

FASE 4 – DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN III**Participante:****ÁNGELA PATRICIA CEBALLOS – CC. 1047391415****Grupo No.****60****Tutor:****MARIO LUIS ÁVILA PÉREZ****Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD****Escuela Ciencias básicas, Tecnología e Ingeniería****Programa Ingeniería de Sistemas****Diseño de Sitios Web 301122****Periodo 16-04****Colombia****2021**

LINK SITIO WEB

<https://angie004.github.io/DSW-AngelaCeballos/>

LINK REPOSITORIO

<https://github.com/Angie004/DSW-AngelaCeballos.git>

SITIOS RESPONSIVOS CON MEDIA QUERIES

El diseño de sitios web responsivos ha tenido una gran importancia desde hace muchos años, de hecho, muchos años hacia atrás ya estaba totalmente claro su utilidad, valor y aporte a los sitios web. Esto se evidencia en estas declaraciones:

Su importancia se debe a que es un método de producción de sitios web, orientado a la adaptación de los contenidos en las diferentes áreas de despliegue de los navegadores y a las formas de interacción en dispositivos portátiles. Identifica algunas propiedades del medio en que se despliega la información: tamaño, orientación, funcionalidad y características de interacción para determinar el acomodo inmediato y automatizado de los elementos; aprovechando las características esenciales del dispositivo. (Labrada E. & Salgado C., 2013)

Sin embargo, en la constante expansión de los dispositivos móviles y en su dominancia del mercado actual han cambiado muchas cosas. Pues si bien en las palabras de Labrada E. & Salgado C. (2013) se detalla este crecimiento que no se tenía manera de saber que sería tan grande en los siguientes años, también se deja ver que el diseño de sitios web responsivos era considerado una innovación:

En las últimas décadas, el crecimiento y expansión de sistemas móviles y tabletas ha impactado en diversas áreas. Tal es el caso de la producción de sitios en Internet que busca métodos de innovación con soluciones efectivas para presentar los contenidos en dispositivos portátiles, considerando su diversificación y sus distintas formas de interacción.

Actualmente, los sitios web responsivos lejos de ser una innovación, son una absoluta necesidad y obligación si se desea al menos iniciar con el pie derecho el camino al éxito de un sitio web.

Una de las maneras para conseguir esto es a través de las media queries (en español "consultas de medios") de CSS, que consisten en consultas sobre las condiciones del dispositivo en el que está siendo ejecutado el sitio y, dependiendo de ello, así ejecutar ciertas características. Un ejemplo de esto sería: `@media (min-width: 700px) { ... }`. Algunas de las características que se pueden consultar con media queries son: width, height, device-width, orientation, resolution, scan, grid, entre otras.

Esto es una gran ventaja ya que, como podemos ver, nos permite datos tan relevantes como la orientación del dispositivo, lo que cambiaría totalmente el tamaño de la pantalla en donde se está mostrando el sitio y por ende cambiando en su totalidad la distribución del contenido.

MEDIDAS PARA MEJORAR EL SEO

SEO significa Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda) y, como explica André Mousinho (2020): "Se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en una página web para que aparezca orgánicamente en buscadores de Internet", es decir, "todas aquellas acciones que puedes tomar dentro o fuera de tu sitio web para optimizar su posicionamiento en los buscadores de forma orgánica. Este último punto es clave dado que orgánico quiere decir "no pago"."

Esto es sumamente importante y puede hacer la diferencia entre el éxito y el fracaso de un sitio web y su propósito ya que consiste en "hacernos ver" en el enorme mar de información y contenido que es el internet donde millones de productos iguales o similares al nuestro se están vendiendo y se depende del SEO para que los interesados vean el nuestro entre ellos.

Algunas de estas técnicas son: palabras claves (keywords) que indiquen nuestro sitio a los motores de búsqueda, para esto se debe conocer qué preguntarán los usuarios al buscador para así coincidir con esas búsquedas; herramientas que analizan los datos tales como Google Analytics, para conocer mejor cómo se está y a qué se enfrenta la empresa en el mercado; marcar el atributo alt de las imágenes para que el buscador entienda mejor su relación con el contenido y así mismo favorecer su indexación y posicionamiento por parte de los motores de búsqueda, como indica Porras M. (2019), gerente de SEO y SEM en Yungle Marketing; otro punto importante es hacer url's y contenido amigable. Todo lo anterior, entre muchos otros puntos, con el fin de no olvidar que: "cada vez hay una mayor competencia en el entorno online y resulta necesario diferenciarse y llevar a cabo acciones de marketing online que permitan potenciar la marca frente al resto" (Porras M., 2019).

Un punto importante a destacar es no confundir el SEO con el SEM, ya que el primero, como se explicó en un inicio, se refiere al posicionamiento no pago a través de técnicas y estrategias previamente estudiadas y seleccionadas (las que se adapten mejor a cada caso), mientras que el segundo se trata de posicionamiento pago, tales como anuncios y campañas publicitarias que pagas para que sean mostradas al usuario.

MEDIDAS SEO APLICADAS A MI SITIO

Para los sitios web que he diseñado en esta fase y en las anteriores, he implementado las siguientes medidas SEO con el fin de mejorar su visualización y posicionamiento:

- 1)** Imágenes amigables y descritas: Se le agregó atributo alt a todas las imágenes con el fin de que los buscadores puedan reconocer lo que ellas están mostrando e indexarlas. Otro punto importante de esto es que las imágenes con alt, este puede ser leído por los dispositivos de las personas que no pueden ver, por lo que agrega más público a ellas y añade inclusividad al sitio. Igualmente se corrigió el nombre de una de las imágenes que no estaba claro y tenía palabras innecesarias.

- 2)** Se corrigieron algunos títulos de las páginas con el fin de tener más claras y con más peso las palabras claves de cada una de ellas; seleccionando aquellas que tienen más posibilidades de ser las usadas por las personas en sus búsquedas sobre el tema. También se revisaron los textos para tener dichas palabras claras, especialmente los de las etiquetas H1 y H2 ya que los buscadores como Google las consideran de mayor importancia y les tiene más en cuenta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CSS media queries. Developer.mozilla.org. (2021).
https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/CSS/Media_Queries/Using_media_queries
- Labrada, E., & Salgado, C. (2013). *DISEÑO WEB ADAPTATIVO O RESPONSIVO* [Ebook]. Ru.tic.unam.mx.
https://www.ru.tic.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2097/art07_2013.pdf?sequ
- Mousinho, A. (2020). SEO: la guía completa para que conquistes la cima de Google en el 2021 [Blog].
<https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/>
- Porras, M. (2019). ¡10 claves de toda estrategia SEO de éxito! [Blog].
<https://es.semrush.com/blog/estrategia-seo-exito-claves/>
- Qué son las media queries en los diseños web responsive. (2016). [Blog].
<https://blog.inerciadigital.com/2016/11/14/media-queries-disenos-web-responsive/>