Guía básica para elaborar la **Documentación de un Sitio Web**

El objetivo de escribir la *Documentación de un Sitio Web* es describir, detalladamente, todos los aspectos relacionados con un Proyecto Web, especialmente en lo que se refiere a su ***Diseño Web***, acciones de ***Marketing*** y ***Monetización***. Por tanto, es un documento que deberá ser actualizado a medida que el proyecto evolucione en el tiempo, o dicho de otro modo, mientras el Sitio Web esté vivo.

En esta guía básica se describen, brevemente, los apartados que deberían/podrían formar parte de dicha documentación.

**Índice**

[1 DESCRIPCIÓN GENERAL 3](#__RefHeading___Toc1590_2164513039)

[1.1 Introducción 3](#__RefHeading___Toc1522_2164513039)

[1.2 Estudio de la competencia 4](#__RefHeading___Toc1524_2164513039)

[1.3 Contenidos y estructura del sitio web 4](#__RefHeading___Toc1526_2164513039)

[1.4 Nombre del dominio 4](#__RefHeading___Toc1528_2164513039)

[1.5 Proveedor de servicios de Internet (PSI) 5](#__RefHeading___Toc1530_2164513039)

[1.6 Plan de alojamiento 5](#__RefHeading___Toc1532_2164513039)

[1.7 Cuentas de correo electrónico 5](#__RefHeading___Toc1534_2164513039)

[1.8 Cuentas de FTP 5](#__RefHeading___Toc1536_2164513039)

[1.9 Perfiles sociales en Internet 5](#__RefHeading___Toc1538_2164513039)

[2 DISEÑO WEB 7](#__RefHeading___Toc1604_2164513039)

[2.1 Aspectos generales 7](#__RefHeading___Toc1540_2164513039)

[2.2 Recursos para webmasters 7](#__RefHeading___Toc1542_2164513039)

[2.3 Palabras clave 7](#__RefHeading___Toc1544_2164513039)

[2.4 URLs 7](#__RefHeading___Toc1546_2164513039)

[2.5 Imágenes 8](#__RefHeading___Toc1548_2164513039)

[2.6 Favicon 8](#__RefHeading___Toc1550_2164513039)

[2.7 Páginas de error 8](#__RefHeading___Toc1552_2164513039)

[2.8 Estadísticas de visitas 8](#__RefHeading___Toc1554_2164513039)

[3 MARKETING OFF Y ONLINE 9](#__RefHeading___Toc1602_2164513039)

[3.1 Objetivos generales 9](#__RefHeading___Toc1556_2164513039)

[3.2 Search Engine Optimization (SEO) 9](#__RefHeading___Toc1558_2164513039)

[3.3 Enlaces entrantes (popularidad) 9](#__RefHeading___Toc1560_2164513039)

[3.4 Social Media Optimization (SMO) 9](#__RefHeading___Toc1562_2164513039)

[3.5 Search Engine Marketing (SEM) 9](#__RefHeading___Toc1564_2164513039)

[3.6 Online Reputation Management (ORM) 10](#__RefHeading___Toc1566_2164513039)

[3.7 Otras acciones de Marketing Online 10](#__RefHeading___Toc1568_2164513039)

[3.8 Marketing Offline 10](#__RefHeading___Toc1570_2164513039)

[4 MONETIZACIÓN 11](#__RefHeading___Toc1600_2164513039)

[4.1 Fuentes de ingresos 11](#__RefHeading___Toc1572_2164513039)

[4.2 Formas de cobro 11](#__RefHeading___Toc1574_2164513039)

[4.3 Venta online de productos y/o servicios 11](#__RefHeading___Toc1576_2164513039)

[4.4 Ingresos por publicidad 11](#__RefHeading___Toc1578_2164513039)

[4.5 Sistemas de afiliados 11](#__RefHeading___Toc1580_2164513039)

[4.7 Otras fuentes de ingresos 11](#__RefHeading___Toc1582_2164513039)

[5 RECURSOS 12](#__RefHeading___Toc1598_2164513039)

[5.1 Herramientas de software 12](#__RefHeading___Toc1584_2164513039)

[5.2 Sitios Web, Blogs, Foros, etc. en Internet 12](#__RefHeading___Toc1586_2164513039)

[5.3 Bibliografía 12](#__RefHeading___Toc1588_2164513039)

[6 CONCLUSIONES 13](#__RefHeading___Toc1592_2164513039)

[7 GLOSARIO 14](#__RefHeading___Toc1596_2164513039)

[8 ANEXOS 14](#__RefHeading___Toc1594_2164513039)

# **1 DESCRIPCIÓN GENERAL**

## 1.1 Introducción

Descripción del proyecto:

Ámbito del proyecto.

