



Lázarum.com Ediciones

Las discapacidades más frecuentes de Nuestros sitios de discapacidades Cómo mejorar la popularidad de un sitio de discapacidad

Néstor De Luca



LAZARUM

Este libro recopila una serie de artículos escritos por uno de los editores de Lázarum.com, sobre las tácticas a tener en cuenta a la hora de posicionar un sitio web sobre discapacidad, en lo más alto de las listas de resultados de los Buscadores más tradicionales.

Indice

1. [Agradecimientos](#)
2. [Introducción](#)
3. [Las discapacidades más frecuentes de nuestros sitios de discapacidades](#)
4. [Cómo lograr un top ten en discapacidad](#)
5. [Pro y contras de un sitio de discapacidad](#)

6. [Discapacidad en la arena](#)
7. [La Popularidad de un sitio de Discapacidades](#)
8. [Diez consejos básicos para aumentar el número de visitantes](#)
9. [Siete recursos para mejorar la ubicación de un sitio de discapacidad](#)
10. [Cómo enriquecer el contenido de un sitio de discapacidad](#)
11. [Cómo sacar el mayor provecho de las estadísticas](#)
12. [Comprendiendo a los motores de búsquedas](#)
13. [Herramientas gratis para nuestros sitios de Discapacidades](#)
14. [La importancia de los site maps](#)
15. [Blogs como aliados de la Discapacidad](#)
16. [Cinco consejos básicos para crear un newsletter sobre discapacidades.](#)
17. [Cómo hacer rentable a un sitio de discapacidades](#)
18. [Los 7 mejores consejos para espantar visitantes](#)
19. [Conclusión](#)
20. [Acerca del autor](#)

1. Agradecimientos

Quiero agradecer a las personas que de alguna u otra forma estimularon la edición de este libro electrónico.

A Sergio Daniel Facón, que hoy, al igual que cuando éramos adolescentes, desde Barcelona sigue alentándome en cada uno de mis emprendimientos.

A mi familia, que a pesar de no comprender ni una sola de mis palabras, jamás dejó de apoyarme.

A María Rosa Maldonado que me contagió su amor por las palabras, y a todos los personajes anónimos que día a día siguen publicando desinteresadamente información valiosa en Internet, y que sin sus datos este libro no se hubiera podido realizar.

Nota del autor: El contenido total o parcial de este libro puede ser libremente reproducido. Para ello sólo basta incluir la información publicada a continuación:
“Esta información pertenece a Lázarum.com (El Buscador especializado en discapacidad).

<http://www.lazarum.com>

Encuentre sin inconvenientes todo lo que necesita sobre discapacidad. Cinco buscadores en un solo buscador, accesible para personas discapacitadas”.

2.Introducción

Ser parte de un emprendimiento en Internet, representa un desafío constante. El carácter vivo de este asombroso desarrollo técnico, obliga a todos los interesados en poner en el aire un sitio web, a estar muy atentos a la continua evolución de la misma, a fin de no verse afectados por el propio espíritu innovador que la caracteriza.

Estar vinculado a un sitio en Internet, invariablemente implica estar sometido a los caprichos y reglas de los buscadores más populares que de alguna u otra manera tienen en sus manos el destino de absolutamente todos los habitantes de la Red. Este libro se basa en la premisa que identifica al visitante o usuario como un factor protagonista de todo sitio ¿Qué sentido tiene una página web, sin un visitante que lea o utilice su contenido? En este escenario, el cibernauta se eleva a una categoría protagonista del proceso, convirtiéndose en la verdadera razón de ser de la propia Red.

De esta forma, toda la información recopilada en este libro apunta a lograr que la mayor cantidad posible de personas encuentren, ingresen y utilicen los recursos y datos volcados en un sitio web vinculado al tema de la discapacidad.

Como afirmamos al comienzo de estas líneas, la continua evolución y el desarrollo son los aspectos principales que caracterizan a Internet.

Inclusive, mucha de la información aquí volcada podrá, por estas mismas razones, ser obsoleta en un futuro muy cercano. Sin embargo, y a pesar de los continuos cambios y movimientos de las reglas que condicionan la suerte de los emprendimientos en la Red, existen tres aspectos de todo sitio web que se han mantenido intactos a lo largo de todos estos años. Estos son: links externos que nos recomienden desde otros sitios de discapacidades, buena navegabilidad y contenido.

