



Temática: IV Taller Internacional de Impacto de las TIC en la Sociedad.

SEO WebMas: una propuesta cubana para analizar variables que tributan al posicionamiento web

SEO WebMas: cuban tool to analyze variables that contribute to search engine optimization.

Dunnia Castillo Galán^{1*}, Lissette Valdés García², Ariagna González Landeiro³, Rubén Reynaldo Bonachea.

¹ Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), carretera de San Antonio de los Baños. Km 2 ½, Torrens. Cuba, dunnia@uci.cu

² Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), carretera de San Antonio de los Baños. Km 2 ½, Torrens. Cuba, lvaldesg@uci.cu

³ Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), carretera de San Antonio de los Baños. Km 2 ½, Torrens. Cuba, agonzalezl@uci.cu

⁴ Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), carretera de San Antonio de los Baños. Km 2 ½, Torrens. Cuba, rreynaldo@uci.cu

* Autor para correspondencia: dunnia@uci.cu

Resumen

SEO WebMas es una herramienta *online* desarrollada desde la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI) que presenta como objetivo principal contribuir a que los contenidos cubanos alcancen una mayor visibilidad en Internet. Mediante la herramienta se pueden analizar variables que tributan a mejorar la calidad de los sitios web y proporciona un grupo de buenas prácticas a considerar para obtener una mayor autoridad y relevancia en la web. Es una herramienta dirigida fundamentalmente a decisores, webmaster, equipos editoriales y otros entes que interactúan con la web, permitiendo integrar aspectos de la Política de Comunicación y la Política de Informatización del País. El uso de ella se convierte en un elemento importante si se desea posicionar los contenidos y servicios que se generan en la web cubana, además es una alternativa para el uso de las entidades nacionales, que no tienen que pagar a plataformas foráneas por servicios similares, lo que contribuye a la sustitución de importaciones. No obstante, la herramienta también está preparada para brindar el servicio a entidades extranjeras, y de esa forma aportar a la economía del país.

Palabras clave: Autoridad, Posicionamiento Web, SEO, Relevancia, Visibilidad.

Abstract

SEO WebMas is an online tool developed by the University of Computer Science (UCI) whose main objective is to help a content reach greater visibility on the internet. Through the tool you can analyze variables that contribute to search engine optimization and provide a group of good practices to be considered by users in the development and administration of Cuban sites so that they obtain greater authority and relevance on the web. It is a tool aimed primarily at decision makers, webmaster, editorial teams and other entities that interact with the web, allowing the integration of aspects of the communication policy and the informatization policy of the country. The use of it becomes an important element if you want to position the contents and services that are generated on the Cuban website, it is also an alternative for the use of national entities, which do not have to pay foreign platforms for similar services, which contributes to import substitution. However, the tool is also prepared to provide service to foreign entities, and thus contribute to the country's economy.

Keywords: Authority, Search Engine Optimization, SEO, Relevance, Visibility.

Introducción

Hoy en día, Internet constituye la referencia para encontrar información sobre cualquier tema con un alto impacto en todas las áreas de la esfera social. Permite a millones de personas tener acceso fácil e inmediato a una cantidad extensa y diversa de información en línea pero la gran cantidad de información existente ha impuesto la utilización de herramientas de búsqueda que permitan localizarla de manera más fácil. Dichas herramientas tienen como función y objetivo principal, facilitar el acceso de información a los usuarios, presentando una lista ordenada de resultados relacionados con los criterios de búsqueda.

Uno de los mecanismos para obtener información de la web es mediante los motores de búsqueda (*Search Engines*) o buscadores. Estos surgieron a principios de los 90 debido a la necesidad de organizar, clasificar y gestionar la información para devolverles a los usuarios páginas de resultados tras realizar alguna búsqueda. Son además los responsables de que, al buscar bajo un criterio de palabras clave en Internet, se reciban siempre páginas relacionadas y que puedan ser de utilidad.

Según el estudio Cuota de mercado de los principales motores de búsqueda online a nivel mundial en 2020 realizado por la empresa alemana Statista, en la utilización de los buscadores durante el 2020 el más utilizado fueron Google, Bing, Yahoo! y Baidu, donde destaca el primero de ellos por la notable diferencia de usuarios que lo utilizan con respecto al resto (el 92,08 % de los usuarios utilizaron Google en 2020).

Cada buscador tiene sus mecanismos para posicionar aquellas páginas relevantes y de calidad según el contenido buscado, además de querer adaptarse cada vez más a resolver las dudas de sus usuarios de forma rápida y eficiente, de



modo que queden satisfechos con la información que le brindan para que así puedan interactuar y confiar más en los resultados obtenidos. Esto ha propiciado que los buscadores estén en constante evolución y adopten nuevos cambios en su funcionamiento.

A la hora de realizar búsquedas en Internet los usuarios por lo general terminan visitando las primeras páginas devueltas por los motores de búsqueda, siendo estas primeras posiciones las de mayor tráfico. Aparecer en la tercera página o más allá se considera como estar inaccesible, casi ningún usuario llega a visitar las páginas que se encuentran allí situadas. Normalmente, se satisface la necesidad de la información requerida antes de la segunda página y si no, el usuario realiza una nueva búsqueda. Por eso, aparecer en las primeras posiciones de un buscador conlleva la atracción de un mayor número de usuarios potenciales.

Existen guiones específicos y filtros de calidad en los buscadores para poder aparecer en los primeros resultados que estos arrojan, por ello es necesario aplicar técnicas para optimizar los sitios web de forma que puedan tener una comunicación con los motores de búsqueda y aparezcan en las primeras posiciones y así atraer tráfico orgánico o gratis. Estas técnicas SEO (*Search Engine Optimization*), conocida por sus siglas en inglés y que consiste en desarrollar e implementar una serie de técnicas o procedimientos con el fin de potenciar la notoriedad de un sitio web para aparecer en las primeras posiciones de la lista de resultados orgánicos o naturales de las consultas realizadas por un usuario a través de un buscador web [Orense & Rojas, 2010; Susteta, 2014]¹.

Debido a la importancia que está teniendo en el mundo el posicionamiento web la máxima dirección de Cuba se ha planteado la necesidad de desarrollar estrategias que permitan evaluar y analizar los sitios web cubanos con el objetivo de lograr mejores resultados en los motores de búsqueda y por ende una mayor visibilidad de sus contenidos en Internet.

Materiales y métodos

1 Como contrapartida del SEO existe el denominado SEM (Search Engine Marketing) que es el proceso de posicionar un resultado pero a través de pagos al buscador (también conocida como marketing de pago por clic o PPC). El SEM se centra en los enlaces “patrocinados” o de pago que aparecen en las listas que presenta el motor de búsqueda ante cada búsqueda realizada por el usuario. Es una poderosa herramienta de marketing por el hecho de poder micro segmentar el mercado y ofrecer exactamente lo que el usuario está buscando. Lo podríamos denominar “publicidad a la carta” (Susteta, 2014).

Para la realización de la herramienta SEO WebMas fue necesario primeramente el empleo de métodos teóricos, como el análisis síntesis de las diferentes perspectivas teóricas epistemológicas relacionadas al posicionamiento web y luego esa síntesis valorativa finalmente sirvió de sustento y fundamentación teórica para determinar las diferentes métricas que tienen en cuenta los buscadores para posicionar a los sitios en sus resultados de búsqueda. El histórico lógico permitió indagar en la historicidad del fenómeno, así como su seguimiento hasta nuestros días, lo que brindó elementos que contribuyeron a determinar las variables SEO a evaluar en la herramienta según su importancia para los buscadores y la infraestructura para sustentarla.

Se emplearon métodos empíricos como la observación para ver el estado de la web cubana en cuanto a la visibilidad de sus contenidos y posiciones en los buscadores en determinados criterios de búsqueda, además para observar el comportamiento de los sitios web una vez que han utilizado la herramienta. También fue necesario el empleo de técnicas de obtención de información para conocer el aporte que tiene la utilización de la herramienta a través de entrevistas.

Resultados y discusión

El SEO constituye un aspecto esencial en la elaboración, modificación y mantenimiento de páginas web, tanto para aumentar la difusión como para darse a conocer. Este aspecto resulta vital, porque permite al sitio web contribuir para que sus contenidos adquieran mayor visibilidad a partir de configuraciones necesarias para una mejor comunicación con los buscadores, buena accesibilidad, navegación por canales seguros, eficaz experiencia de usuario, correcta optimización para visitas desde móviles y contenidos de calidad que repercutan en interacciones y popularidad entre los usuarios.

Obtener éxitos en este campo no resulta fácil, debido sobre todo a una alta competitividad, pero es posible lograrlo combinando la calidad de los contenidos con la optimización de la estructura interna del sitio web y una eficaz interrelación con otros sitios y usuarios, lo que permitirá al sitio web obtener dos requerimientos fundamentales: autoridad y la relevancia (Urquizo, 2016).

La autoridad es el prestigio alcanzado por una página web ante los usuarios; cuanto más interacción tengan los usuarios con el sitio, más autoridad concede 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 (Landeiro & Galán, 2019). Ambos factores son básicos para los motores de búsqueda determinar la posición de una página u otra.



Disímiles son las herramientas que existen en el mundo cuyo objetivo es evaluar el estado de indicadores SEO en los sitios web, entre las que se encuentran las referidas en los siguientes acápite.

SEO SiteCheckup

Herramienta *online* para el análisis SEO de los sitios web, además proporciona sugerencias para poder resolver los problemas encontrados. Está solamente disponible para el idioma inglés. En la herramienta se realiza el análisis dividido en cinco categorías:

- Common SEO Issues (Problemas comunes del SEO).
- Speed optimizations (Optimización de velocidad).
- Server and Security (Servidor y seguridad).
- Mobile usability (Usabilidad móvil).
- Advanced SEO (SEO avanzado).

Esta herramienta evalúa el sitio con una calificación en base 100 dependiendo de los elementos evaluados y entrega un resumen de las correcciones de prioridad. Además permite descargar en PDF la evaluación del sitio y da la opción de registrarse para obtener acceso a una versión de prueba gratuita por 14 días.

Aunque permite evaluar un sitio web de forma gratis, el usuario debe suscribirse en algún plan para obtener un análisis SEO más detallado. Para ello debe pagarse como mínimo el plan “Básico” por un precio de 24,95 \$ mensuales donde podrá obtener 300 informes de análisis para un máximo de 3 sitios web.

Metricspot

Herramienta que permite analizar y optimizar sitios web y brinda ciertas recomendaciones a seguir para mejorar el posicionamiento de los sitios. Está disponible en 4 idiomas: español, inglés, alemán y catalá.

La herramienta se centra en diferentes aspectos de análisis agrupados en seis categorías:

- Autoridad Seo (Tráfico, Moz Rank, Backlinks)
- Seo Básico (Meta etiquetas)
- Contenido
- Usabilidad (Experiencia de usuario)



- Aspectos Técnicos

Esta herramienta permite un análisis SEO gratis de un sitio o una cuenta de Twitter por semana para aquellos usuarios que no estén registrados y ofrece un resumen del estudio del sitio web y le da una puntuación en base al grado de optimización SEO que tiene. La versión gratuita no ofrece el resultado de todos los parámetros de estudio ni permite descargar en PDF el informe.

Aunque las cuentas abiertas para unirse de manera gratuita a la herramienta están limitadas y luego pudiese necesitarse una invitación de otro usuario para abrir una cuenta, permite generar un número ilimitados de análisis durante 7 días. Para obtener un análisis SEO más detallado el usuario debe suscribirse en algún plan de pago. Para ello debe pagarse como mínimo el plan “Premium” por un precio de 14 € mensuales donde podrá obtener informes ilimitados para los sitios web que se deseen evaluar.

WooRank

Aplicación web *online* con la que se puede generar informes de sitios en los que se incluyen datos significativos sobre el estado SEO así como una lista de consejos, recomendaciones a implementar con tal de optimizar la web para conseguir mejores posiciones en los motores de búsqueda, convertir más visitas en clientes y facilitar la monitorización de competidores. Está disponible en 6 idiomas entre ellos: español, inglés, francés y portugués.

La herramienta realiza el análisis SEO dividido en 3 categorías:

- Optimizar (SEO, Datos estructurados, Móvil, Usabilidad, Tecnologías).
- Publicitar (Backlinks, Redes Sociales, Local).
- Medir (Keyword Tool, *Visitantes*).

Esta herramienta permite revisar los aciertos, equivocaciones y aspectos por mejorar pero para ver algunas de las variables que mide así como para descargar el informe SEO, el usuario debe estar suscrito en algún plan por lo que debe antes registrarse y poner los datos de la tarjeta de pago aunque disfrutará de las funcionalidades gratis durante los primeros 14 días. El plan “Pro” es el mínimo disponible por un precio de US\$59,99 al mes.

Aunque las 3 herramientas comentadas anteriormente: SEO SiteCheckup, Metricspot y Woorank, son eficaces para evaluar el estado de indicadores SEO de los sitios web, todas coinciden en que para obtener la mayoría de las opciones



el usuario debe registrarse y suscribirse a planes de pago, los cuales se efectúan en euros o dólares. Además de que estas herramientas se basan en estándares internacionales delimitados por lo que no podrían enriquecerse con la adición de aspectos necesarios para el entorno nacional cubano.

