

Evaluación SIBW

Ejercicios propuestos



Román Larrosa Lewandowska
mayo 2020

1. Introducción

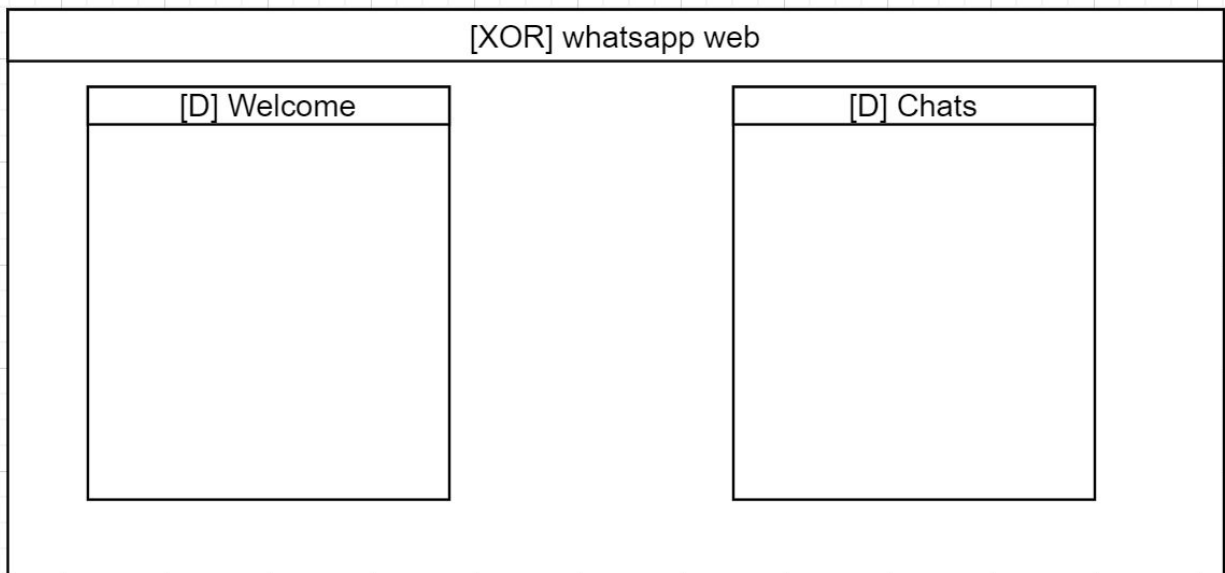
En el siguiente documento se muestran los dos ejercicios propuestos para la evaluación de la parte teórica de la asignatura Sistemas de Información Basados en Web (SIBW).

- **Ejercicio 1: Diseño de la estructura de un sitio web: IFML**
- **Ejercicio 2: “Ampliación” sobre algún tema relacionado con la asignatura**