Datos de la empresa, organización, persona, etc. que está detrás del proyecto.

Objetivos: darse a conocer, informar, ganar dinero con publicidad.

Relación de productos/servicios que la empresa comercializa.

Público objetivo al que van destinados dichos productos/servicios.

…

***Ejemplo - Respecto a la Web de …***

*Inicialmente, en septiembre de 2006, el objetivo principal de este proyecto era crear un Sitio Web para dar a conocer el libro Empezar de cero a programar en lenguaje C escrito por Carlos Pes. Sin embargo, pensando principalmente en que más adelante quizás el autor escribiese otros libros, se decidió desarrollar un espacio web del autor y, desde allí, dar a conocer dicho libro y posibles publicaciones futuras.*

*http://www.carlospes.com/*

*Dado que el libro Empezar de cero a programar en lenguaje C es autoeditado y distribuido por el propio autor a distintas librerías, otro objetivo importante inicial, fue crear un apartado para informar de las librerías colaboradoras con Carlos Pes, en donde los interesados puedan comprar el libro.*

*http://www.carlospes.com/librerias.php*

*Por otra parte, otra sección del sitio, a la que se dio mucha importancia desde el principio, es la que se refiere al material adicional del libro de lenguaje C, en donde los lectores del mismo pueden acceder a una gran cantidad de recursos gratuitos: apuntes y resúmenes del contenido del libro, soluciones a los ejercicios propuestos, código fuente de todos los ejemplos y ejercicios, etcétera.*

*http://www.carlospes.com/libro\_edc\_lenguajec/material\_adicional.php*

*Posteriormente, añadiéndole nuevas secciones (artículos, cursos, guías de uso, bibliotecas,...), el proyecto evolucionó hasta convertirse en lo que es hoy en día.*

*http://www.carlospes.com/articulos/*

*http://www.carlospes.com/cursos.php*

*http://www.carlospes.com/guias\_basicas\_de\_uso/*

*http://www.carlospes.com/bibliotecas.php*

*Además, se han ido creando perfiles en distintas redes sociales, entre las que cabe destacar:*

*Facebook, SlideShare y Twitter.*

*http://www.facebook.com/CarlosPesCom*

*http://www.slideshare.net/carlospesrivas*

*http://twitter.com/carlospes*

*Para ganar dinero a través de otras fuentes de ingresos, además de la venta del libro en las librerías, se han ido probando, incorporando y descartando distintos sistemas de monetización web, a lo largo del tiempo. En este aspecto, actualmente, la publicidad incorporada por medio de Google AdSense es la mayor fuente de ingresos del Sitio Web.*

## 1.2 Estudio de la competencia

Buscar y analizar sitios webs del mismo sector.

Describir herramientas utilizadas para ello, tales como:

**Alexa:** http://www.alexa.com/

**Alertas de Google:** http://www.google.com/alerts

**Archive.org:** http://www.archive.org/

**Yahoo! Site Explorer:** http://siteexplorer.search.yahoo.com/

## **1.3 Contenidos y estructura del sitio web**

Describir las distintas secciones:

* Blog
* Web corporativa
* Foro
* Galería de imágenes
* Tienda virtual
* Formularios de contacto
* …

## 1.4 Nombre del dominio

surwebvirginiasantos.blogspot.com

Investigación de dicho nombre como dominio, procedimiento y coste para registrarlo.

## 1.5 Proveedor de servicios de Internet (PSI)

Nombrar el PSI escogido y por qué.

Nombrar el PSI recomendado para renovar los servicios en un futuro. Explicar los factores tenidos en cuenta, por ejemplo:

Relación calidad/precio.

Regalo de bono de Google AdWords.

…

## 1.6 Plan de alojamiento

Explicar las características del plan de alojamiento (*hosting*) escogido.

Coste de mantenimiento.

## 1.7 Cuentas de correo electrónico

Enumerar las cuentas de correo creadas y/o asociadas al sitio web y explicar su funcionalidad, ya sean del propio dominio o externas:

info@tu-sitio-web.com   
contactar@tu-sitio-web.com   
nombre-de-tu-empresa@gmail.com   
nombre-de-tu-empresa@hotmail.com   
…

## **1.8 Cuentas de FTP**

Indicar las cuentas de FTP creadas y su utilidad.

## 1.9 Perfiles sociales en Internet

Enumerar todos los perfiles sociales asociados al Sitio Web.

**Ejemplo - Respecto a la Web**

Algunos perfiles son:

**Delicious:** http://www.delicious.com/

**Facebook:** http://www.facebook.com

**FriendFeed:** http://friendfeed.com

**Flickr:** http://www.flickr.com/photos

**Google:** http://www.google.com/

**LinkedIn:** http://es.linkedin.com/in/

**SlideShare:** http://www.slideshare.net

**Twitter:** http://twitter.com/

**Xing:** http://www.xing.com/profile/

# **2 DISEÑO WEB**

## 2.1 Aspectos generales

Indicar tecnologías y/o lenguajes de programación web utilizados:

HTML

PHP

JavaScript

CSS

…

Indicar aplicaciones utilizadas:

VisualStudioCode

Wordpress

PhpMyAdmin

Gimp

Drupal o Joomla

…

## 2.2 Recursos para webmasters

Indicar y explicar el uso que se hace de herramientas, tales como:

**Herramientas de Google para webmasters:**

http://www.google.com/webmasters/tools/

…

Realizar capturas de pantalla en donde mostrar la incidencia que han tenido las acciones realizadas.

## 2.3 Palabras clave

Hacer una relación de las palabras clave más importantes del sitio web y describir cómo se han potenciado. Por ejemplo, mediante las etiquetas "title", "keywords", etc.

## 2.4 URLs

Describir las URLs formadas y explicar por qué son adecuadas:

Sin tildes   
Sin espacios   
Sin “ñ”   
…

## 2.5 Imágenes

Enumerar las imágenes del sitio web y explicar su importancia.

Explicar el uso que se ha hecho de la propiedad "alt".

Hablar del peso de las imágenes.

## 2.6 Favicon

Mostrar su diseño, origen, significado e indicar su ubicación.

## 2.7 Páginas de error

Indicar las páginas de error contempladas y mostrar capturas de pantalla.

## 2.8 Estadísticas de visitas

Indicar y explicar el uso que se hace de las herramientas utilizadas para analizar el tráfico de visitas del Sitio Web, tales como:

**Google Analytics:** http://www.google.com/analytics/

…

Mostrar gráficas, informes, etc.

Mostrar capturas de pantalla de la evolución de las visitas y explicar la repercusión que han tenido las acciones relacionadas con conseguir enlaces entrantes, en el apartado 3.3.

# **3 MARKETING OFF Y ONLINE**

## 3.1 Objetivos generales

Indicar los objetivos que se persiguen y los recursos que se van a utilizar para ello.

Por ejemplo:

Ubicar "tu empresa" en *Google Maps* mediante *Google Places*.

http://www.google.com/places

## 3.2 Search Engine Optimization (SEO)

Describir todas las acciones SEO realizadas, haciendo referencia también a otros apartados. Por ejemplo, lo realizado en el apartado 3.3 es una acción que persigue el posicionamiento en buscadores.

Entre las acciones SEO realizadas podemos describir:

Uso de meta-etiquetas: “title”, “description”,…

Uso de las Herramientas de Google para Webmasters, en donde se ha subido el sitemap.

…

## 3.3 Enlaces entrantes (popularidad)

Describir la estrategia desarrollada para conseguir enlaces entrantes (recíprocos o no) desde:

Directorios

Blogs

Foros

Otros Sitios Web.

…

## 3.4 Social Media Optimization (SMO)

Describir dónde debemos estar y la estrategia a seguir.   
Describir las acciones realizadas en este sentido. Por ejemplo:   
Reservar perfiles en distintas redes sociales (aunque no se vayan a utilizar de momento).

…

## 3.5 Search Engine Marketing (SEM)

Describir qué plataformas, herramientas y/o estrategias se van a desarrollar.   
  
Describir acciones realizadas. Por ejemplo, uso de *Google AdWords*, mostrando alguna captura de pantalla en donde se pueda ver el anuncio de la campaña puesta en marcha, estadísticas de impresiones realizadas y clicks obtenidos, palabras clave por las que se han mostrado los anuncios,…

## 3.6 Online Reputation Management (ORM)

Describir de qué forma se va a gestionar la reputación online del Sitio Web, de la empresa, de la marca, de los productos o servicios que ofrecemos, etc.

Enumerar acciones que se van a poner en marcha o ya se están realizando para gestionar la reputación online de tu marca y/o Sitio Web. Por ejemplo:

Crear una *Alerta de Google* con el nombre del dominio de nuestro Sitio Web.

