la visibilidad de nuestros sitios web?



Páginas indexadas



Autoridad de dominio



Tráfico orgánico



Backlinks



Consumo del contenido



Interacciones fuera de la web

MODELO PARA EVALUAR EL NIVEL DE MADUR DE LA VISIBILIDAD WEB DE SITIOS INSTITUCIONALES

OBJETIVOS

Determinar el nivel de madurez de la Visibilidad Web de cada uno de los sitios de las dependencias y entidades de la UNAM.

Orientar los proyectos de desarrollo y actualización de portales y páginas web universitarias

MARCO DE REFERENCIA

PILARES DEL MODELO

Aspectos que posibilitan que los motores de búsqueda identifiquen, analicen e indexen las páginas de un sitio web y sus contenidos.

INDEXABILIDAD



DIFUSIÓN

Estrategias para fortalecer la visibilidad de los contenidos, productos y servicios a través de canales de difusión y plataformas digitales.



GESTIÓN



Elementos que permiten mejorar el ranking de las páginas en los resultados de los motores de búsqueda.

POSICIONAMIENTO



ANALÍTICA

Manejo de datos cuantitativos y cualitativos obtenidos del tráfico y la actividad de los usuarios en el sitio web y sus páginas.



Se considera como un elemento que cobija y suma a los criterios valorados en el resto de los cuatro pilares, ya que con éste se van habilitando mecanismos que permiten replicar prácticas de Visibilidad Web a nivel transversal en los sitios web.

NIVELES DE MADUREZ DE VISIBILIDAD

Carencia de buenas prácticas de visibilidad, es posible que se lleven a cabo prácticas con impacto negativo.

Se han aplicado elementos básicos para mejorar la visibilidad, sin embargo, se carece de un enfoque en objetivos. Se adecuan las prácticas que generan resultados negativos.

Existen objetivos definidos, se comienza a documentar y preservar el conocimiento, sin embargo aún existen limitaciones en la estrategia y el análisis.

Se cuenta con experiencia y datos para implementar actividades estratégicas y prácticas avanzadas de forma sistematizada, además, se recopilan lecciones aprendidas sobre las acciones aplicadas.

Las prácticas de visibilidad se encuentran estandarizadas y alineadas a los objetivos estratégicos institucionales, el equipo de trabajo está comprometido y fomenta la mejora continua en las prácticas de visibilidad.

INEXISTENTE

BÁSICO

TÁCTICO

ESTRATÉGICO

OPTIMIZADO

0 Nivel

1 Nivel

2 Nivel

3 Nivel

4 Nivel



DESCRIPCIÓN GENERAL POR NIVELES

INDEXABILIDAD

Nivel	Descripción general
Nivel 0	Falta de elementos y buenas prácticas que permitan la correcta indexación de las páginas, como pueden ser: omisión de meta etiquetas, duplicidad de información en las páginas, entre otros. ...
Nivel 1	Se hace uso del dominio unam.mx y se aplican los elementos de identidad institucional (dominio, escudo con el enlace a unam.mx), lo que permite dar a conocer a los motores de búsqueda que las páginas forman parte de la UNAM...
Nivel 2	El equipo técnico ha realizado un análisis de palabras clave, mismas que se han incluido en elementos principales de indexación durante o posterior a la publicación de las páginas...
Nivel 3	Los propietarios de la información están involucrados en la generación de los contenidos, así como, de la información de los elementos de indexación de las páginas, previo a su publicación...
Nivel 4	Existe colaboración entre el propietario de la información de las páginas y del equipo técnico, enfocada en la mejora del contenido y los elementos de indexación, con base en las consultas de la información y la demanda de búsqueda...

BENEFICIOS

- Facilita la detección de fortalezas y debilidades a través de un marco de referencia en las prácticas de Visibilidad Web.
- Apoya el fortalecimiento y mejora de la visibilidad en Internet de la UNAM.
- Apoya a la difusión de los recursos digitales contenidos en los sitios mediante la implementación de las mejores prácticas de la Visibilidad Web.
- Contribuye al Gobierno de TIC de la UNAM en lo relativo al dominio institucional en Internet.

PRÁCTICAS BÁSICAS PARA MEJORAR LA VISIBILIDAD WEB

URL amigables y definir el título, la descripción y los encabezados en cada página.

URL y etiquetado



Palabras clave

Identificar las palabras adecuadas para que los usuarios nos encuentren.



Mobile first

Implementar el diseño responsivo en el sitio.

Generar contenidos de interés para los usuarios.

Contenido



Monitorear

Incorporar herramientas que recopilen datos relevantes de la actividad en nuestro sitio.

CICLO DE MEJORA CONTINUA Y HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA WEB



- Mediciones periódicas
- Actualizaciones al sitio web
- Seguimiento de campañas
- Backlinks

**GOOGLE
ANALYTICS**

Medición y reportes

**GOOGLE
SEARCH
CONSOLE**

Análisis técnico del sitio web

GRACIAS



DGIIIC

JUANMANUEL
CASTILLEJOS REYES

jmanuelc@unam.mx

visibilidadweb.unam.mx