En los sucesivos capítulos de este libro, detallaremos una serie de tácticas honestas para obtener la mayor cantidad posible de visitantes a nuestros sitios de discapacidades. Todas ellas han tenido, tienen y tal vez mantendrán cierta importancia en la buena salud de un sitio en Internet. Pero los tres aspectos enumerados más arriba (links externos de otros sitios de discapacidades, navegabilidad y contenido) tienen tanto peso y relevancia en el destino de un emprendimiento web, que el hecho de ignorarlos provocaría que el resto de la información aquí vertida, automáticamente carezca de todo valor.

Al referirnos a un sitio web que aborde la problemática de las discapacidades, deseamos señalar que cuando un grupo de personas se decide a lanzar un emprendimiento de este tipo en Internet, indefectiblemente deberá atenerse a una serie de reglas que involucran tanto a grandes emprendimientos como a otros más simples o modestos.

Entonces todo sitio sobre discapacidades será, más allá de su inversión económica o institución que lo respalde, inservible, indiferente o verdaderamente útil, y es aquí donde el “contenido” y la seguridad de que un visitante ha ingresado a un sitio confiable cobra un protagonismo fundamental en el destino del proyecto.

Hablemos un poco de confianza

Como ya lo he dicho, este libro está sostenido por tres pilares fundamentales: links externos, navegabilidad y contenido de calidad. A su vez, estos tres conceptos están vinculados entre sí por un cuarto que es la “confiabilidad”. Esto significa que durante todo el tiempo en que un visitante permanezca dentro de nuestro sitio, nosotros como administradores y responsables del mismo, debemos brindarle las señales necesarias para convencerlo de que la información, servicios o productos allí ofrecidos son de valor y calidad suficiente como para ser innecesario que continúe su búsqueda en otro sitio de la Web.

En la lista de consejos que se ofrece a continuación, debido a su importancia, el punto “a” bien podría ser incluido en cualquiera de las listas que se ofrecen a lo largo de este libro. Sugiero tenerlo en cuenta no sólo al momento de desarrollar una estrategia de confiabilidad, sino en cada una de las otras decisiones a tomar, a la hora de desarrollar un emprendimiento en la Red.

a. Focalización.

Evite confundir a sus visitantes con servicios muy amplios o generales. Sea claro y conciso en la clase de temas o productos que los usuarios allí van a encontrar. Por ejemplo no promocióne un sitio simplemente como “autismo” en general, sino como “un sitio para padres de niños autistas”.

Trate de focalizar la información en una serie de temas importantes y descarte todo lo que no sea prioritario o indispensable.

b. Interacción con los visitantes.

El desarrollo de Internet ha posibilitado la interacción de los consumidores con los sitios sobre discapacidades, y es por esta razón que las tácticas tradicionales de marketing no funcionan en la Web. Es fundamental posibilitarle a los usuarios que puedan ponerse en contacto con los responsables del sitio sobre discapacidades, para consultar, desagotar todas las dudas y sentir que detrás de toda esa tecnología, hay seres humanos que están leyendo sus inquietudes.

c. Confidencialidad.

En la actualidad, las encuestas realizadas entre los usuarios de la Web demuestran que el 71% de los mismos sospecha que sus datos personales son utilizados por las compañías para otros fines. Es por esta razón que

todo sitio serio sobre discapacidades debe tener una declaración sobre la “política de privacidad”, al lado de todo formulario donde se requiera correo electrónico, teléfono o domicilios. En los casos en que se realicen transacciones comerciales con tarjetas de crédito o formas de pago similares, será requisito estar adherido a un servicio de seguridad financiera para garantizarle a los usuarios la transparencia de la operación. Los certificados de seguridad y los logotipos de las compañías que brindan estos servicios deberán ubicarse de forma bien destacada en cada una de las páginas de nuestros sitios de discapacidades.

d. Comunicación.

La buena comunicación construye la confianza de los usuarios, y es por esta razón que no deberá dejar una sola página de su sitio sin informarle a los visitantes todos los recaudos que se han tenido en cuenta para que ellos puedan acceder en forma segura, a sus productos o servicios. Está demostrado que la mayor parte de los usuarios latinos de Internet, no confía en brindar sus números de tarjetas de crédito en la Red. Pero también las estadísticas muestran que los sitios que brindan confianza a sus visitantes incrementan en un 14% sus ventas respecto a los que no lo hacen. (Forrester research found)

[Volver al Indice](#)

3.Las discapacidades más frecuentes en nuestros sitios de Discapacidades

Según Wikipedia, el Posicionamiento Web está definido como una serie de acciones aplicadas a un sitio web con el ánimo de mejorar su ubicación en las listas orgánicas de los buscadores.

Suena algo simple pero ¡cuidado! no prestarle la suficiente atención a algunos detalles de nuestros sitios, puede provocar que el mismo jamás logre una buena posición en las listas orgánicas de los buscadores más populares, y que por consiguiente reciba muy pocas o practicamente ninguna visita.

Tengamos en cuenta que:

1. Enlaces externos.

Los enlaces desde otros sitios web que le recomiendan a sus usuarios visitar el nuestro, es la acción más importante tomada en cuenta por los algoritmos de los buscadores, para determinar la posición que va a ocupar un sitio sobre discapacidades en las listas de resultados. Sin embargo es indispensable tener mucho cuidado con la calidad de los enlaces que nos recomiendan.

Es importante que los sitios estén vinculados al tema de la discapacidad. Tener cientos de recomendaciones (o links desde otras páginas web) que nada tienen que ver con las discapacidades no solo no mejorará nuestra ubicación en las listas sino que inclusive la empeorará (en caso de que estos sitios estén vinculados a temas adultos, juegos online o productos farmacéuticos).

2. Frases o palabras claves incorrectas.

Cuando una persona busca una información, producto o servicio de discapacidad en los buscadores, no utiliza las palabras que por lo general aparecen en los folletos o en las publicidades. Debemos optimizar nuestras páginas con las mismas palabras cotidianas o más frecuentes que utilizan los usuarios, para referirse a los productos o servicios vinculados al tema de las discapacidades que ofrecemos.

3. Gráficos y animaciones.

Los gráficos, las fotos y las animaciones son muy bonitas y quedan maravillosas, pero significan muy poco para los motores de búsqueda que continuamente rastrean la Web con el ánimo de clasificar contenido relevante para brindarle a los potenciales visitantes. Esto no significa que no debamos emplear gráficos o animaciones, sino que debemos hacerlo en su justo equilibrio y sin olvidarnos de utilizar los alt text para ofrecerle a los robots la posibilidad de que indexen la información sobre discapacidades que nuestras páginas brindan.

4. No todos los Buscadores son lo mismo.

Lo que complace a Google no necesariamente complacerá a Yahoo o Msn. Cada Buscador tiene su propio sistema de algoritmos para indexar sitios a sus listas de resultados, y la optimización aplicada en links, títulos o estilos ideales para un Buscador, significará muy poco o nada para otro. En este escenario les recomiendo optimizar sus páginas sobre discapacidades para uno solo de los tres más importantes, y no realizar una mixtura para todos ellos, que finalmente terminará siendo para ninguno.

5. Inclusión múltiple a Directorios.

En los comienzos de la Web, la inclusión manual de nuestros sitios de discapacidades a la mayor cantidad de directorios posibles era una práctica muy habitual, pero en la actualidad es una pérdida de tiempo. Hoy los motores de búsqueda indexan las direcciones URL de forma natural y sin necesidad de que nosotros se lo indiquemos. Sin embargo este punto se refiere específicamente al servicio que ofrecen algunas empresas para incluir de una sola vez y por cierta suma de dinero, nuestros sitios de discapacidades a miles de directorios. Esta es una práctica muy peligrosa ya que los buscadores más populares la consideran una acción de spamming, y por consiguiente la penalizan otorgándole al sitio un puesto bien alejado de la primera página. En consecuencia, para lograr un buen posicionamiento, les recomiendo mantenerse lo más alejado posible de esta clase de servicios.

6. Uso incorrecto del título del sitio o blog.

Muchos responsables de un sitio o blog de discapacidades, utilizan el título de las páginas para ubicar allí el nombre de la institución o del blog. Deben tener en cuenta que este elemento es el más importante para los motores de búsqueda y deben utilizarlo para escribir allí las frases o palabras claves que identifican el contenido de esa página (recomiendo que cada página tenga un título diferente que haga referencia al contenido de la misma). Traten de que estos títulos no sean mayores a 65 caracteres, y en caso de desear incluir el nombre de la institución, ubíquelo en el final.

7. Malas prácticas.

Eviten siempre los incontables trucos que abundan por la Red, que explican cómo hacer para engañar a los motores de búsqueda para lograr un lugar entre los diez primeros de las listas de resultados. A largo plazo lo único que lograrán con esas prácticas será una penalización de uno o más de los buscadores más famosos de la Web.

[Volver al Índice](#)



LAZARUM

Buscador de información accesible para personas discapacitadas

Lázarum.com es un motor de búsquedas desarrollado para facilitarle a las personas afectadas por una discapacidad, el acceso total a la información publicada sobre este tema en la Web. Con un simple click rastrea los datos más relevantes sobre discapacidad en los cinco buscadores más populares de Internet.

Visite:

<http://www.lazarum.com>

Totalmente gratuito

5 Buscadores en un solo Buscador

Accesible para personas discapacitadas

Fácil de utilizar

Visite

<http://www.lazarum.com>

4. Cómo lograr un top ten en discapacidad

Una de las formas más seguras de lograr un lugar entre los diez primeros en las listas de resultados de Google en la búsqueda Discapacidad, es haciendo a nuestro sitio escaneable para los motores de búsqueda. Esto significa hacer todo lo posible para que los robots de los cinco buscadores más populares lleguen sin inconvenientes a la mayor cantidad posible de páginas de nuestro sitio de discapacidad.

A continuación copiamos las dos preguntas que nos permiten comprobar si nuestro emprendimiento de discapacidad es lo suficientemente “amigable” a los algoritmos de indexación de los motores de búsqueda.

1. ¿Son todos los enlaces de mi sitio de discapacidad verdaderos Hyperlinks (html)?
2. ¿Están todas las páginas de mi sitio de discapacidad a dos o tres clicks de distancia de la página Home?

En caso de que alguna de estas dos simples preguntas tenga una respuesta negativa, deberemos pensar seriamente en ajustar la estructura de nuestro sitio de discapacidad, si deseamos algún día alcanzar un lugar entre los primeros diez de una lista de resultados orgánicos.

1. Hyperlinks

Esto parece tonto pero todavía son ciento de miles los sitios que no construyen la estructura interna de los mismos con verdaderos Hyperlinks. Por Hyperlinks nos referimos a los creados en código html y no en javascript o con embellecidos archivos Flash.

No tenemos nada en contra del buen uso de estos dos recursos, pero el inconveniente que presentan es que ninguno de ellos son escaneables para los motores de búsquedas más importantes.

A pesar de que Google tiene la capacidad de detectar links creados en Flash o Javascripts, hasta hoy no se han detectado evidencias de que Yahoo, o Msn también puedan hacerlo. Y si bien Google puede hacerlo, nadie puede asegurar qué valor le da a los mismos (debemos tener en cuenta que el Page Rank de un sitio de discapacidad está dado por la calidad de los links que ofrezca).

Entonces... asegúrense de que todos los links de su sitio de discapacidad son html links para que puedan ser evaluados y calificados por los robots de la mayor cantidad de buscadores posibles.

2. Distancia de la página Home.

Es aconsejable que tanto los visitantes como los motores de búsqueda puedan alcanzar la página que quieren leer de nuestro sitio de discapacidad, pulsando no más de tres links (2 sería ideal). Cuantos más clicks deba realizar un robot para alcanzar una página, menos posibilidades habrá de que la indexe.

Es por esta razón que los site maps fueron creados. Un site map le permite tanto a los robots como a los visitantes de nuestro sitio de discapacidad, llegar de forma virtual a cualquier página en dos o tres clicks como máximo.

Sin embargo un site map es incapaz de solucionar la mala navegabilidad de un sitio si este está mal estructurado (por bien estructurado nos referimos a un sitio de discapacidad que sea capaz de ser indexado sin la necesidad de un site map).

Para comprender mejor este concepto, debemos pensar en un site map como en brazos de un río. Por lo general la Home de un sitio de discapacidad es la página que mayor Page Rank concentra (eso se debe a que los links que recomiendan a nuestro sitio están apuntando en su mayoría a ella y en menor número a otras páginas del mismo sitio). Como consecuencia, la Home compartirá su PR con todas las páginas linkeadas a ella.

Un site map tiene la función de permitirle llegar a un visitante a páginas que no están directamente linkeadas a la Home, pero al igual que los brazos de un río, el agua (o Page Rank) que puede llevar es menor a la que recibiría una página que está conectada directamente con la Home.

Con la aplicación de estos dos simples consejos, se asegurarán que cualquier motor de búsqueda pueda indexar el contenido total de su sitio de discapacidad, y que sus visitantes puedan acceder a la información y servicios que allí están presentados.

[Volver al Índice](#)

5.Pro y contras de un sitio de discapacidad

A continuación ofrecemos una resumida lista de decisiones recomendadas, y una no mayor que decididamente debemos evitar, si deseamos obtener una buena posición en las listas de resultados de los buscadores más populares de la web. La aplicación de unas y el cuidado de las otras, ayudarán a que nuestros sitios de discapacidades obtengan la mayor cantidad posible de visitantes diarios.

Positivo:

1. Actualice el contenido de su sitio de discapacidades periódicamente. Ofrezca información sobre discapacidad lo más útil y valiosa posible, para que los visitantes lo recomienden sin necesidad de que usted se lo pida.
2. Escriba artículos sobre discapacidades y publíquelos en directorios de distribución, con un link apuntando hacia su sitio. (También puede ofrecerlos desde su propio sitio web).
3. Realice la misma táctica pero publicando noticias actuales sobre discapacidad. (Nunca olvide incluir un link hacia su sitio).
4. Intercambie con mucho cuidado, links con otros sitios de discapacidad. (Los sitios deben ser indefectiblemente sobre discapacidad y con un Page rank no menor de 3).
5. Publique su sitio sobre discapacidad en directorios online. Confirme que el directorio no sólo tenga un page rank elevado en la página index, sino que lo mantenga en la página donde su url será publicada.

Negativo.

1. Utilizar banners en los links de los programas de afiliados. Siempre que sea posible, utilicen links de textos.
2. Informarle al visitante recién llegado, que es necesario registrarse antes de poder ingresar al sitio.
3. Obligar a los usuarios a descargar software extra para poder leer algún archivo ofrecido en nuestro sitio.
4. Utilizar archivos flash o javascripts en vez de enlaces en html para desarrollar la navegación del sitio.

5. Páginas demasiado pesadas. En caso de ofrecer videos, audio o animaciones, utilicen enlaces a esos archivos en vez de mostrarlos directamente y sobrecargar la página.

[Volver al Indice](#)

6. Discapacidad en la arena

¿Puede la Caja de arena afectar a los sitios de discapacidad?

Todo sitio web de discapacidad debería ocuparse de no caer en la “Caja de arena” si pretende llegar con sus contenidos a la mayor cantidad de usuarios posibles.

La existencia de la caja de arena es un tema de discusión desde que el concepto fue nombrado en Abril de 2004. Para muchos webmasters de todo el mundo su existencia es una realidad, mientras que para muchos otros es sólo una fantasía.

a. ¿Qué es la Sandbox?

El término hace referencia al algoritmo utilizado por Google u otros motores de búsqueda para demorar el buen posicionamiento de un sitio sobre discapacidades (o de cualquier otro tema) hasta que demuestre su calidad y valor de contenidos. “Hay algo que puede ser percibido como caja de arena en el algoritmo de Google...” dice Matt Cutts, ingeniero en jefe de Google, en una entrevista periodística. “...pero este algoritmo no aplica para todas las industrias”.

Si bien Matt Cutts no confirmaba con sus dichos la existencia o fantasía de la caja de arena, dejaba abierta las puertas de par en par para un debate que continúa hasta hoy en día.

b. ¿Existe o no existe la “Caja de arena”?

A decir verdad, el debate sobre la existencia o no de este algoritmo depende del lugar de donde parta el sitio de discapacidad. Para todos aquellos sitios interesados en el spamming o en sólo vender productos sin ofrecer ningún contenido valioso a cambio, la caja de arena es una certeza. Sin embargo para todos aquellos sitios sobre discapacidad deseosos de llevar una información original y en forma gratuita a la mayor cantidad de personas posible, la caja de arena es más un mito que una realidad.

C. Algunos testimonios

Por caso, Jennifer Laycock, editora de un motor de búsquedas americano escribió en uno de sus numerosos artículos sobre posicionamiento web “... la caja de arena de Google es una fantasía más que una realidad.

Simplemente no existe. Cuando un sitio nuevo es subido a la Red, Google compara su relevancia con otros sitios sobre el mismo tema y lo ubica en

un lugar determinado por la importancia y calidad de su contenido. Después de todo ...¿Cuántos sitios sobre discapacidad necesita la Web? En el mismo artículo Jennifer dobla la apuesta y va más allá "... creen un sitio sobre discapacidades que toque un tema que no haya sido abordado por ningún otro sitio y verán cómo Google lo ubica en un puesto privilegiado de su lista de resultados."

Jennifer escribió su artículo en coincidencia con el de Sheri Thurow que afirmaba..."la caja de arena no existe. Es una excusa que esgrimen los autoproclamados Optimizadores en posicionamiento Web cuando los trucos para mejorar el ranking de los sitios de sus clientes fallan".

Andy Hagans, uno de los consultores más respetados de la Web afirma en su documento Secrets to Beating the Sandbox 2.0 REVEALED: The Ultimate Guide ... "la caja de arena existe. