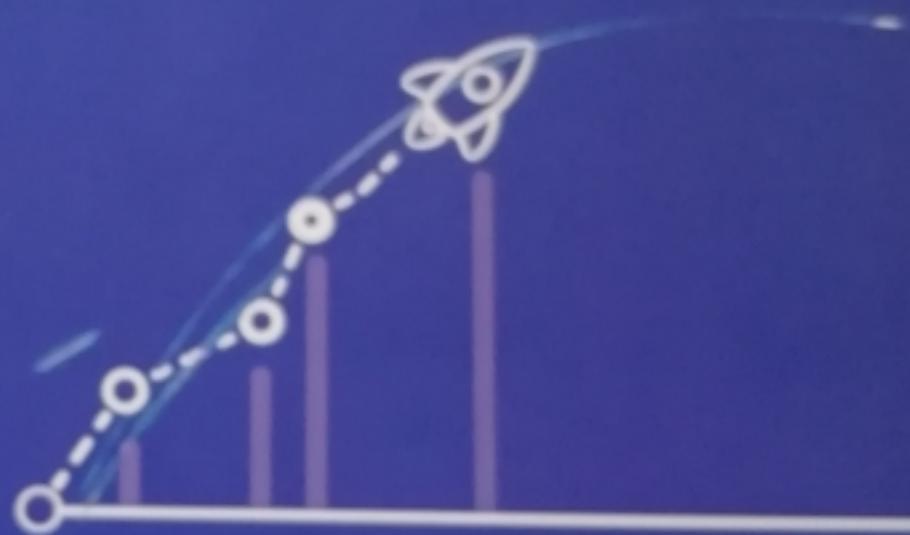


ANALÍTICA  
Visibilidad  
Contenidos

optimización  
Sitemap

Internet  
HTML 5  
IMPACTO  
CUBA  
Palabras Clave  
Gobierno electrónico  
Robots  
CSS  
SEO ON-SITE  
MINIFICADOS  
Posicionamiento  
Informatización

RELEVANCIA  
SEO  
IMPACTO  
AUTORIDAD  
Buscadores  
Canónica

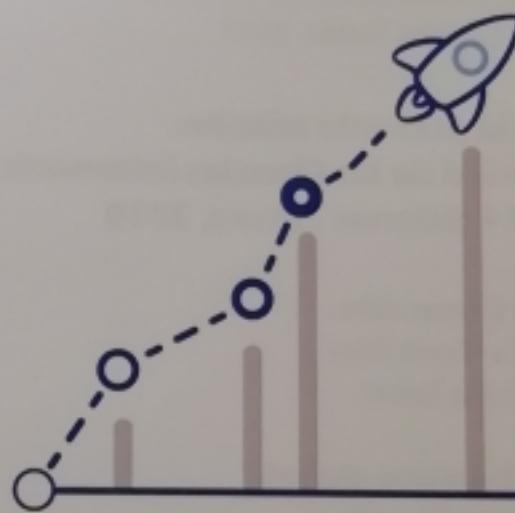
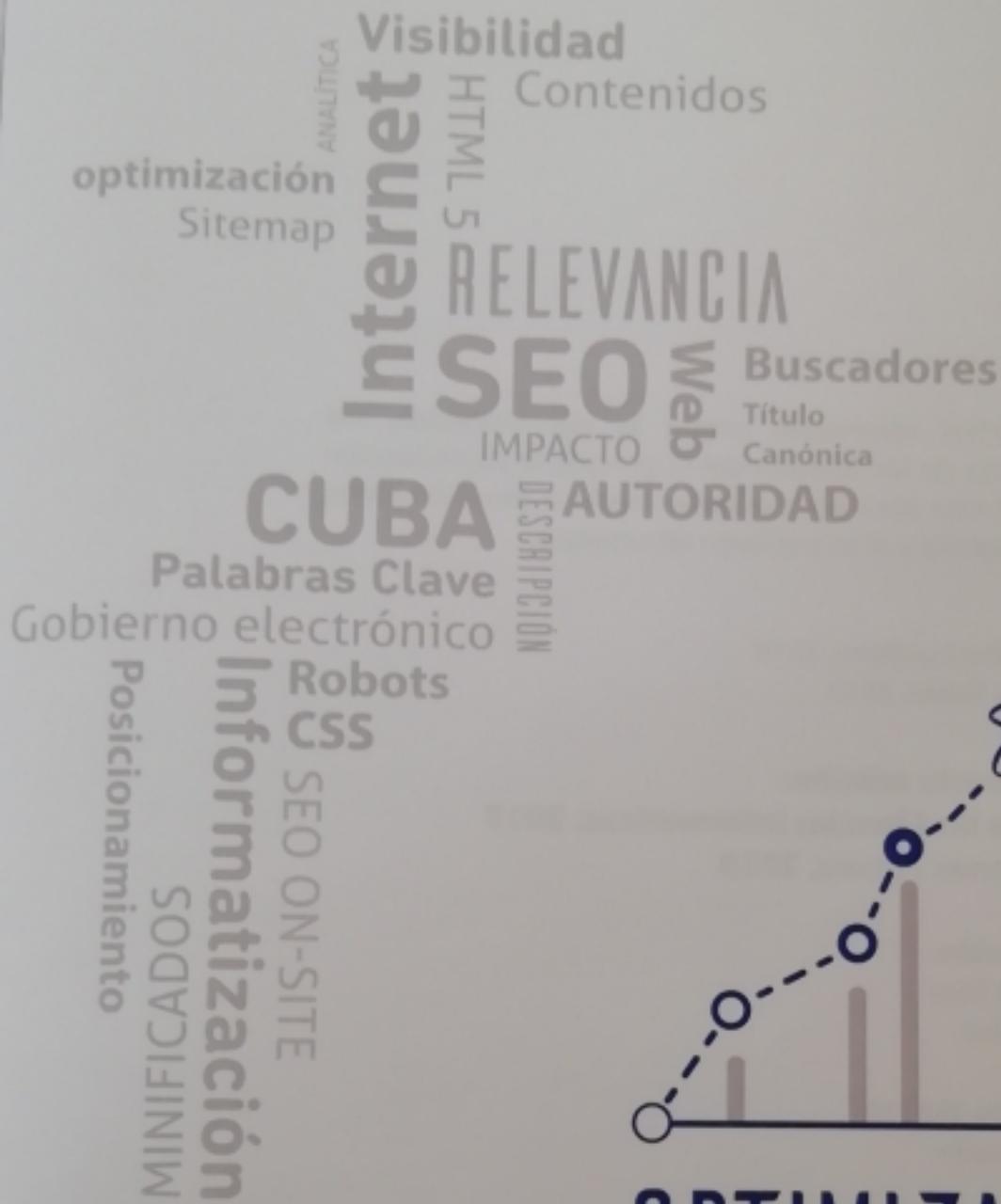


# OPTIMIZA TU WEB BUENAS PRÁCTICAS DE POSICIONAMIENTO WEB

Ariagna González Landeiro  
Dunnia Castillo Galán

UCI  
Universidad  
de las Ciencias  
Informáticas

ef EDICIONES  
FUTURO



# OPTIMIZA TU WEB

## BUENAS PRÁCTICAS DE POSICIONAMIENTO WEB

Ariagna González Landeiro  
Dunnia Castillo Galán

Todos los derechos reservados según la ley. Prohibida, sin autorización escrita de los titulares del Copyright, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

© Ariagna González Landeiro, 2019

© Dunnia Castillo Galán, 2019

© Sobre la presente edición:

Universidad de las Ciencias Informáticas, 2019

Editorial Ediciones Futuro, 2019

Edición y Corrección:

Isel Patricia Morlá Díaz

Raynel Batista Tellez

Diseño y Emplante digital:

Evelio Gómez Dorado

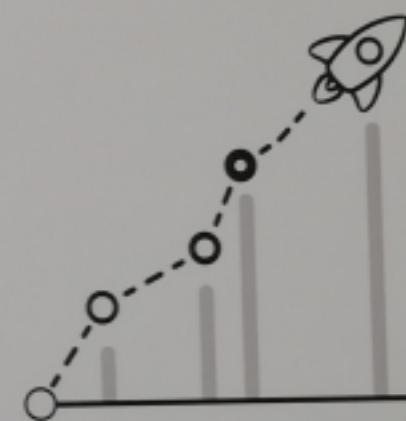
Universidad de las Ciencias Informáticas

Carretera a San Antonio de los Baños Km 2½.

Rpto. Torrens, Boyeros, La Habana, Cuba

editorialef@uci.cu

ISBN: 978-959-286-076-6



# OPTIMIZA TU WEB

## BUENAS PRÁCTICAS DE

## POSICIONAMIENTO WEB

Ariagna González Landeiro  
Dunnia Castillo Galán

*Diría, sin ser autocoplaciente, que la informatización de la sociedad es ya una realidad, ... Debemos lograr que cuando busquemos información relacionada con Cuba y nuestra historia sean nuestras páginas las primeras que aparezcan en los resultados de la búsqueda, por eso es tan importante la actualización para el buen posicionamiento...*

Miguel Mario Diaz-Canel Bermúdez  
Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros de la República de Cuba  
Segundo Periodo Ordinario de Sesiones  
IX Legislatura de la Asamblea Nacional del Poder Popular,  
La Habana, Cuba, 17 de diciembre de 2018

# ANTESALA

## ¿QUÉ ES EL POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BÚSQUEDA?

El posicionamiento en motores de búsqueda o *Search Engine Optimization* (SEO por sus siglas en inglés), es la implementación de técnicas para lograr que un sitio web tenga mayor relevancia y autoridad, siendo devuelto entre los primeros resultados de las consultas realizadas sobre los buscadores web.

---

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL POSICIONAMIENTO WEB?

Mientras mejor sea el posicionamiento de su sitio web, más efectiva es la comunicación con los buscadores y mayor es la visibilidad de sus contenidos.

## ¿QUIÉNES SON RESPONSABLES DE GARANTIZAR EL POSICIONAMIENTO WEB?

Todas las personas que tienen el compromiso de actuar o tomar decisiones sobre un sitio web son responsables de garantizar el posicionamiento web. Los administrativos tienen la tarea de coordinar las políticas y velar por el cumplimiento de estas desde las estructuras superiores para homogenizar procedimientos y minimizar los esfuerzos. Mientras, los programadores, administradores y *webmasters* deben realizar la implementación y las configuraciones necesarias para garantizar una correcta comunicación entre los sitios web y los motores de búsqueda; los equipos editoriales, a su vez deben garantizar estrategias de comunicación para atraer la audiencia y generar tráfico.

---

## ¿QUÉ ASPECTOS GENERALES SE DEBEN TENER PRESENTE?

Optimizar su sitio web para que tenga una alta disponibilidad y un bajo tiempo de respuesta.

Configurar correctamente los elementos de la cabecera del sitio web.

Realizar configuraciones que le permitan a su sitio web brindarle información a los rastreadores para que sean mejor indexados en los buscadores.

Optimizar el tráfico de red.

Mejorar la usabilidad de su web para tener mayor audiencia.

## ¿CUÁNDO SU SITIO WEB CUMPLIÓ CON TODOS LOS ASPECTOS ASOCIADOS AL POSICIONAMIENTO WEB?

El proceso de optimización no es un trabajo acabado, pueden ser muchas las acciones que propicien el mejoramiento de los indicadores de los sitios web; pues la propia actualización del mundo digital implica revisar constantemente el tema debido a la variabilidad de los algoritmos de indexación en los buscadores. Esta labor requiere de esfuerzo, investigación y estudio constante para alcanzar un resultado exitoso.

# ÍNDICE

## NOTA AL LECTOR /XV

## INTRODUCCIÓN /17

Tipos de técnicas para el posicionamiento web /19

## BUENAS PRÁCTICAS PARA EL POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BÚSQUEDA /21

### Accesibilidad /23

- 1. Disponibilidad del sitio web /25
- 2. Disponibilidad de páginas /26
- 3. Almacenamiento en caché /27
- 4. Código minificado o minimizado /28

5. Compresión de archivos /29

### Comunicación con los motores de búsqueda /33

- 6. Palabras clave /35
  - 7. Título /36
  - 8. Descripción /37
  - 9. URL canónica /38
  - 10. Lenguaje HTML 5 /39
  - 11. Idioma /40
  - 12. Fichero robots.txt /41
  - 13. Mapa del sitio /42
- Popularidad /43**
- 14. Integración con las redes sociales /45

HERRAMIENTA SEO WEBMAS /47

Principales funcionalidades de la herramienta SEO WebMas /49

Realizar diagnóstico de sitios web sin requerir autenticación /51

Realizar diagnóstico integral de sitios web /52

Compartir y descargar la evaluación de un sitio web /53

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS /55

GLOSARIO DE TÉRMINOS /57

LISTA DE ABREVIATURAS /59

## NOTA AL LECTOR

Alcanzar una mayor visibilidad de los contenidos cubanos en internet constituye hoy un interés del gobierno, de las organizaciones sociales, de los gremios profesionales y otros miembros de la sociedad civil, pues para conocer la realidad del país no existen mejores fuentes que las nuestras. En pos de avanzar en tal propósito, esta obra representa un manual de buenas prácticas que reúne un grupo de variables a tener en cuenta por desarrolladores, administradores de servidor, webmasters, creadores de contenidos y responsables de sitios web, para mejorar su posicionamiento en motores de búsqueda.

Las prácticas recomendadas en este documento están basadas en las experiencias adquiridas e implementadas por especialistas del Monitor de Sitios Web Cubanos, producto desarrollado por la Universidad de las Ciencias Informáticas que diagnostica el estado de un grupo de variables que tributan al posicionamiento web, y probadas satisfactoriamente en los portales de disímiles entidades nacionales. Sin embargo, no se trata de una investigación acabada, pues solo refleja un grupo de acciones a seguir dentro de este amplio y cambiante mundo, el cual debe ser estudiado con regularidad, debido a las variaciones que realizan los motores de búsqueda en sus mecanismos de indexación.

Esta obra es resultado de los diversos trabajos de mesa que permitieron entender y concretar cada uno de los indicadores comentados en el contenido.

A partir de la labor realizada por diferentes profesionales e investigadores del tema, se consideran también autores de este trabajo a:

Dr. C. Walter Baluja García

Ing. Yankiel Aparicio Pérez

Ing. Roannel Fernández Hernández

Ing. Walter Daniel Camejo López

Ing. Liliet de la Caridad González Polanco

Ing. Lissette Valdés García

MSc. Sahilyn Delgado Pimentel

Ing. Mayra Ortiz Labrada

Ing. Odisleysi Martínez Furones

Se agradece a la Dra. C. Miriam Nicado García por su contribución a la realización de este proyecto, a la colaboración de todas las entidades nacionales que han participado en los diferentes análisis realizados, así como a los usuarios que utilizan la herramienta SEO WebMas, de la cual se brinda un acercamiento en el presente manual.

## INTRODUCCIÓN

Cómo optimizar un sitio web para alcanzar una mayor visibilidad de sus contenidos y obtener un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda, es una de las interrogantes que se realizan las personas que laboran en la administración y gestión de este tipo de medio.

Tener éxito en la búsqueda de información en internet es la intención de millones de usuarios que utilizan los llamados buscadores, así como la de los proveedores de los sitios web y la de los desarrolladores de los motores, quienes ingenian estrategias para el proceso de indexación de los contenidos.

En el contexto cubano este fenómeno cobra vida porque se encuentra en plena implementación la Política Integral para el Perfeccionamiento de la Informatización de la Sociedad Cubana, aprobada en el año 2017 por el Consejo de Ministros de Cuba. Esto ha propiciado la creación de múltiples sitios web, como parte de la etapa de presencia del Gobierno Electrónico dirigida metodológicamente por el Ministerio de Comunicaciones de Cuba [MINCOM, 2017].

Para que estos sitios web puedan tener una mayor audiencia, y lograr compartir y difundir información rápidamente, además de la interacción y la posibilidad del uso de los servicios en línea por los usuarios, requieren, entre otros aspectos, acercarse a los primeros puestos en los resultados orgánicos de los buscadores

(resultados naturales, no de pago), lo que es fundamental para tener visibilidad en internet.

El manual de ayuda *Optimiza tu Web* pretende compartir conocimientos con los interesados en la temática, permitiendo la familiarización del lector con un grupo de variables y técnicas que influyen directamente en el mejoramiento de la relevancia y popularidad de los sitios web en internet.

Este estudio está dirigido fundamentalmente a desarrolladores, administradores de servidor, *webmasters*, responsables de páginas web y creadores de contenido; pues del trabajo de estos especialistas depende, en gran medida, una mejor indexación de los sitios web por los buscadores.

En la actualidad mucho se habla sobre el posicionamiento web y la necesidad de establecer estrategias para mejorarlo, de ahí que algunos se pregunten qué significa y cómo es posible lograrlo.

Aquellos que se inician en la temática deben conocer que el **posicionamiento en motores de búsqueda**, también conocido como **optimización en motores de búsqueda** (SEO por las siglas en inglés de *Search Engine Optimization*), es la implementación de técnicas para que un sitio web sea devuelto entre los primeros resultados de las consultas realizadas por un usuario a través de un buscador web [Orense & Rojas, 2010]. Este aspecto resulta vital, porque permite al sitio web tener las configuraciones necesarias para alcanzar una mejor comunicación con los buscadores y contribuir a que los contenidos adquieran mayor visibilidad.

El empleo de técnicas SEO en el desarrollo, administración y actualización de los sitios web, constituye actualmente un elemento clave si se tiene presente que la abundancia de información provoca que pocos usuarios acostumbren a ir más allá de la primera o segunda página devuelta en sus búsquedas.

Si bien es cierto que obtener éxitos en este campo no resulta fácil, debido sobre todo a una alta competitividad, es posible alcanzar buenos resultados en el posicionamiento web combinando la optimización de la estructura interna del sitio web y los contenidos publicados; resaltando dos requerimientos fundamentales: **la autoridad y la relevancia** [Urquiza, 2016].

La **autoridad** es el prestigio alcanzado por una página web ante los usuarios; cuanta más interacción tengan los usuarios con el sitio, más autoridad conceden los buscadores a este.

En cambio, la **relevancia** es la correspondencia entre la consulta introducida por el usuario en el buscador y los elementos del sitio que permiten devolverlo como uno de los resultados.

## TIPOS DE TÉCNICAS PARA EL POSICIONAMIENTO WEB

Para una mejor comprensión y puesta en práctica de las técnicas de posicionamiento, los expertos las han segmentado en dos grandes grupos: *Off-site* u *Off-page* y *On-site* u *On-page* [Iglesias-García & Codina, 2016].

El SEO *Off-site* u *Off-page* comprende los elementos que dependen de factores externos a la construcción de la página web y marcan la **autoridad** del sitio dentro del espacio digital. En este grupo se ubican variables e indicadores tales como la cantidad de visitas, el número y calidad de los enlaces hacia el sitio, la presencia y menciones en las redes sociales, entre otros que evidencien y ayuden al sitio web a ganar prestigio ante los usuarios. Las técnicas de posicionamiento *Off-page* deben contemplarse dentro de las estrategias de comunicación que se diseñen para la gestión de los contenidos en los sitios web [Kumar & Kumar, 2014].

Mientras, el SEO *On-site* u *On-page* se refiere a los factores internos que deben gestionar los administradores de servidor y desarrolladores de los sitios web para que alcancen buena disponibilidad, respondan rápidamente y que los motores de búsqueda entiendan mejor los contenidos publicados, concediéndoles a estos una mayor **relevancia**. Algunas variables e indicadores relacionados con este grupo de técnicas se asocian a la calidad de los metadatos definidos (o meta tags como son conocidos por su nombre en inglés); la utilización de estructura semántica (estructura que denota un mayor significado para los motores de búsqueda), la calidad de las direcciones de las páginas (o URLs por las siglas en inglés de *Uniform Resource Locator*), la optimización de los recursos multimedia y de la infraestructura, entre otros aspectos [Kumar & Kumar, 2014].

El proceso de optimización de la web debe ser una práctica sistemática. Las técnicas SEO a implementar en un sitio web pueden sufrir modificaciones, pues la propia actualización del mundo digital implica revisar constantemente el tema debido a la variabilidad de los algoritmos de indexación de los buscadores. Esta labor requiere de investigación y estudio permanente para obtener un resultado exitoso y constante, que permitan a los contenidos de los sitios web cubanos alcanzar mayor visibilidad y audiencia.

## BUENAS PRÁCTICAS PARA EL POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BÚSQUEDA

En pos de preparar los sitios web desde su construcción y configuración para que alcancen una mayor relevancia en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda, se proponen un conjunto de técnicas o buenas prácticas que garanticen un buen trabajo en el SEO *On-site* y permitan crear bases sólidas para el SEO *Off-site*.

Las buenas prácticas se encuentran agrupadas por variables [Codina, 2014], donde se evidencia el nivel de **impacto**  que tiene cada una de ellas respecto al posicionamiento web y la **complejidad**  que trae consigo desarrollarlas o configurarlas. Las variables que se presentan están relacionadas en tres factores de impacto: accesibilidad, comunicación con los motores de búsqueda y popularidad.



**Relevancia + Autoridad + Confianza = Éxito**

## ACCESIBILIDAD

Tener presencia en la red de redes es uno de los factores que mayor impacto presenta en el SEO; es la forma de estar accesible las 24 horas todos los días del año. La accesibilidad también está relacionada con la velocidad de carga del sitio web, pues un tiempo de respuesta muy extenso, puede implicar pérdidas de visitas potenciales.

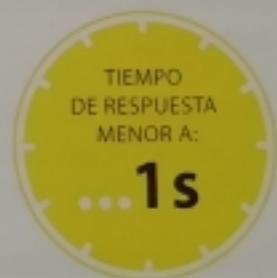
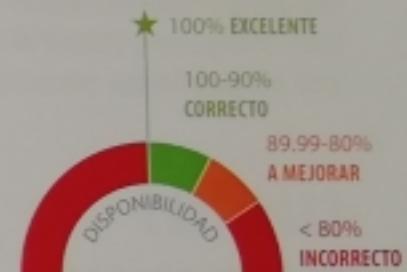


## 1. DISPONIBILIDAD DEL SITIO WEB

La disponibilidad es la permanencia en línea del sitio web, donde los fallos de *software* y/o de infraestructura no son perceptibles por los usuarios ni los buscadores.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- Hospedar el sitio web en una infraestructura profesional preparada y diseñada para brindar el servicio de *hosting web*.
- Optimizar los servidores web, las bases de datos y el desarrollo general del sitio para que se soporte una mayor concurrencia de usuarios y se obtenga menor tiempo promedio de respuesta.





## 2. DISPONIBILIDAD DE PÁGINAS

Mantener disponible las diferentes páginas de un sitio web es evitar que ante alguna petición de URLs (*Uniform Resource Locator* o Localizador Uniforme de Recursos) del sitio web se obtenga un código de estado 404 del protocolo de transferencia de hipertextos (o HTTP por las siglas en inglés de *Hypertext Transfer Protocol*). Este código se obtiene al tratar de acceder a un sitio web o página que no puede ser encontrado en el servidor.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- No ocultar el código de estado 404 ante la petición de páginas inexistentes para minimizar la posibilidad de tener contenidos no disponibles indexados en los motores de búsqueda.
- Personalizar las páginas con código de estado 404, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de obtener información veraz de lo que sucede con la página.
- Tener un mecanismo (puede ser automático y/o utilizar herramientas públicas en internet) para identificar y brindarles tratamiento a los enlaces rotos del sitio web.



## 3. ALMACENAMIENTO EN CACHÉ

El almacenamiento en caché consiste en mantener de forma temporal y accesible aquellos datos que son requeridos y que ya fueron recuperados o procesados anteriormente por otros clientes. Estas solicitudes se atienden con mayor rapidez que cuando se extraen desde el almacenamiento principal debido a que son almacenadas en *hardware* de acceso rápido.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- Configurar correctamente el almacenamiento en caché del lado del servidor permitiendo que la portada sea cacheada en los navegadores y proxy, evitándose la carga de todo el contenido cada vez que se haga una petición al servidor.



## 4. CÓDIGO MINIFICADO O MINIMIZADO

Esta es la denominación del código que no contiene datos innecesarios o redundantes, sin que se vea afectada la forma en que los navegadores lo procesan. Es vital para los sitios web minimizar el tamaño de los recursos HTML (siglas en inglés de *HyperText Markup Language* - Lenguaje de Marcas de Hipertexto), CCS (por las siglas en inglés de *Cascading Style Sheets* - Hojas de Estilo en Cascada), JS (por las siglas en inglés de *JavaScript*). Se pueden utilizar herramientas que ayuden a identificar los archivos que se deben minimizar, pero es recomendable crear copia del sitio web, para no poner en riesgo su seguridad si fuera eliminado un código importante.

## PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Eliminar del código del sitio web espacios adicionales, saltos de líneas, sangrías y comentarios.
- ✓ Emplear variables y nombres de funciones cortos.
- ✓ Retirar del sitio web código HTML, CSS y JS que no se utilizan.
- ✓ Evitar la utilización de herramientas para el desarrollo que introduzcan código innecesario.

```
#avatar {
  border: solid 2px #5f8cff;
  border-radius: 50%;
  height:155px;
  overflow: hidden;
  padding: 0;
  width: 155px;
}

#avatar.login-brand{
  text-decoration: none;
}
```

×

```
#avatar {border: solid 2px
#5f8cff; border-radius:
50%; height:155px; overflow:
hidden; padding: 0; width: 155px; }#avatar
.login-brand{text-decoration: none;}
```

✓



## 5. COMPRESIÓN DE ARCHIVOS

La compresión de los archivos de un sitio web es el proceso de reducir el tamaño de los recursos HTML, CCS, JS, XML (por las siglas en inglés de *eXtensible Markup Language*) y multimedia, sin perder la información inicial. Si el sitio web envía archivos comprimidos a los navegadores la transferencia será menor y el sitio web responderá más rápido.

## PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Configurar el servidor web para que permita la compresión de archivos.
- ✓ Comprimir los archivos multimedia antes de subirlos al servidor.
- ✓ Servir la portada comprimida, pues generalmente se encuentra entre las páginas más pesadas del sitio web.

## CANTIDAD DE SITIOS WEB POR PROVINCIA

Información obtenida del Monitor de Sitios Web Cubanos  
(cierre hasta el 25/abril/2019)



## SITIOS OFICIALES DE GOBIERNO: PRESIDENCIA DE CUBA + SITIOS PROVINCIALES

- www.presidencia.gob.cu
- www.redisla.gob.cu
- www.redpinar.gob.cu
- www.artemisa.gob.cu
- www.lahabana.gob.cu
- www.mayaweb.gob.cu
- www.matanceros.gob.cu
- www.cienfuegos.gob.cu
- www.soyvillaclara.gob.cu
- www.espirituano.gob.cu
- www.ciegodeavila.gob.cu
- www.camaguey.gob.cu
- www.lastunas.gob.cu
- www.holguin.gob.cu
- www.degranma.gob.cu
- www.santiago.gob.cu
- www.guantanamo.gob.cu

## COMUNICACIÓN CON LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

La definición de los metadatos en el código HTML, así como una correcta configuración del sitio web son vitales para que se propicie una comunicación más estrecha con los buscadores, siendo un factor que tiene un impacto alto en el posicionamiento en los motores de búsqueda.



## 6. PALABRAS CLAVE

Palabras o construcciones lingüísticas que identifican al sitio web y a cada contenido publicado. Son utilizadas por los buscadores en el proceso de recuperación de la información.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Definir las palabras clave del sitio en la etiqueta `<keywords>` del código HTML.
- ✓ Escoger una cantidad moderada de palabras clave que describan la temática abordada y que no se consideren palabras vacías como: artículos, preposiciones, conjunciones, adverbios y pronombres.
- ✓ Determinar las palabras clave que están utilizando los usuarios para encontrar el sitio web e identificar las que tienen mayor oportunidad de aparecer en las primeras posiciones.
- ✓ Incluir palabras clave en el título y la descripción del sitio web, así como en los aspectos referidos a los contenidos: títulos, encabezados, descripciones, URLs y recursos multimedia de las páginas.

`<meta name="keywords" content="`  
"posicionamiento, web, SEO, optimización, Cuba" />

Entre 3 y 7 palabras clave



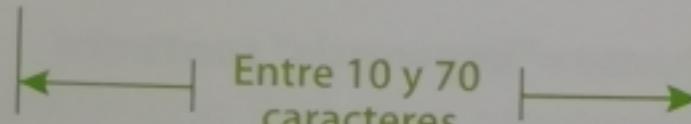
## 7. TÍTULO

Nombre o denominación de las páginas web. Es utilizado por los buscadores para la indexación del sitio web y tiene un efecto directo sobre los usuarios.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- Definir el título en la etiqueta `<title>` del código HTML.
- El título debe:
  - Reflejar el objeto y/o temática del sitio
  - Poseer la cantidad de caracteres necesarios para mostrarse integralmente en los resultados de los motores de búsqueda
  - Ser descriptivo y único para cada página web
  - Poseer palabras clave.

**<title>**SEO WebMas: Herramienta para el análisis SEO de sitios web.**</title>**

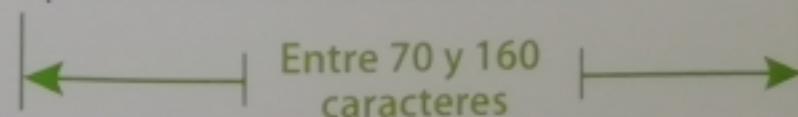


Información de presentación del sitio web o de una página en específico ante los usuarios y motores de búsqueda. Se muestra en los resultados de búsqueda junto al título de la página.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- Definir la descripción en la etiqueta `<description>` del código HTML.
- La descripción debe:
  - Reflejar la entidad responsable del sitio y el objeto de este
  - Poseer una cantidad de caracteres moderada, que permita comunicar sin ser demasiado explicativo
  - Ser descriptiva pero concisa y única para cada página web, pues ayuda a indicar el contenido y temática abordada
  - Hacer uso equitativo de algunas de las palabras clave que lo identifican.