SEO WebMas: una propuesta nacional para evaluar la calidad de los sitios web

Contextualizando en Cuba, el nivel de conocimientos SEO por parte de los encargados de la creación de sitios web así como de la publicación y difusión de los contenidos es aún bajo, a pesar de que ello ha cambiado bastante desde la creación del Monitor de Sitios Web Cubano².

Muchos de los que participan en la concepción y mantenimiento de los sitios web, todavía desconocen las potencialidades que brinda un sitio bien posicionado en los resultados de búsqueda, por lo que todavía muchos sitios cubanos presentan poca visibilidad en la web por no aparecer en las primeras posiciones, lo que está dado por el insuficiente uso de técnicas SEO o la poca actualización de los contenidos, influyendo negativamente en la autoridad y relevancia de la web cubana.

A partir de esta realidad se desarrolla en la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI) la herramienta *online* SEO WebMas, la cual permite evaluar el comportamiento de un grupo de variables asociadas al posicionamiento web en buscadores además de otros aspectos como seguridad, los cuales tributan a elevar la calidad de los sitios web y su visibilidad en los buscadores. Aunque el servicio se ha centrado en la web nacional, la herramienta también está preparada para analizar sitios web extranjeros por lo que se encuentra disponible y accesible desde cualquier lugar de Internet a través de la dirección www.seowebmas.redcuba.cu.

² El Monitor de Sitios Web Cubano es un macroproyecto de la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI) iniciado en 2017 conformado por varias aplicaciones web que se integran para evaluar el estado de los sitios web nacionales. Sus especialistas realizan capacitaciones y presentaciones sobre el tema en varios espacios y son los autores del libro “Optimiza tu web. Manual de buenas prácticas para el posicionamiento web”, el cual ha servido de guía para muchos equipos de trabajos relacionados con la creación y mantenimiento de sitios web.

SEO WEBMAS



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.

Inserta la página de inicio de su sitio web

Probar Ahora

Por un período de 7 días

Ayudamos
a que sus contenidos
tengan un mejor
posicionamiento en Internet

Sus criterios
son importantes para nosotros

Principales Funcionalidades

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

- Visualice las palabras clave de su web.
- Observe el impacto de cada variable en el posicionamiento web.
- Conozca cómo mejorar cada variable.
- Obtenga un boletín del diagnóstico de su web.
- Comparta desde la herramienta su evaluación con otros usuarios.

SUSCRIBIRSE
PARTICIPACIÓN ADJ

Fig.1: Interfaz de la página de portada de la herramienta online SEO WebMas.

Actualmente se analizan alrededor de 39 indicadores indicando los aciertos, equivocaciones y aspectos por mejorar en cada uno de ellos, de esta forma el usuario puede enfocarse en la corrección que debe realizar al sitio en caso de que sea necesario.

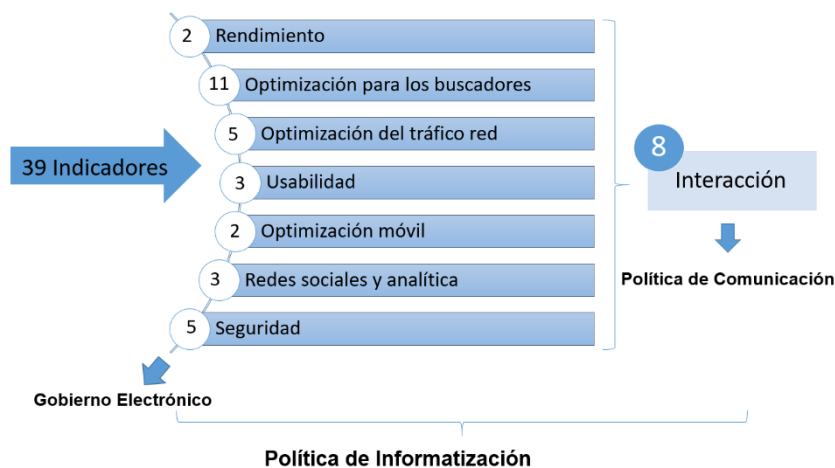


Fig.2: Grupo y cantidad de indicadores relacionados evaluados por la herramienta SEO WebMas

La misma brinda además de la evaluación de cada variable, un conjunto de datos asociados al nivel de impacto de cada una de estas, sugerencias o buenas prácticas a seguir para resolver las incidencias, entre otros aspectos para la toma de decisiones.

