



Diseño de Interfaz Web



HTML

estructura general y etiquetas principales

`<!DOCTYPE html>`

Declaración de Tipo de Documento (Document Type Definition)

Debe ser la primer declaración del documento
(declara como será la sintaxis del documento)

Cuando el código ya avanzando o terminado se valida para comprobar que este correcto (todas las etiquetas cerradas, etc.) la forma de validación será en función de lo declarado en el tipo de documento

`<!DOCTYPE html>`

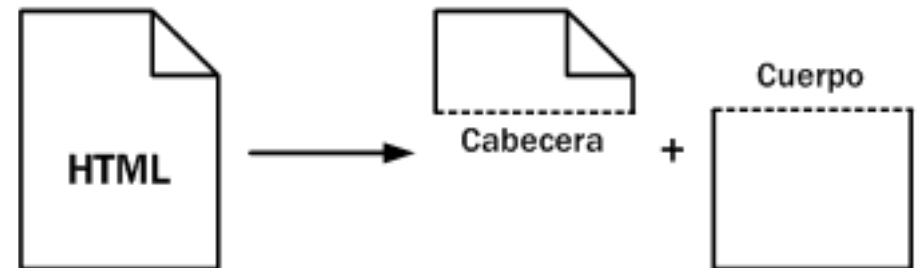
Indica al navegador que la **versión** del documento es HTML 5, y esto permite hacer uso de etiquetas y atributos adecuados para la versión.

Las páginas deben tener **código compatible** con la mayoría de las tecnologías y navegadores para poder ser interpretadas, por eso tenemos que trabajar con documentos HTML válidos.

<http://validator.w3.org/>

¿Cómo es la estructura de un documento HTML?

```
<!DOCTYPE html>  
<html>  
  <head>  
  </head>  
  <body>  
  </body>  
</html>
```



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

Mejora la comprensibilidad de los contenidos al hacer explícito el idioma de las páginas.

Los lectores de pantalla pueden cargar las reglas de pronunciación correctas.

Navegadores visuales pueden mostrar caracteres y guiones correctamente.

http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_639-1

```
<head>  
</head>
```

Aquí va la información que se necesita para que la página funcione, no la ve el usuario.

Sólo se ve el título. Es muy importante, entre otras cosas sirve para los **motores de búsqueda**.

<head>

`<!--etiquetas meta-->`

`<meta charset="UTF-8">`

`<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">`

`<meta name="description" content="este sitio contiene información...">`

`<meta name="author" content="nombre y e-mail">`

`<!--etiquetas título-->`

`<title>Título del documento</title>`

`<!--recursos enlazados (CSS, JavaScript)-->`

</head>


```
<meta charset="UTF-8">
```

Indica la **codificación de caracteres** utilizada (charset).

Es importante que se coloque justo después de la apertura de la etiqueta <head> para asegurarnos que el navegador conocerá la codificación de caracteres utilizada antes de que comience a procesar las etiquetas.

¿Qué son las meta tags?

Información incluida en las páginas web que no es vista directamente por el usuario.

Se utilizan para proporcionar información a los navegadores y buscadores de forma que les ayude a **interpretar mejor la página**.

Se escriben en lenguaje HTML dentro del propio documento web.

Importantes a nivel **SEO** por su **capacidad para afectar al comportamiento de los buscadores**, aportando información sobre por qué páginas debería posicionar una web, dando una descripción de la misma o bloqueando el acceso o indexación de la web por parte de los robots de los buscadores.

Son sólo una diminuta pieza del engranaje del SEO.

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
```

Solo debe usarse en **sitios responsive**

width=device-width

El tamaño de la página debe ser como el del dispositivo en que se muestra.

initial-scale=1.0

La página debe mostrarse inicialmente a escala real, sin hacer zoom.

```
<meta name="description" content="Redacta una descripción del producto o servicios que ofreces volviendo a utilizar palabras claves. Unos 200 caracteres">
```

Decirle al usuario **de qué trata la página**. Si no se completa, queda en manos del buscador la selección de un fragmento del texto de la página.

Atrae visitas desde el buscador. La clave es adornar el texto para hacerlo más persuasivo. Sin falsear ni exagerar.

Contribuye al SEO

```
<meta name="keywords" content="palabras  
claves separadas por comas, introduce frases  
cortas de dos o más palabras. Unos 1000  
caracteres.">
```

En los primeros tiempos del marketing en buscadores, las palabras que aparecían en la etiqueta meta keywords eran útiles para ganar relevancia y mejores posiciones en los rankings.

HOY LAS META KEYWORDS SON OBSOLETAS

Hoy se maneja con técnicas de SEO.

Prima el contenido, las visitas, que sea responsive, etc.

Algunas empresas invierten dinero en SEM (Search Engine Marketing)

LA MEJOR MANERA DE POSICIONAR BIEN ES TENER UN BUEN CONTENIDO

Palabras claves, etiquetas semánticas,
interconexiones, buena experiencia de usuario

Aprende a utilizar **sinónimos** y términos relacionados con tus "**keywords**", de esta forma evitarás repetirlos tan a menudo, y te posicionarás por más palabras clave secundarias.

Los **enlaces internos**, aquellos que apuntan a páginas dentro de tu propia web, también pueden ayudarte a posicionar.

Los **enlaces externos**, siempre que sean útiles, proporcionan una mejor experiencia al usuario, y esto es un signo positivo para Google.

```
<meta name="author" content="Persona">
```

```
<title>título de tu página web utilizando  
palabras claves importantes, de 40 a 60  
caracteres recomendados, no más de 15  
palabras</title>
```

El título debe ser **único para cada página**, no se repite en el sitio.

Generalmente se muestra en la parte superior del navegador, en la pestaña o en título de la pantalla o ventana.

Página actual | Sitio al que corresponde

```
<meta name="robots" content="NOINDEX">
```

Sirve para **personalizar el comportamiento de robots de indexación**, a la hora de procesar nuestra página web.

Cada una de las páginas puede tener una declaración de la etiqueta meta de robots distinta, con la que podemos definir de manera independiente cómo se trata cada una de las páginas del sitio.

Tantas como deseamos, separadas por comas.

INDEX / NOINDEX

Si se desea o no permitir la indexación de la página por los motores de búsqueda

FOLLOW / NOFOLLOW

Si se debe o no permitir a los motores de búsqueda recorrer la web a través de los enlaces que encuentre en el cuerpo del documento

ARCHIVE / NOARCHIVE

Si deseamos o no que el motor de búsqueda archive el contenido del sitio web en su caché interna.

Si decimos que no archive la página, no debería mostrar ese enlace de caché

SNIPPET / NOSNIPPET

Que el motor de búsqueda no muestre ninguna descripción de un sitio, sólo su título

NOSNIPPET automáticamente define un NOARCHIVE, por lo que la página tampoco se mostrará en caché

Para que tu página salga en los resultados los robots de Google deben encontrarla y clasificarla.

Estos "robots" (o "bots") son programas automatizados que leen, extraen y archivan el contenido de las páginas.

Su misión es recorrer Internet rastreando todos los enlaces que puedan encontrar, con el objetivo de localizar páginas nuevas, y re-visitar las que ya están indexadas por si tienen contenidos nuevos.

Si los robots de rastreo no consiguen encontrar tu página, o no consiguen indexarla, no saldrás en Google.

Debido a que los robots no pueden leer con facilidad los contenidos creados con Flash, Java o AJAX no es recomendable que utilices estas tecnologías si quieres que tus contenidos sean indexados.

COMO ESTRUCTURAR TU WEB PARA CONSEGUIR UN BUEN POSICIONAMIENTO SEO



URLs amigables

Hay que utilizar URLS que esten en un **formato legible** y fácil de recordar, como por ejemplo:

<http://www.tienda-online.com/calzado-infantil/botas-nino-velcro>



Navegación interna

Alejarte del **menú horizontal estándar** puede provocar que sea mas difícil indexar tu web.

Colocar imágenes en el menú hará que las páginas de destino sean **invisibles** para los buscadores.

CONSEGUIR CLICKS EN TUS PÁGINAS

META-TAGS



con mensaje persuasivo y palabras clave

70 caracteres

META-ETIQUETA-TITLE de google

155 caracteres

META-ETIQUETA-DESCRIPTION de google

SELECCIONA

LAS KEYWORD A POSICIONAR

Incluye palabras clave **relevantes y relacionadas** con la palabra clave principal en:

1. Etiquetas **Meta-Title y Meta-Description**.
2. **Anchor text** de enlaces.
3. Etiquetas **H1,H2,H3 y H4**.
4. Textos en **negrita y cursiva**.
5. **Enlaces** internos.
6. **Textos** de la página.
7. Nombre de imágenes, etiquetas **Alt y Title** en las imágenes.
8. Nombres de vídeos, etiqueta **Title** en los vídeos.

LA VELOCIDAD DE CARGA

afecta directamente al SEO y la tasa de conversión

ARCHIVOS FUNDAMENTALES DE TU WEB

SITEMAPS.XML

Es un mapa o árbol con todas las páginas que forman tu sitio web y es imprescindible, independientemente de lo que tengas

ROBOTS.TXT

Este archivo deberá estar situado en el directorio raíz de tu web y define qué páginas o directorios de tu web no quieres que sean indexados por Google

CONTENIDO DUPLICADO ¿COMO SE SOLUCIONA?

Rel canonical

La etiqueta ***“rel canonical”*** indica a Google que esa página es la **versión original** y la que debe de tener en cuenta, obviando **cualquier otra versión** de la misma página y accesible por otra URL diferente.

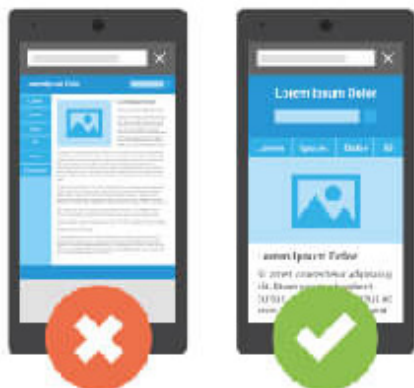
USABILIDAD UN FACTOR SEO ESENCIAL



Con un uso cada vez mayor de **dispositivos móviles y tablets**, la **experiencia de usuario** se ha convertido en un factor decisivo para Google a la hora de determinar si un sitio web **es de calidad** y merece estar en las **primeras posiciones**

MOBILE FRIENDLY

que tu sitio web sea accesible desde cualquier dispositivo. Responsive.



USA CÓDIGO LIMPIO

estructurado y libre de errores



AUMENTA CALIDAD

del contenido de tu sitio web

Google utiliza estos indicadores para medir la calidad:

- 1 *Baja tasa de rebote*
- 2 *Los usuarios hacen scroll y click en los enlaces*
- 3 *El tiempo de permanencia medio de los usuarios es elevado*

VIGILA EL USO DE

popups y publicidad intrusiva



MEJORA EL RENDIMIENTO Y LA OPTIMIZACIÓN GENERAL DE TU WEB

1 Hosting de calidad

Asegúrate de que tu sitio web se aloja en un hosting de calidad tu servidor debería de estar situado físicamente en el país en dónde quieres posicionarte. La recomendación es que utilices un hosting dedicado o privado virtual -VPS.

2 Error 404

Un error 404 se produce cuando Google detecta que en tu web existen enlaces que llevan a páginas que ya no existen ya sea porque se ha cambiado el nombre del recurso, se ha borrado o simplemente el enlace está mal escrito. Solúcionalo.

LEGIBILIDAD EL SEO DEL FUTURO

La legibilidad no hace referencia únicamente a que el texto se encuentre libre de **faltas ortográficas y gramaticales**.

Legibilidad implica que tu contenido **pueda ser leído o consumido** por una audiencia lo **más amplia posible**, con un lenguaje y estructuras **sencillas**.

CONTENIDO NUEVO, LA CLAVE PARA AUMENTAR EL TRÁFICO Y POSICIONAMIENTO DE TU WEB



Utiliza las redes sociales
para dar difusión a tu contenido



Utiliza los agregadores de blogs
para conseguir backlinks de alta calidad

`<body>`
`</body>`

Aquí va el contenido de la página, lo que ve el usuario.

Lo que no este en el body, en la mayoría de los navegadores no se ve.

Todos los documentos tienen body excepto los documentos hechos de marcos-frames.

¿Cómo es una etiqueta HTML?

La mayoría son elementos **con etiqueta de apertura y cierre**

`<AbreEtiqueta>`

 Acá va el contenido

`</CierraEtiqueta>`

`<body>`

 Acá van todos los elementos visibles de la página.

`</body>`

¿Cómo es una etiqueta HTML?

Otras solo se abren y **no requieren etiqueta de cierre.**

```

```

```
<link><meta><input>
```

¿Cómo es una etiqueta HTML?

Cada etiqueta puede tener atributos y definen las características de la etiqueta:
class, id, title, etc.

Los atributos que indican apariencia no se recomiendan, se deben establecer por fuera del html.

Ejemplo no recomendado:

```

```


¿Cómo es una etiqueta HTML?

Los elementos que colocamos en el body se hacen a través de etiquetas.

```
<p>párrafo</p>
```

```
<h1>encabezado grande</h1>
```

```
<h2>encabezado no tan grande</h2>
```

```
.....
```

```
<h6></h6>
```

```
<!-- comentario invisible en html-->
```

Virtudes de HTML 5

- . **Subir y reproducir videos** en línea sin necesidad de un plugin para poder hacerlo
- . Crear **animaciones usando solamente código y no Flash**
- . Nuevas **etiquetas semánticas*** que ayudan a los motores de búsqueda
- . Nuevos atributos que facilitan **validaciones**

¿Qué son las etiquetas semánticas?

Indican **qué es el contenido que contienen**, NO cómo se debe formatear.

SEMÁNTICAS

``

``

`<hr>`

NO SEMÁNTICAS

``

`<i></i>`

`<u></u>*`

`
`

*Obsoleta para HTML 5

Las etiquetas semánticas + estilos CSS pueden crear algunos efectos deseados, pero debemos tener presente que una misma línea de código debe **"visualizarse" o entenderse de la misma manera en un navegador que soporte CSS, como en uno que no sea vean los estilos.**

Tipos de etiquetas

<https://websitesetup.org/html5-periodical-table/>