2. Ejercicio 1:

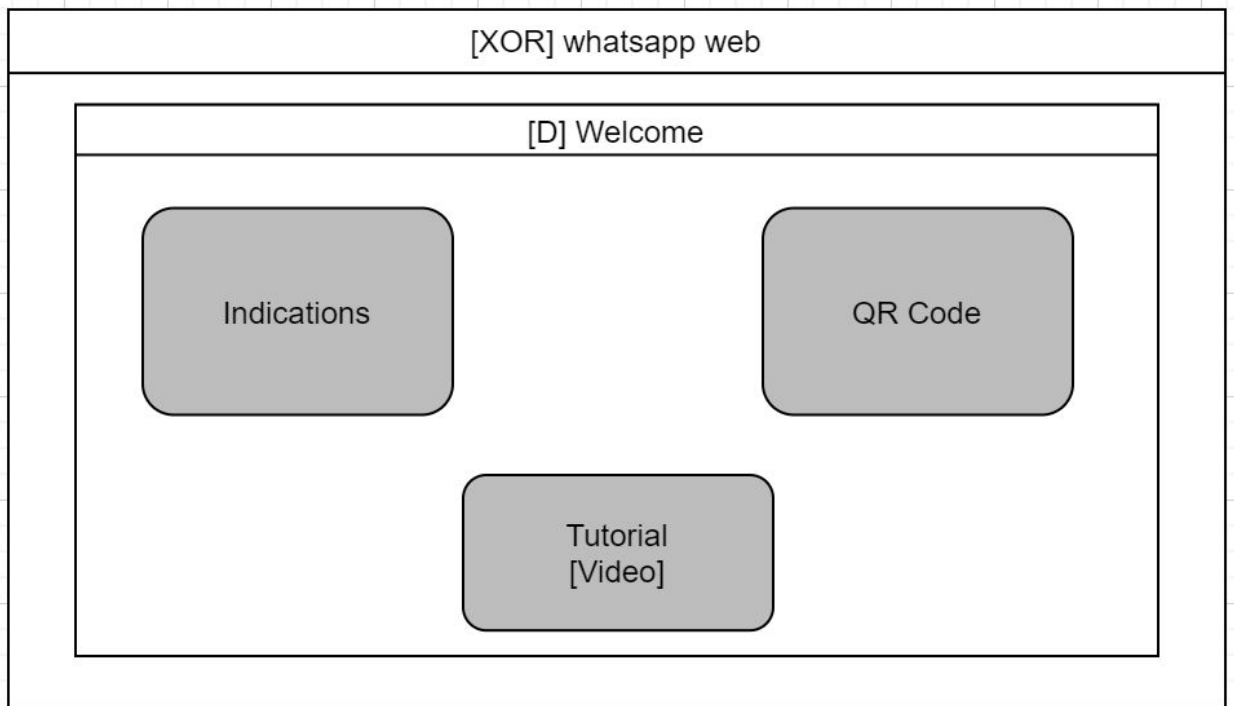
Para el primer ejercicio he decidido realizar unos diagramas del uso básico de la herramienta que ofrece Whatsapp para interactuar con su aplicación a través del ordenador, accesible desde <https://web.whatsapp.com/>

El contenedor raíz de la aplicación sería este:

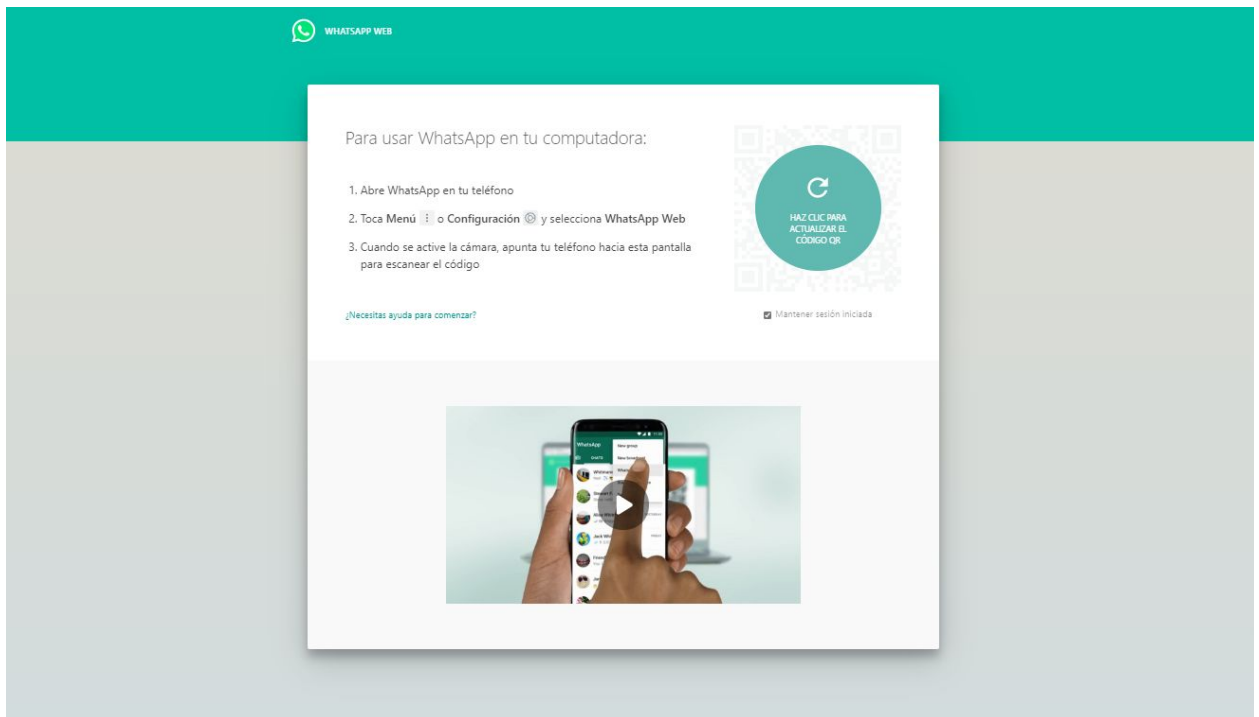


Primero voy a describir el contenedor por defecto que se muestra una vez ingresamos por primera vez en la web. Esta es una página de bienvenida que describe el funcionamiento del sitio e incluye el código QR necesario para hacer uso de la

