

MUSEO  
THYSSEN  
BORNEMISZA

---

**Jornadas**  
**Posicionamiento.es**  
**Alicante, 6 de mayo de 2004**

## ÍNDICE

1. Introducción
2. Conocer el Medio
3. Organización del Proyecto
4. Análisis
5. Diseño y Desarrollo
6. Explotación y Mantenimiento
7. Conclusiones

## 1. Introducción

❑ Las instituciones gestoras del patrimonio tienen entre sus objetivos prioritarios la **conservación** del mismo y la **difusión** del mismo.

❑ Actualmente esta difusión está vinculada a la gran enciclopedia que es Internet:

- 12.000 millones de páginas
- 171 millones de hosts
- 10 millones de Internautas en España.

❑ **Un espacio libre en el que nuestros contenidos deben competir los de otras instituciones**, otros países e incluso con los de páginas personales.

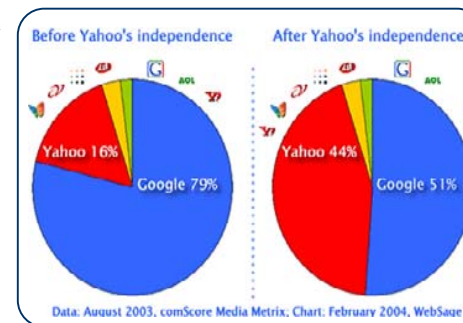
❑ Internet ha pasado a formar parte de la vida cotidiana de las personas. Podemos elegir la forma en la que queremos que nuestras instituciones estén presentes en este espacio virtual. **No tener presencia no parece una opción razonable.**

## 2. Conocer el Medio

### Google: ¿ Un Liderazgo en Peligro?

❑ Desde mediados de febrero de 2004, Yahoo no hace uso de los recursos de búsqueda de Google.

❑ Tradicionalmente Yahoo ha sido un directorio que completaba sus servicios de búsqueda mediante un acuerdo con Google.



❑ Microsoft está trabajando en su propio sistema de búsquedas.

❑ Amazon está desarrollando el A9, un buscador que trabaja con algoritmos parecidos a Google, pero substituyendo el PageRank, por el ranking de Alexa

### 3. Organización del Proyecto

#### Plan de Proyecto

- Definir claramente el alcance del proyecto a realizar.
- Realizar una planificación de recursos necesarios para el desarrollo y explotación del web:
  - Recursos Humanos
  - Recursos Económicos
  - Recursos Materiales
- Identificar y describir la metodología a utilizar.
- Crear un equipo de dirección del proyecto que lidere el desarrollo y la explotación del web. Este equipo contará con un director del proyecto.

### 3. Organización del Proyecto

#### Recursos Humanos

A la hora de desarrollar un proyecto web es necesario considerar la necesidad de recursos humanos tanto internos como externos.

#### ☐ RR.HH. Externos

- Diseño WEB.
- Desarrollos informáticos.
- Elaboración de contenidos.

#### ☐ RR.HH. Internos

- Diseño de contenidos y servicios.
- Coordinación del proyecto: Cada Dep. implicado debe tener un responsable web.

### 3. Organización del Proyecto

#### Recursos Económicos

Uno de los factores de éxito de un web es la **renovación de sus contenidos** evolucionando hacia modelos de valor añadido en base a las demandas del Internauta.

Por lo tanto a la hora de pensar en la financiación del proyecto se deben considerar las siguientes inversiones:

- ❑ **Inversión Inicial:** Contempla los costes de desarrollo informático, diseño, desarrollo de contenidos y puesta en explotación. (Recursos propios, patrocinio, subvención).
- ❑ **Inversión Anual de Mantenimiento:** Contempla los costes de mantenimiento informáticos, mantenimiento de contenidos y servicios y el desarrollo de nuevos contenidos.

### 3. Organización del Proyecto

#### Aspectos Legales

A la hora de desarrollar proyectos Internet debemos tener en cuenta los aspectos legales recogidos fundamentalmente en dos leyes:

- Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico: LSSI.
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal: LOPD.

El cumplimiento de estas leyes afecta sin duda al grado de confianza del usuario contribuyendo a su **fidelización**.



## 4. Análisis del Proyecto

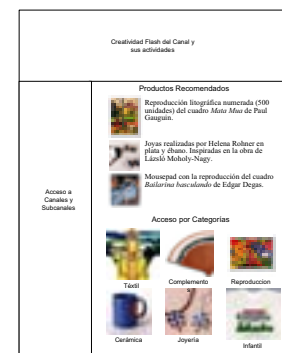
### Un Proyecto Complejo

- ❑ Un proyecto web debe tratarse como un proyecto informático desde el punto de vista técnico y como un proyecto de edición desde el punto de vista del diseño y de los contenidos.
- ❑ Nuestro posicionamiento será en gran medida en reflejo de la **calidad** de nuestros contenidos y servicios.
- ❑ En todas las fases del proyecto debemos contemplar unos **objetivos claros de posicionamiento**.
- ❑ El proyecto debe seguir algún método que contemple las siguientes etapas:
  - Análisis
  - Diseño y Desarrollo
  - Puesta en Explotación y Mantenimiento

## 4. Análisis del Proyecto

### Un Proyecto Complejo

- ❑ Hay que **involucrar a toda la organización**, fundamentalmente a los departamentos que tendrán contenidos y servicios online.
- ❑ Antes de iniciar el diseño gráfico debemos realizar un análisis de los contenidos y servicios.
- ❑ Es recomendable **hacer uso de técnicas de prototipado** que permitan visualizar una aproximación del resultado del proyecto.

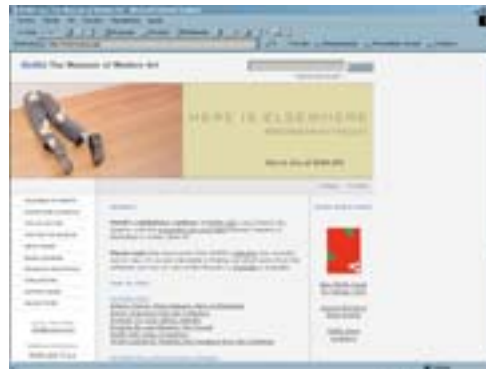


## 4. Análisis del Proyecto

### Análisis de la Competencia

□ Es recomendable realizar un estudio de la competencia que contemple los siguientes puntos:

- Análisis del diseño.
- Análisis de contenidos y servicios.
- Análisis de su posicionamiento.



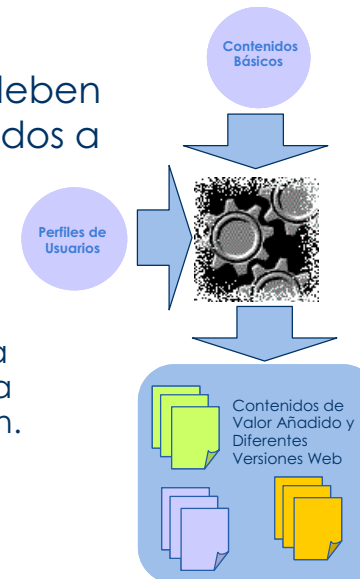
## 4. Análisis del Proyecto

### Público Objetivo

❑ Es necesario en la fase de análisis el identificar claramente los públicos objetivos de nuestro web.

❑ Una vez segmentado nuestro público, se deben diseñar contenidos “de valor añadido” dirigidos a cada segmento:

- **Contenidos didácticos para:** Guías para que los profesores puedan organizar y realizar la visita a un Museo.
- **Contenidos para profesionales:** Acceso a documentación de histórica y bibliográfica del patrimonio gestionado por la institución.
- **Contenidos Accesibles:** Todos los contenidos deberían ser accesible y contribuir a la eliminación de barreras.



## 5. Diseño y Desarrollo del Proyecto

### Diseño vs. Posicionamiento

- ❑ **Limitar el diseño** para que sea compatible con un buen posicionamiento y un grado aceptable de accesibilidad.
- ❑ **Popups:** Hay que limitar el uso de popups por los siguientes motivos:

- Su masivo uso comercial y la utilización de software de bloqueo de este tipo de ventanas.



- La indexación de una página abierta en popup impedirá al usuario acceder al web principal.



## 5. Diseño y Desarrollo del Proyecto

### Diseño vs. Posicionamiento

❑ **Frames:** El uso de frames puede provocar la indexación parcial de una página. La página recuperada en la consulta no permite la navegación al resto del web.

Jornadas **posicionamiento.es**

14

MUSEO THYSSEN BORNEMISZA

Siguiente >>

## 5. Diseño y Desarrollo del Proyecto

### Diseño vs. Posicionamiento

- ❑ Las funciones avanzadas como Javascript, cookies, ID de sesión, marcos, DHTML o Flash pueden **impedir la indexación** de todo el sitio.
- ❑ La mayor parte de los contenidos almacenados en bases de datos quedan ocultos a los buscadores en lo que podemos llamar "**Internet Invisible**".
- ❑ Puesto que gran parte de los desarrollos web trabajan con páginas dinámicas, sobre bases de datos, es necesario establecer mecanismos que posibiliten la **indexación de estos contenidos dinámicos** de forma automática por los robots.

## 5. Diseño y Desarrollo del Proyecto

### Estatificación de un WEB

- ❑ Los primeros web se basaban en **modelo estáticos** que exigían la modificación de páginas html para la inclusión o modificación de contenidos.
- ❑ Conforme las necesidades de actualización e inclusión de contenidos fueron incrementándose, los desarrollos web evolucionaron hacia **modelos basados en páginas dinámicas** que gestionaban contenidos en base de datos.
- ❑ Modelo para el Posicionamiento
  - Actualmente y de cara a obtener un buen posicionamiento del 100% de los contenidos de un web el modelo ha pasado a ser de nuevo **estático sin abandonar el uso de bases de datos**.
  - A partir de los contenidos de la base de datos se genera de forma automática el nuevo web en formato html.



## 5. Diseño y Desarrollo del Proyecto

### Recomendaciones de Accesibilidad

- ❑ Desarrollar nuestro web siguiendo las recomendaciones del W3C además de contribuir a la **eliminación de barreras**, nos asegurará **un web bien estructurado**.
- ❑ Algunas recomendaciones del W3C:
  - **Imágenes y animaciones:** Use texto alternativo (atributo alt) para describir la función de los elementos visuales.
  - **Mapas de imagen:** Use mapas de cliente y texto alternativo para las zonas activas.
  - **Multimedia:** Facilite subtítulos y transcripción de los ficheros de sonido, descripción de los vídeos.
  - **Enlaces de hipertexto:** Use texto que tenga sentido cuando se lea fuera de contexto. Por ejemplo, no usar "pincha aquí".
  - **Organización de las páginas:** Use encabezados (H1, H2, H3,...), listas y estructura consistente. Use Hojas de Estilo en Cascada (CSS).

## 5. Diseño y Desarrollo del Proyecto

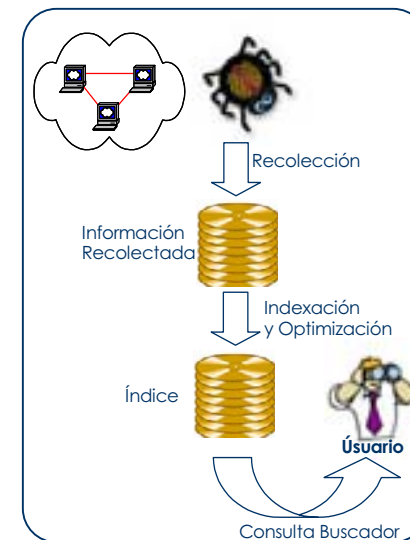
### Palabras Clave

- URL: Incluir en la URL palabras clave Museo-Thyssen mejor que MuseoThyssen.
- Header:
  - Título de un máximo de 5 palabras comenzando por la principal palabra clave.
  - Descripción: Igual que el título.
  - Palabras Clave: Las misma que el título separadas por comas.
- Cuerpo
  - Comenzar y finalizar con un texto que describa en 5 palabras el web.
  - Utilizar texto alternativo en imágenes con palabras clave.
  - Utilizar etiquetas de encabezado <H1>.
  - Utilizar palabras clave en los enlaces.
  - Destacar el font de las palabras clave.
  - Utilizar, sin abusar, la(s) palabra(s) clave en el texto.

## 5. Diseño y Desarrollo del Proyecto

### Nuestros Amigos Los Robots

- ❑ Los robots deben ser tratados a la hora de diseñar nuestro web como un usuario preferente. De su trabajo de recolección depende el posicionamiento de nuestros contenidos.
- ❑ Es necesario que nuestro web disponga de un fichero robots.txt.
- ❑ Una vez finalizado el desarrollo de nuestro web es recomendable verificar su calidad desde el punto de vista de los robots.



## 6. Explotación y Mantenimiento

### Posicionamiento Inicial

- Una vez finalizado nuestro web pasamos a su puesta en explotación y su posicionamiento en los buscadores.
- Una buena URL es clave a la hora de obtener un buen posicionamiento. Nuestra URL debe:
  - Ser fácil de recordar
  - Estar asociada a nuestra marca Offline
  - Debe incluir palabras clave.
- Incluir nuestra URL en los principales directorios y buscadores DMZ, Yahoo, Google.
- Incluir nuestra URL en web de nuestro sector: p. ej. Euromusee.net
- Apoyar el conocimiento de nuestro web con acciones de marketing On-Line y Off-Line.

## 6. Explotación y Mantenimiento

### Contenidos y Servicios

La calidad y variedad de nuestros contenidos así como su adaptación a lo demandado por nuestros visitantes será el elemento clave para lograr un posicionamiento estable. De cara a ofrecer **contenidos variados y de calidad**. Algunas recomendaciones:

- Renovarlos:** Si los contenidos no se renuevan, la asiduidad de los visitantes será baja.
- Rotarlos:** Dejar de publicar temporalmente contenidos “quemados”.
- Ofrecer nuevos servicios:** Estar alerta a los nuevos servicios que se ofrecen en Internet y evaluar su posible uso.
- Nuevos contenidos de valor añadido:** “Brainstorming” entorno a como podemos presentar nuestros contenidos de forma que conecten con nuestros visitantes.

## 6. Explotación y Mantenimiento

### Asegurar Disponibilidad 7x24

Cuando un Internauta consulta nuestra página web y obtiene una página de error se produce frustración y un deterioro evidente de la calidad de nuestro servicios y contenidos.

Para asegurar la disponibilidad de nuestros web, es recomendable:

- Monitorización del web:** Mediante herramientas software se debe supervisar la disponibilidad de nuestros servicios y contenidos. Esta monitorización debe incluir: páginas estáticas, dinámicas y acceso a base de datos.
- Analizar y solucionar los errores:** Todos los web generan errores de usuario debido a enlaces incorrectos o ficheros no disponibles.

## 6. Explotación y Mantenimiento

### Seguimiento de Visitantes

□ Analizando nuestros ficheros de log podremos conocer:

- Número de visitantes.
- Duración de la visita.
- Recursos mas y menos accedidos.
- Referentes.
- Palabras y frases de búsqueda.

Resumen de visitas	
Visitas	40.554
Promedio por día	1.308
Duración media de la visita	00:11:29
Visitas internacionales	59,60%
Visitas de origen desconocido	1,11%
Visitas desde su país: España (ES)	39,29%

Buscador	%
Google	82,46%
microsoft network	10,29%
yahoo	5,41%
altavista	1,41%
aol netfind	0%
Resto	0,23%

## 6. Explotación y Mantenimiento

### Seguimiento del Posicionamiento

- ❑ Realizar un seguimiento de las principales frases de búsqueda: nuestra posición y la posición de los competidores y la posición de los mejores:
- ❑ Realizar un seguimiento de los procesos de indexación de los robots.
- ❑ Realizar un seguimiento del posicionamiento en Directorios.





## 6. Explotación y Mantenimiento

### Seguimiento Sociabilidad (1/2)

- La popularidad mide el número de enlaces a nuestra web.
- Es muy importante ya que actualmente algunos buscadores la utilizan para medir la calidad de un web.
- No todos los enlaces aportan valor a nuestro web.

Es necesario realizar un seguimiento de los enlaces a nuestro web en los principales buscadores.

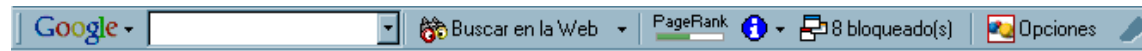
URI	Total	Google	AltaVista	MSN	HotBot/Inktomi
www.ruticdrawingr.com	49	0	14	11	12
www.okey.com	44	19	4	6	0
www.poor.com	48	3	8	12	13
www.popular.com	572	14	362	10	13
www.fun.com	617	8	222	130	140
www.caribbeanbiketours.com	1060	140	600	204	287
www.popsreport.com	1607	96	508	208	226
www.update.com	2122	151	920	997	913
www.horror.com	2651	294	1539	262	284
www.widexl.com	3500	242	1599	706	794
www.micex.com	4720	521	1402	1052	1049
www.hosting.com	5977	442	2476	926	911
www.museothyssen.org	6478	252	1198	1721	1679
www.electroniccottage.com	7377	440	2010	2250	2350
www.artquest.com	10772	423	3128	3335	3290
www.bnn.nl	12201	352	4219	3592	3679
www.softhome.net	16050	160	1511	1711	1605
museoprado.mcu.es	27988	898	4718	7443	7488
www.manchestersonline.co.uk	43538	1100	17856	9804	10698
www.jobpilot.de	76578	2320	24127	16809	16618
www.louvre.fr	77169	2520	12296	20873	21023
www.realestateabc.com	113478	4580	36497	32120	32260
www.bmw.com	131736	1260	20952	16380	16513
www.hotscripits.com	231102	22400	21640	52602	69219
www.mysat.com	1666006	79100	244537	890944	614090
www.apache.org	2127024	56600	876982	347003	539356
www.yahoo.com	9226840	442000	2278050	2799956	2742469
www.microsoft.com	14321414	139000	2921019	4689421	4765623
www.google.com	15931714	333000	5252241	6154022	6078429

[www.widexl.com](http://www.widexl.com)

## 6. Explotación y Mantenimiento

### Seguimiento Sociabilidad (2/2)

- PageRank™ (PR) es un valor numérico que representa la importancia que una página web tiene en Internet.
- Un enlace (link) = un voto.
- Cuantos más votos tenga una página, será considerada más importante por Google.
- Es uno de los factores que determinan la posición que va a tener una página dentro de los resultados de la búsqueda.
- Hay que potenciar los enlaces desde páginas con PR  $\geq 5$ .



## 6. Explotación y Mantenimiento

### Ejemplo de Optimización

❑ **Objetivo:** Tener el 100% de las obras de MuseoThyssen.org indexadas por Google:

❑ **Trabajos realizados:**

- Optimización del Fichero Robots.txt
- Creación de un índice de obras y autores.
- Optimización de los enlaces a los canales desde la página de inicio.

❑ **Resultado:**

- 4.500 pag. indexadas frente a 1.500.
- 100% de las obras indexadas por google.
- Es posible acceder a la ficha de una obra realizando una consulta por su título.



## 7. Conclusiones

- Internet es un espacio de competencia entre contenidos y servicios.
- Al igual que el mundo real, cada web tiene su posicionamiento razonable.
- Existe una relación directa entre nuestro posicionamiento OffLine y el OnLine.
- La mejora de este posicionamiento es una labor de Ingeniería Inversa.
- La calidad de nuestros servicios y contenidos nos asegurará un posicionamiento estable a largo plazo.
- La estructura de nuestro web influirá notablemente en como se posicionan nuestros contenidos en los buscadores.
- Hay que “sociabilizar” nuestros sitios web.

Advanced Web Ranking 2.5.4 - Trial Version (14 days left)

Project View Update Reports Edit Reports Options Refresh Help

Project:

Keywords	Current Rank	Top Sites	Rank Excludes	Overview
	Position	URL		
Art Exhibition madrid	1	<a href="http://www.spartanor.com/artexhibitions.html">http://www.spartanor.com/artexhibitions.html</a>		
Art Exhibition spain	2	<a href="http://www.spartanor.com/artexhibitions.html">http://www.spartanor.com/artexhibitions.html</a>		
art museum madrid	3	<a href="http://www.spartanor.com/artexhibitions.html">http://www.spartanor.com/artexhibitions.html</a>		
art museum spain	4	<a href="http://www.artistic.es/artistic_galerias/artistic_museos.html">http://www.artistic.es/artistic_galerias/artistic_museos.html</a>		
exposicion arte españa	5	<a href="http://www.artistic.es/artistic_galerias/artistic_museos.html">http://www.artistic.es/artistic_galerias/artistic_museos.html</a>		
museo arte españa	6	<a href="http://www.articypedia.com/articypedia_museos_de.html">http://www.articypedia.com/articypedia_museos_de.html</a>		
museo arte madrid	7	<a href="http://www.articypedia.com/articypedia_salvador.html">http://www.articypedia.com/articypedia_salvador.html</a>		
	8	<a href="http://museosbornemisza.es/">http://museosbornemisza.es/</a>		
	9	<a href="http://www.grat.com/avilaviladonjaco.html">http://www.grat.com/avilaviladonjaco.html</a>		
	10	<a href="http://www.theartgallery.com/artexhibitions/museos.html">http://www.theartgallery.com/artexhibitions/museos.html</a>		
	11	<a href="http://www.gloria.com/esp/SPAIN/">http://www.gloria.com/esp/SPAIN/</a>		
	12	<a href="http://www.english.com/edu/travel.html">http://www.english.com/edu/travel.html</a>		
	13	<a href="http://elcombe.com/edu/ART.html">http://elcombe.com/edu/ART.html</a>		
	14	<a href="http://www.staput.com/museos.html">http://www.staput.com/museos.html</a>		
	15	<a href="http://www.444.com/artexhibitions.html">http://www.444.com/artexhibitions.html</a>		
	16	<a href="http://www.galaxia.com/artexhibitions.html">http://www.galaxia.com/artexhibitions.html</a>		
	17	<a href="http://www.exposicion.com/artexhibitions_galerias.html">http://www.exposicion.com/artexhibitions_galerias.html</a>		
	18	<a href="http://www.galerias.com/artexhibitions/museos.html">http://www.galerias.com/artexhibitions/museos.html</a>		
	19	<a href="http://www.electronic.com/artexhibitions.html">http://www.electronic.com/artexhibitions.html</a>		
	20	<a href="http://www.palacio.com/artexhibitions.html">http://www.palacio.com/artexhibitions.html</a>		

**Search Engines:**

- All-in
- AdrenWeb
- AltaVista Spain
- DEKZ
- Google Engines
  - Google
  - Google Spain
- Lyons Spain
- MSN
- Yahoo

**URLs:**

- [www.museosbornemisza.es/](http://www.museosbornemisza.es/)
- [www.ty.es/](http://www.ty.es/)
- [www.galeriasbornemisza.es/](http://www.galeriasbornemisza.es/)
- [www.museosbornemisza.es/](http://www.museosbornemisza.es/)
- [www.museosbornemisza.es/](http://www.museosbornemisza.es/)
- [www.museosbornemisza.es/](http://www.museosbornemisza.es/)
- [www.museosbornemisza.es/](http://www.museosbornemisza.es/)

Results

### Tienda

[www.museothyssen.org/museovirtual/tienda/tienda/htm/intro.htm](http://www.museothyssen.org/museovirtual/tienda/tienda/htm/intro.htm)

### Obra Indexada: descargadores Arles

<http://www.google.es/search?sourceid=navclient&hl=es&ie=UTF-8&oe=UTF-8&q=descargadores+Arles>

### Simulador Spider

[http://www.searchengineworld.com/cgi-bin/sim\\_spider.cgi](http://www.searchengineworld.com/cgi-bin/sim_spider.cgi)

### YahoovsGoogle

<http://www.langreiter.com/exec/yahoo-vs-google.html?q=museo+arte+madrid>

### Análisis de Enlaces

<http://www.widexl.com/remote/link-popularity/index.html>

### Análisis de Tags

<http://www.widexl.com/remote/search-engines/metatag-analyzer.html>