…

## 3.7 Otras acciones de Marketing Online

Describir otras acciones de marketing online realizadas, como por ejemplo:

Comprar enlaces.   
Crear un sistema de afiliados.   
…

## 3.8 Marketing Offline

Describir si se van a hacer anuncios en:

Prensa   
Radio   
Televisión   
…

También, se puede mostrar la URL de Sitio Web en:

Tarjetas de visita.   
Camisetas.   
Vehículos de la empresa.   
Bolígrafos.   
…

Incluir imágenes de tarjetas de visita, carteles, bolsas, vehículos, etc. en donde sea posible incluir “www.mi-sitio-web.es” ahora mismo o en un futuro.

# **4 MONETIZACIÓN**

## 4.1 Fuentes de ingresos

Descripción general de las distintas fuentes de ingresos posibles a través del Sitio Web. Si se piensa utilizar más adelante, especificar cuáles.

## 4.2 Formas de cobro

Indicar los posibles métodos de pago del cliente para comprar nuestros productos o servicios:

Tarjeta de crédito   
Transferencia bancaria   
…

## 4.3 Venta online de productos y/o servicios

Describir los distintos productos/servicios que pueden ser comprados a través del Sitio Web.

## 4.4 Ingresos por publicidad

Describir y enumerar los distintos sistemas de publicidad incorporados al sitio web, por ejemplo:

**Google AdSense:** http://www.google.com/adsense

**Mooxar:** http://www.mooxar.com/

## 4.5 Sistemas de afiliados

Enumerar los distintos sistemas de afiliados incorporados al Sitio Web.

## 4.6 Venta de enlaces

Describir y enumerar los ingresos generados por la venta de enlaces en el Sitio Web.

Indicar si se utilizan sistemas de enlaces gestionados por terceros, tales como:

**LinkLift:** http://www.linklift.com/   
**Exponsor:** http://www.exponsor.com/   
**Text Link Ads:** http://www.text-link-ads.com/   
…

## 4.7 Otras fuentes de ingresos

Describir y enumerar otros posibles ingresos, por ejemplo:   
Donaciones.   
…

# **5 RECURSOS**

## 5.1 Herramientas de software

Enumerar todo el software utilizado. Por ejemplo:

**Nvu:** http://www.nvu.com/, http://net2.com/nvu/

**XAMPP:** http://www.apachefriends.org/es/xampp.html

…

Y explicar cual ha sido su utilidad.

## 5.2 Sitios Web, Blogs, Foros, etc. en Internet

Enumerar las URLs con información o documentación relacionadas con el proyecto:   
  
Blogs   
Foros   
Vídeos   
Archivos PDF   
…

Por ejemplo:   
**Apuntes de HTML del profesor**Teoría y ejercicios.   
http://www.fdi.ucm.es/profesor/luis/HTML   
  
**Centro para webmasters de Google**   
Herramientas, blog, foro y centro de asistencia para webmasters.   
http://www.google.es/webmasters/

## 5.3 Bibliografía

Listado de libros relacionados con el proyecto. Por ejemplo:   
  
**Posicionamiento en buscadores.**Fernando Maciá Domene y Javier Gosende Grela.   
ANAYA Multimedia (2008)   
ISBN 978-84-415-2509-2   
http://www.librodeposicionamientoenbuscadores.com/

# **6 CONCLUSIONES**

Explicar cómo ha sido el desarrollo del proyecto, qué partes han sido más fáciles o más difíciles y por qué.   
  
Indicar qué aspectos del proyecto se podrían mejorar en un futuro. Por ejemplo:   
  
Desarrollo de un blog.   
Crear nuevas secciones.   
Ampliar campañas de publicidad.   
…

Analizar los resultados obtenidos con la aplicación de las técnicas de marketing online llevadas a cabo e indicar las repercusiones que han tenido. Por ejemplo:   
  
Mejora de la reputación online de la marca.   
Aumento de tráfico Web.   
…

# **7 GLOSARIO**

Explicar los conceptos técnicos utilizados en el texto. Por ejemplo:   
  
**PageRank:** es el sistema de Google para medir la importancia de una página web.

**URL** *(Uniform Resource Locator):* Localizar Uniforme de Recursos. Hace

referencia a una dirección Web.   
  
…

# **8 ANEXOS**

Enumerar todos los anexos que acompañan al proyecto, en un CD:   
  
Archivos PDF   
Vídeos   
Presentaciones   
…

Por ejemplo:   
  
ANEXO 1 Vídeo explicativo de SEO.   
ANEXO 2 Documento (.pdf) de información corporativa de la empresa.   
ANEXO 3 Tutorial de SEM.   
…