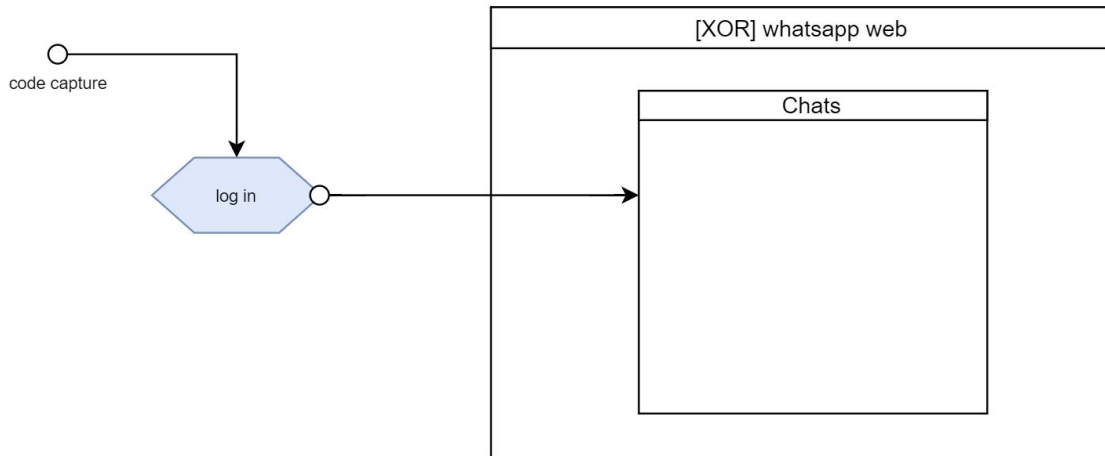
herramienta:



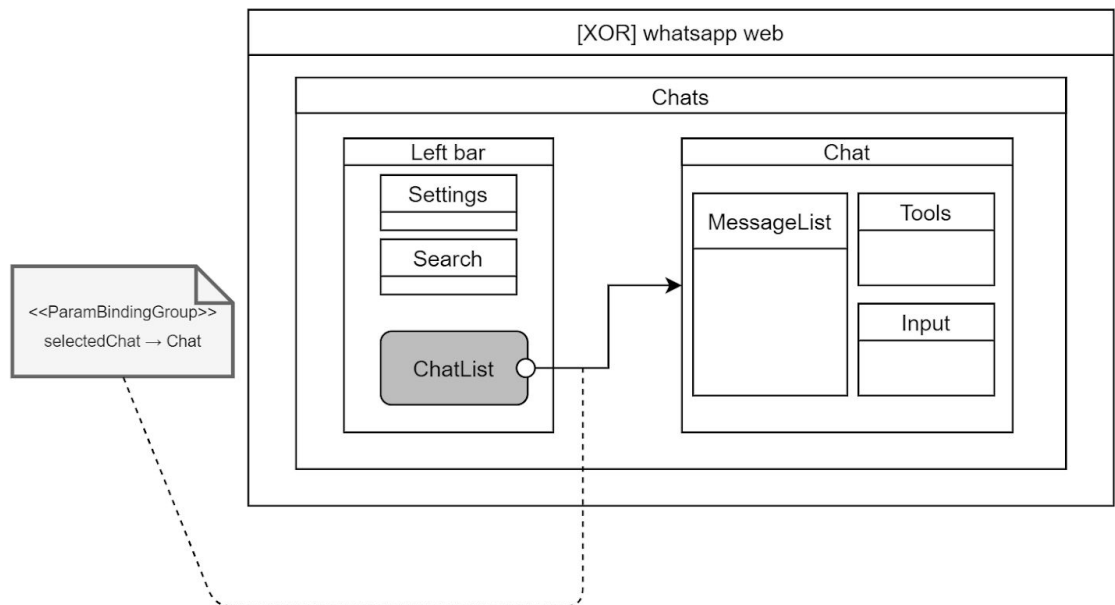
La web es tal que así:



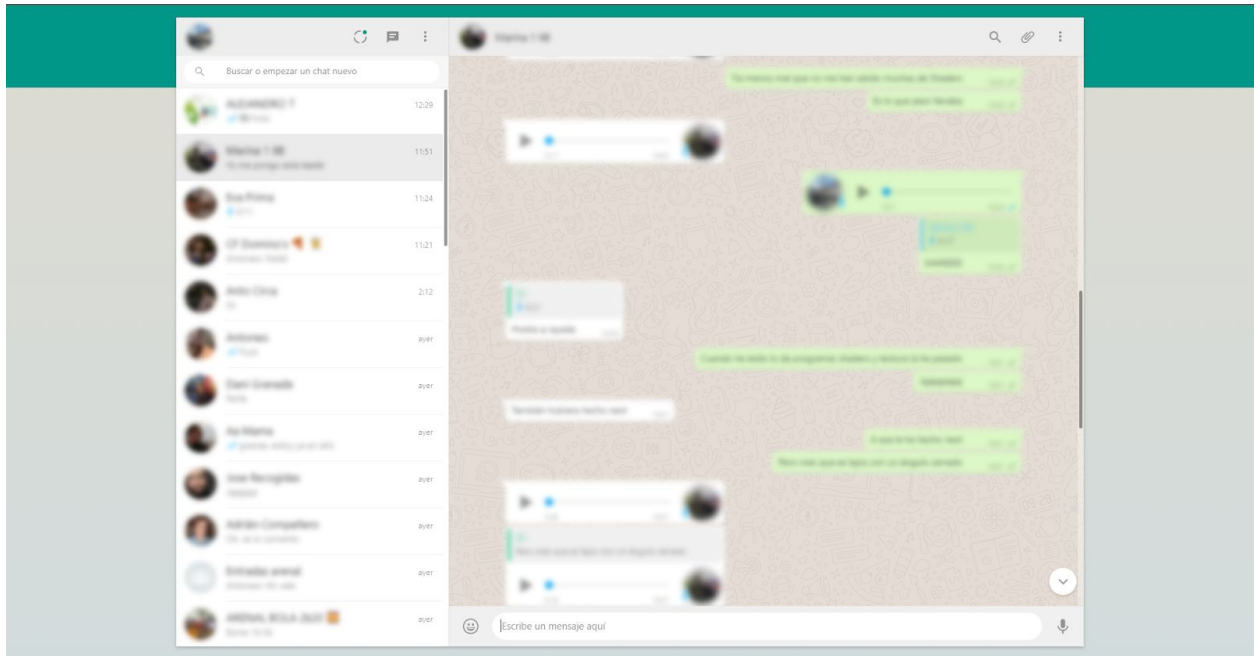
Una vez escaneamos el código desde nuestro dispositivo móvil, se nos cambia automáticamente a la vista de lista de chats:



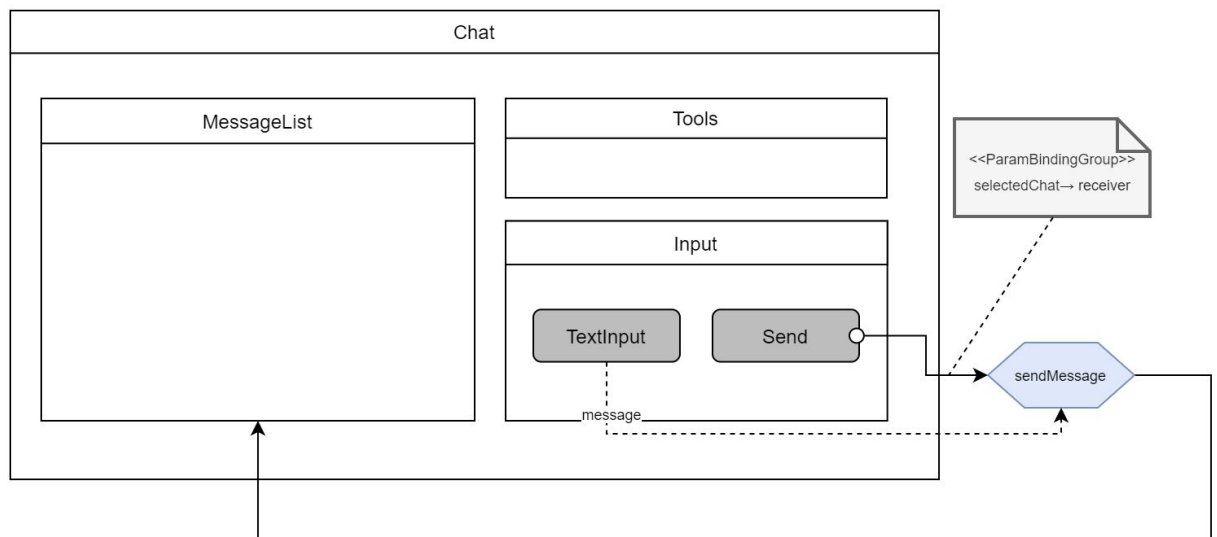
Ahora se nos muestra una lista de los chats abiertos a la izquierda, junto a las herramientas y una barra de búsqueda; y el chat que seleccionemos a la derecha:



Que en la práctica tiene un aspecto como este:

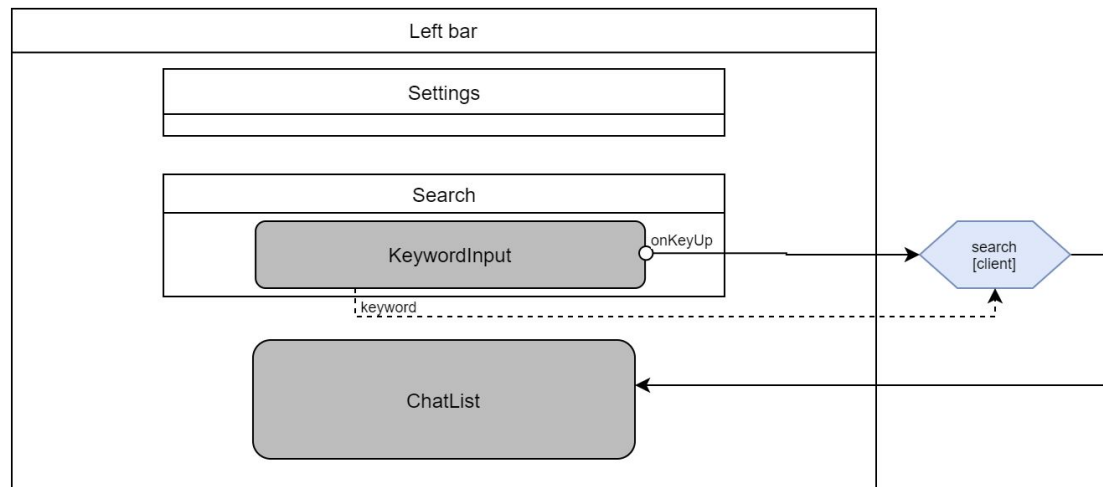


A la hora de enviar un mensaje, la vista se comporta de la siguiente forma:



Generando el nuevo mensaje enviado en la lista de mensajes del chat seleccionado.

Si lo que queremos es buscar un chat o un mensaje en concreto usando una o más palabras, haremos uso de la barra de búsqueda del panel lateral izquierdo, que va actualizando la lista de chats con las coincidencias que va encontrando:




3. Ejercicio 2:

Técnicas SEO: Análisis crítico de su efectividad

El SEO (*search engine optimization*) o en español optimización para navegadores de búsquedas son una serie de técnicas o acciones dirigidas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en los distintos buscadores web.

Las técnicas de SEO surgieron a la par que los buscadores, buscando cuáles eran los puntos críticos que usaban los analizadores de webs de los buscadores para asignar una mejor posición a cada sitio. Aunque al principio era bastante fácil conseguir una buena posición porque el funcionamiento era bastante sencillo, basándose en directorios de sitios web, análisis de palabras clave, etc. con el tiempo los diferentes buscadores han desarrollado técnicas para excluir a las web con contenidos vacíos pero que fuerzan el uso de links, palabras clave o hacen uso de SPAM para conseguir mejores posiciones.




Con el tiempo, la mejor técnica que se ha impuesto es la mejora de la calidad del contenido del sitio web. Esto es, un contenido que realmente interesa a los usuarios y que se presenta de manera ordenada y consecuente. Con el surgimiento de HTML5 y sus etiquetas, los buscadores analizan el contenido de las webs y puntúan mejor a aquellas que hacen un uso sintácticamente correcto de las diferentes categorías de las etiquetas HTML.

Esto no quiere decir que las técnicas de SEO se hayan reducido al contenido del sitio, aunque haya cobrado una relevancia muy alta. Sigue habiendo diferentes maneras de forzar un poco el posicionamiento positivo de un sitio web:

- Web adaptada para dispositivos móviles: no es ningún secreto que el tráfico web desde dispositivos móviles es un gran porcentaje. Los principales buscadores penalizan de manera muy notoria aquellas webs que no tienen una versión compatible con dispositivos móviles. Además, los usuarios también hacen un uso mayor de aquellas que lo tienen, y buscan alternativas de aquellas que no lo implementan.
- Uso de palabras clave: es la técnica SEO por excelencia. Aunque con el tiempo se ha refinado (los buscadores penalizan a los sitios que hacen un uso excesivo de palabras clave), la búsqueda de nichos vacíos (alta demanda de ciertas palabras clave con baja oferta de webs que las contengan) y el uso de éstas palabras en títulos y contenido ayuda a posicionar la web y crear mucho tráfico.
- Añadir soporte de accesibilidad: Hacer uso de las directrices que aporta la guía WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) nos aporta un posicionamiento positivo. Los buscadores tienen en cuenta los textos alternativos en imágenes (alt), los textos descriptivos en links en lugar de “click aquí”, etc.

Todas estas técnicas pertenecen a lo que se denomina SEO interno, es decir, técnicas que inciden directamente en el sitio web que queremos posicionar. Sin embargo, también existe el SEO externo y se manifiesta como posicionamientos pagados (por ejemplo con google ads) y con estrategias de marketing digital.

Otra técnica que está en alza en la actualidad es el uso de redes sociales para aumentar el tráfico a un sitio web. El uso correcto de redes sociales nos proporciona una herramienta muy potente para llegar a crear un grupo de clientes potenciales que visitan e interactúan con nuestro sitio web. Aquí de nuevo se nos plantea el concepto de calidad en el contenido de nuestro sitio, puesto que en la actualidad la competencia en casi cualquier ámbito de la web es numerosa y feroz. La creación de contenido de calidad unida a la captación a través de redes sociales puede traducirse en un tráfico continuado en nuestro sitio, si conseguimos que los usuarios se interesen por nuestro sitio y accedan a él de manera periódica. Además, las redes



sociales nos proporcionan también métodos de publicitar nuestro perfil o sitio web entre usuarios estableciendo filtros de edad o intereses y por tanto adaptando nuestra acción publicitaria a un cierto tipo de usuario que puede ser cliente potencial de nuestro sitio web.

Como conclusión, es importante conocer las técnicas de SEO y hacer un uso correcto de ellas. El posicionamiento forzado puede funcionar en etapas muy tempranas de nuestro sitio web para comenzar a recibir tráfico, pero considero que es mucho más importante ofrecer un contenido que realmente interese a unos usuarios, aunque sea un grupo pequeño pero que sepamos que va a hacer uso del servicio web, lo que siempre se ha llamado “fidelización”. Posicionar una web vacía no nos servirá de nada ya que los usuarios perderán el interés y el trabajo que hayamos empleado en posicionarla no servirá de nada ya que tarde o temprano los buscadores hacen cuenta de ello y se nos penaliza. Un crecimiento “natural” haciendo uso de los consejos de SEO para mejorar el contenido de nuestra web es mucho más efectivo ya que estamos aportando un valor extra al contenido que ya genera algo de interés para los clientes potenciales de nuestro sitio. En definitiva, las técnicas de SEO deben ser una ayuda para aumentar el tráfico y llegar a más clientes reales de nuestro sitio, y no tanto un fin en sí mismo para generar mucho tráfico “artificial” que al fin y al cabo no nos aporta nada ni genera ningún tipo de interés en el sitio.