**<meta name="description" content="**  
"Si desea un mayor posicionamiento de sus contenidos en los buscadores, utilice la herramienta SEO WebMas para el análisis y optimización de su sitio web."**>**





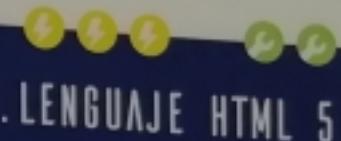
## 9. URL CANÓNICA

La URL principal del sitio ante la existencia de direcciones similares en la web se denomina URL Canónica. Su definición puede evitar que los motores de búsqueda penalicen el sitio web por la existencia de contenidos duplicados.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Definir una URL canónica a través de la sintaxis: "rel=canonical" que se debe situar en el "<header>" del sitio web.
- ✓ La URL definida debe ser absoluta (incluir todas las partes de la URL como es el protocolo, el servidor y la ruta).

```
<link rel="canonical"
      href="http://www.seowebmas.redcuba.cu"></link>
```



## 10. LENGUAJE HTML 5

El lenguaje básico para el desarrollo de páginas web más indicado es el HTML en su quinta versión. Presenta nuevos elementos y atributos que enfatizan en la semántica de la estructura de la web. Esta versión es superior a las anteriores en el soporte para dispositivos multimedia modernos y es compatible con los navegadores más populares. Permite una mejor comunicación entre los sitios web y los motores de búsqueda [Tabarés, 2016].

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Utilizar HTML 5 en el desarrollo de su sitio web
- ✓ Definir correctamente en el código las etiquetas principales que denotan estructura semántica como *nav*, *header*, *footer*, *section* y *article*.





## 11. IDIOMA

Identificación del idioma predeterminado utilizado en el texto de la página.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Definir el idioma de cada página en la etiqueta `<lang>` del código HTML.
- ✓ El idioma declarado debe ser válido y coincidir con los detectados por los buscadores en su sitio web.
- ✓ Para los sitios web multilingües es importante especificar el código de idioma en la URL.

`<html lang="es-CU">`



#### SEO WEBMAS

The SEO WebMas tool gives you the possibility to analyze a group of variables that directly influence the web positioning

WE HELP YOU TO HAVE A BETTER INTERNET POSITIONING FOR YOURS CONTENT

TRY HERE

For 7 days only

`<html lang="es-CU">`



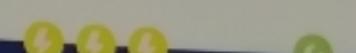
#### SEO WEBMAS

La herramienta SEO WebMas le brinda la posibilidad de analizar un grupo de variables que tributan directamente al posicionamiento web.

AYUDAMOS A QUE SUS CONTENIDOS TENGAN UN MEJOR POSICIONAMIENTO EN INTERNET

PRUEBE AQUÍ

Por un periodo de 7 días



## 12. FICHERO ROBOTS.TXT

Robots.txt es un archivo de texto con extensión .txt que proporciona información a los rastreadores de los buscadores sobre los archivos que pueden solicitar al sitio web, gestionando el tráfico hacia ellos. Su configuración puede evitar que el sitio web se sobrecargue de solicitudes innecesarias realizadas por los motores de búsqueda.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Incluir el archivo robots.txt en el directorio raíz o de primer nivel del servidor.
- ✓ Especificar en el robots.txt la ubicación del mapa del sitio (sitemap.xml por su nombre en inglés).





## 13. MAPA DEL SITIO

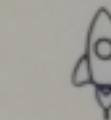
Archivo en el que se listan las páginas del sitio web para brindarle información a los motores de búsqueda y a los visitantes. Existen dos tipos principales de mapas de sitios: los de tipo HTML *Sitemaps* que están orientados a los usuarios y los XML *Sitemaps* que están orientados a los buscadores. El mapa del sitio debe contener las páginas que se desean indexar, para que los rastreadores o *bots* encuentren de una forma más sencilla los contenidos.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- Añadir solo las páginas que se deseen indexar por los buscadores.
- El *sitemap* definido no debe contener un número excesivo de URLs, ni puede ser muy pesado. Ante esta posibilidad se debe dividir en varios *sitemaps* y crearse un índice, siendo este el archivo que se envíe a los rastreadores.
- Las URLs relacionadas en los *sitemaps* deben ser absolutas y limpias (amigable o entendibles para los buscadores y usuarios en general), priorizándose las canónicas.

### POPULARIDAD

Es la aceptación social que tiene el sitio web. Si es recomendado por diferentes usuarios, existe mayor posibilidad que el buscador también lo recomiende y viceversa.





## 14. INTEGRACIÓN CON LAS REDES SOCIALES

Es el proceso que permite propagar por las redes sociales los contenidos publicados en el sitio web y viceversa. Es un elemento importante porque se amplía el público meta al que se accede y genera tráfico hacia el sitio web en múltiples ocasiones. Algunas redes sociales han creado nuevas funcionalidades que permiten una estructura más integral y atractiva cuando se comparte una URL del sitio web en la red social. Por ejemplo, Twitter ha implementado las *Twitter Card* (tarjetas de Twitter) y se puede contar con el protocolo *Open Graph* (gráfico abierto) de Facebook.

### PRÁCTICAS RECOMENDADAS

- ✓ Promover las cuentas de redes sociales relacionadas al sitio y/o la institución desde el portal web.
- ✓ Habilitar la opción de compartir los contenidos publicados en el sitio web en los espacios personales y/o institucionales de las redes sociales de los usuarios que lo visitan.
- ✓ Añadir en el sitio web los metadatos: *card*, *site*, *title* y *description*, para la integración con Twitter utilizando *Twitter Card*.
- ✓ Añadir en el sitio web los metadatos: *type*, *url*, *title* y *description* para la integración con Facebook utilizando *Open Graph*.



```

<meta name="twitter:card" content="summary">
<meta name="twitter:creator" content="@seowebmas">
<meta name="twitter:site" content="@seowebmas">
<meta name="twitter:title" content="Herramienta para el análisis
SEO de sitios web">
<meta name="twitter:description" content="Utilice la herramienta
SEO WebMas para analizar y optimizar sus sitios web">
<meta name="twitter:image"
content="seowebmas.redcuba.cu/favicon.ico">

```

Prueba @prueba · ahora



**SEO  
WEB  
MAS**

#### Herramienta para el análisis SEO de sitios web

Utilice la herramienta SEO WebMas para analizar y optimizar sus sitios web  
seomebmash.redcuba.cu

## HERRAMIENTA SEO WEBMAS

### > SEO WEB MAS

Utilizar instrumentos de evaluación de las variables SEO constituye una necesidad en pos de trazar estrategias que permitan perfeccionar los sitios web. SEO WebMas es una herramienta cubana que diagnostica de forma *online* el estado de un grupo de variables, que tributan directamente al posicionamiento en los motores de búsqueda de los sitios web. Se puede acceder a esta desde cualquier navegador a través de la dirección <https://www.seowebmas.redcuba.cu>.



## > SEO WEBMAS

AUTENTIFICAR | REGISTRARSE



La herramienta SEO WebMas le brinda la posibilidad de analizar en tiempo real el estado de un grupo de variables que tributan directamente al posicionamiento web.

Inserir la página de inicio de su sitio web

<http://www.ejemplosite.com>

Por un periodo de 7 días

La herramienta SEO WebMas le brinda la posibilidad de analizar en tiempo real el estado de un grupo de variables que tributan directamente al posicionamiento web.

Inserir la página de inicio de su sitio web

<http://www.ejemplosite.com>

Por un periodo de 7 días

**Sus criterios**

son importantes para nosotros

**Ayudamos**

a que sus contenidos  
tengan un mejor  
posicionamiento en internet

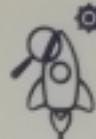
**Paquete Básico**

Paquete Avanzado

Obtén información sobre el estado de las variables que tributan a la mejora de su sitio, a la optimización del tráfico de red, la usabilidad e interacción con las redes sociales más:

- Visualizar las principales claves de su sitio.
- Observar el impacto de cada variable en el posicionamiento web.
- Conocer cómo mejorar cada variable.
- Visualizar el ranking nacional e internacional de su dominio.

## PRINCIPALES FUNCIONALIDADES DE LA HERRAMIENTA SEO WEBMAS





## REALIZAR DIAGNÓSTICO DE SITIOS WEB SIN REQUERIR AUTENTICACIÓN

A partir de variables que mide la herramienta, se muestra la cantidad evaluadas como correctas, incorrectas o a mejorar (análisis cuantitativo) que presenta cada sitio web analizado, accediéndose al resultado cualitativo y personalizado de 3 de estas (definición del título, si permite almacenamiento en caché y si presenta integración con la red social *Twitter* implementando *Twitter Card*), además de las palabras clave definidas en el sitio web, el tiempo promedio de respuesta y el porcentaje de disponibilidad del día anterior.

### CONDICIONES NECESARIAS

- ✓ El sitio web que se desea analizar debe encontrarse bajo el dominio **.cu** y estar previamente indexado en la herramienta.
- ✓ El usuario podrá utilizar esta funcionalidad por un período de 7 días.



## REALIZAR DIAGNÓSTICO INTEGRAL DE SITIOS WEB

Muestra datos adicionales a los obtenidos en el diagnóstico sin autenticación como: la relación de sitios web que coinciden con el organismo y otros con la temática en la que se encuentra clasificado.

De cada variable se obtiene una evaluación con su descripción personalizada explicando el resultado, así como de un grupo de recomendaciones que se podrían implementar para que el sitio web alcance mejor posicionamiento.

Permite al usuario valorar la importancia que le concede a cada variable en el posicionamiento web, haciéndolo partícipe de la definición del nivel de impacto de cada una de estas.

## CONDICIONES NECESARIAS

- ✓ El usuario debe estar autenticado en la herramienta; verificar su propiedad sobre el sitio web a través de un meta en el *head* o poniendo un fichero en la raíz del mismo y realizar la suscripción del sitio web que desee evaluar.

## COMPARTIR Y DESCARGAR LA EVALUACIÓN DE UN SITIO WEB

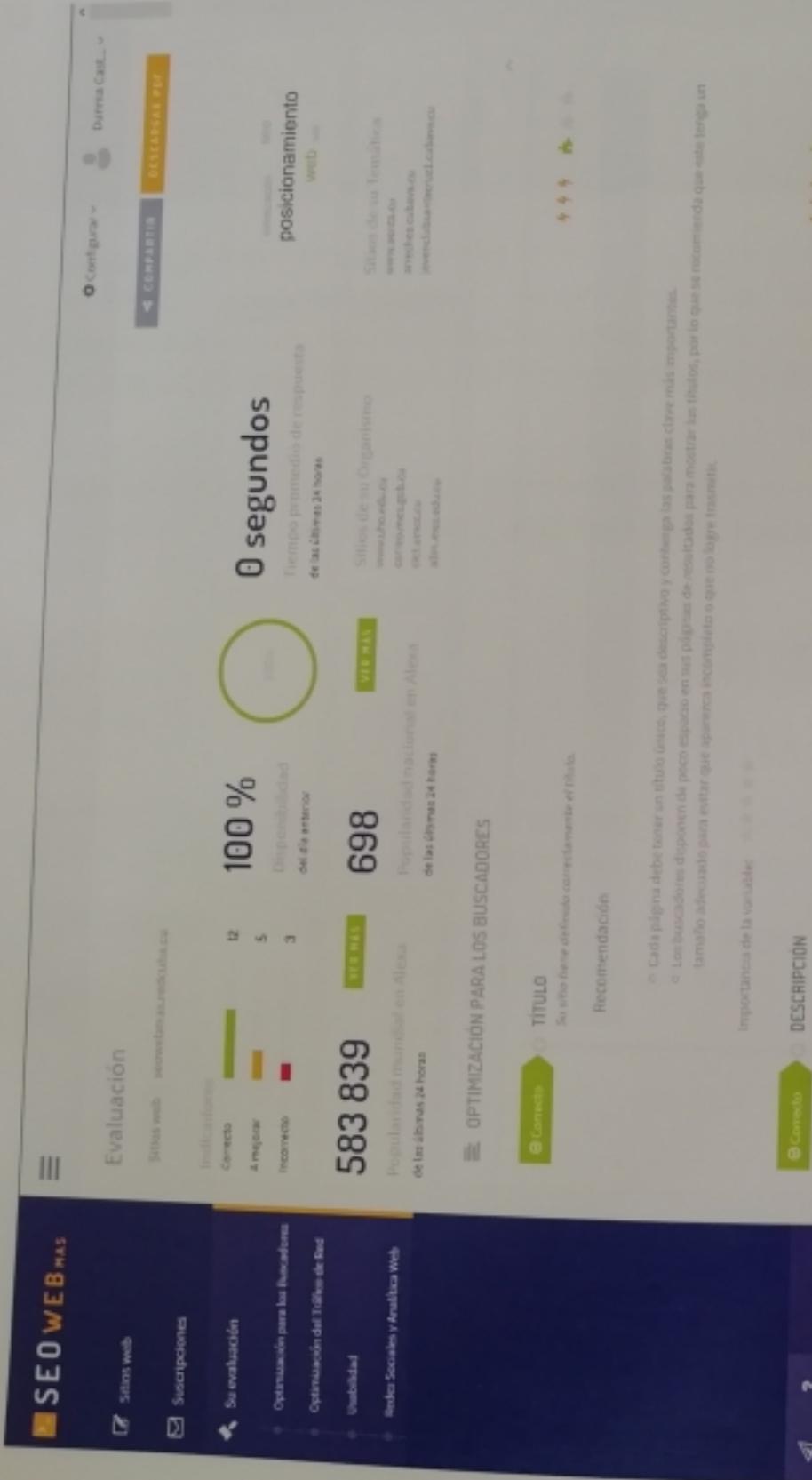
Compartir la evaluación de un sitio web permite que otros usuarios puedan acceder a esta sin tener que verificar, ni suscribir el sitio web (es una funcionalidad pensada para que los webmasters o administradores de servidor les compartan la evaluación a los decisores).

Descargar la evaluación permite obtener un boletín con el resultado del diagnóstico realizado al sitio web.

## CONDICIONES NECESARIAS

- ✓ El usuario que comparta o descargue la evaluación de un sitio debe tener verificada la propiedad del mismo.
- ✓ La persona con que se desee compartir la evaluación debe estar registrada en la herramienta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Codina, L. Publicación Digital y SEO para Comunicadores. [en línea]. Facultad de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra, 2014. [Consultado el: 15 de febrero de 2019]. Disponible en: <https://www.lliiscodina.com/wp-content/uploads/2014/11/SEOCOM-2014.pdf>



Iglesias-García, M. & Codina, L. Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO). [en línea]. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, no. especial 9, 2016. [Consultado el: 23 de febrero de 2019]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/html/310/31048482052/>



Kumar, L. & Kumar, N. SEO Techniques for a Website and its Effectiveness in Context of Google Search Engine. International Journal of Computer Sciences and Engineering. Vol. 2, 2014.



Ministerio de Comunicaciones de Cuba, 2017. Política integral para el perfeccionamiento de la informatización de la sociedad cubana. [en línea]. [Consultado el: 12 de enero de 2019]. Disponible en: [http://www.mincom.gob.cu/sites/default/files/Politica%20Integral%20para%20el%20perfeccionamiento%20de%20la%20sociedad%20en%20Cuba\\_0\\_0.pdf](http://www.mincom.gob.cu/sites/default/files/Politica%20Integral%20para%20el%20perfeccionamiento%20de%20la%20sociedad%20en%20Cuba_0_0.pdf)



Orense, M. & Rojas, O. I. SEO cómo triunfar en buscadores. [en línea]. Segunda Edición, Madrid, ESIC Editorial, 2010. [Consultado el: 25 de enero de 2019]. Disponible en: [https://books.google.com.pe/books?id=rJ0bIFsEcjcC&pg=PA69&dq=editions:ISBN8473566904&hl=es&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=2#v=onepage&q=editions%3AISBN8473566904&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=rJ0bIFsEcjcC&pg=PA69&dq=editions:ISBN8473566904&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q=editions%3AISBN8473566904&f=false)



Tabarés, R. The rise of HTML5; a new paradigm for Web standards. [en línea]. Teknokultura, Vol. 13, no. 1, 2016. [Consultado el: 20 de febrero de 2019]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5590292>



Urquiza, M. C. Propuesta para incrementar la visibilidad de un sitio web aplicando técnicas de posicionamiento que permiten mejorar el ranking en los resultados de búsqueda de google. [en línea]. Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Agustín, 2016. [Consultado el: 12 de enero de 2019]. Disponible en: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5697/ISMurabmc.pdf?sequence=3>

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Alexa:** compañía de Amazon que elabora un ranking de sitios web a partir de datos y análisis de tráfico web de las páginas de internet.

**Código de estado 404:** este código se obtiene al tratar de acceder a un sitio web o página que no puede ser encontrado en el servidor.

**Estructura semántica:** estructura con mejor sentido y/o significado.

**Indexar:** método que se utiliza para ordenar diferentes tipos de contenidos (ejemplo: documentos, datos). Este método debe contemplar indicadores que resulten comunes para los contenidos, permitiéndoles a estos obtener un índice.

**Metadatos:** elementos HTML que muestran información sobre la propia página web que los contiene.

**Motores de búsqueda:** sistema informático que busca contenidos almacenados en servidores web.

**Rastreador web:** programa informático que visita sitios web de forma sistemática, lee sus páginas y otras informaciones públicas con el fin de crear entradas al proceso de indexación de un motor de búsqueda.

**Resultados orgánicos:** resultados naturales, no de pago en los buscadores.

**URL absoluta:** URL que incluye todas las partes de la URL (protocolo, servidor y ruta).

## LISTA DE ABREVIATURAS

**CCS** (*Cascading Style Sheets* o Hojas de Estilo en Cascada)

**HTML** (*HyperText Markup Language* o Lenguaje de Marcas de Hipertexto)

**HTTP** (*HyperText Transfer Protocol* o Protocolo de Transferencia de Hipertextos)

**JS** (*JavaScript*)

**SEO** (*Search Engine Optimization* u Optimización en motores de búsqueda)

**URL** (*Uniform Resource Locator* o Localizador Uniforme de Recursos)

**XML** (*eXtensible Markup Language*)

**Optimiza tu WEB**, es una obra que pretende dotar a desarrolladores, administradores de servidor, *webmasters*, creadores de contenidos y responsables de sitios web, de conocimientos técnicos que favorecen el posicionamiento de los sitios durante el proceso de indexación en los motores de búsqueda. En el libro los lectores podrán encontrar definiciones que le ayudarán a entender qué es el posicionamiento web, por qué es necesario que los sitios ganen relevancia y popularidad en internet, los tipos de técnicas utilizadas con este fin, así como un conjunto de variables acompañadas de sus definiciones y prácticas recomendadas para su correcta utilización. Todo ello es importante si se pretende que los sitios web aumenten la visibilidad de sus contenidos y sean devueltos en los primeros resultados de las consultas realizadas por los usuarios a través de los buscadores web.

---

ISBN: 978-959-286-076-6



9 789592 860766

Disponibilidad

SEO  
JS  
ON-SITE

redirección  
COMPRESIÓN  
Complejidad  
CODIFICACIÓN

BUSCADORES

CUBA