Aunque la herramienta permite realizar una prueba por un período de 7 días, para obtener un informe SEO detallado el usuario debe estar registrado y contar con una suscripción aprobada para la utilización de los servicios por un tiempo.

Según el plan seleccionado por el usuario: “Básico” o “Avanzado” será la cantidad de variables que pueda revisar y en el caso de este último, contará además con la posibilidad de compartir la evaluación del sitio con otros usuarios y descargar un informe en formato PDF con el diagnóstico realizado. Esta permite además ejercer valoraciones sobre la importancia que conceden los usuarios a cada variable analizada.

Aporte social y económico de la herramienta

Todos los sitios web disponibles en Internet pueden ser evaluados desde la herramienta SEO WebMas. Actualmente hacen uso del servicio *online* gobiernos provinciales, municipales Órganos y Organismos de la Administración Central del Estado (OACE), Organizaciones Superiores de Dirección Empresarial (OSDE), empresas, instituciones e incluso trabajadores por cuenta propia.

Esta se ha convertido en una herramienta de trabajo para el Ministerio de Comunicaciones en función de la implementación del gobierno electrónico que contribuye a la medición y evaluación del avance de la Informatización en el país a partir del mejoramiento de variables asociadas al posicionamiento y visibilidad de la web cubana en Internet.

Debe destacarse además que la herramienta contribuye a que el país siga avanzando en la soberanía tecnológica y constituye una alternativa nacional al no tener que pagar a plataformas foráneas y en moneda libremente convertible para realizar análisis similares, tributando de este modo a la sustitución de importaciones.

Conclusiones

De manera general es posible afirmar que actualmente SEO WebMas tiene una alta responsabilidad política y social, pues es clave en la integración de la Política de Comunicación y la Política de Informatización aprobada por el Consejo de Estado y la Asamblea del Poder Popular de Cuba, dándole cumplimiento al objetivo 52 de la Primera Conferencia Nacional del Comité Central del PCC: “Aprovechar las ventajas de las tecnologías de la información y las comunicaciones, como herramientas para el desarrollo del conocimiento, la economía y la actividad política e ideológica; exponer la imagen de Cuba y su verdad, así como combatir las acciones de subversión contra nuestro país.”

La herramienta ha contribuido al proceso de ejecución de las diferentes etapas de Gobierno y está disponible para el uso de los webmaster, desarrolladores, equipos editoriales y directivos de las diferentes entidades del país. No obstante,

la misma también está preparada para brindar el servicio a entidades extranjeras y de esa forma aportar a la economía del país.

El grupo de trabajo que ha desarrollado la herramienta, mediante el análisis y con la práctica en el uso de la misma, ha podido caracterizar aspectos de la web cubana con el fin de conocer las fortalezas y debilidades que presenta, identificar incidencias y tendencias que están presentes en la web, además de asesorar sobre el uso de buenas prácticas de posicionamiento web en el desarrollo y administración de sitios cubanos para que obtengan una mayor autoridad y relevancia en Internet.

Referencias bibliográficas

1. González, A. & Castillo, D. (2019). *Optimiza tu Web. Buenas Prácticas de Posicionamiento Web*. Ediciones Futuro. La Habana.
2. *Objetivos de trabajo del Partido Comunista de Cuba aprobados por la primera conferencia nacional* (2012). Recuperado de <http://www.granma.cu/granmad/secciones/1ra-conferencia-pcc/objetivos.html>
3. Orense, M. & Rojas, O. I. (2010). *SEO cómo triunfar en buscadores*. Segunda Edición, Madrid, ESIC Editorial, 2010. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=rJ0bIFsEcjC&pg=PA69&dq=editions:ISBN8473566904&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q=editions%3AISBN8473566904&f=false
4. Statista (26 de abril de 2021). *Cuota de mercado de los principales motores de búsqueda online a nivel mundial en 2020*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/664510/desglose-porcentual-de-las-busquedas-online-mundiales-por-buscador/>
5. Sustaeta, Á. M. (2014): *La importancia del SEO y el SEM en el emprendimiento*. (Tesis de Maestría) Universidad de Cantabria. España.
6. Urquiza, M. C. (2016). *Propuesta para incrementar la visibilidad de un sitio web aplicando técnicas de posicionamiento que permiten mejorar el ranking en los resultados de búsqueda de googles*. (Tesis de Maestría) Universidad Nacional de San Agustín. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5697/ISMurabmc.pdf?sequence=3>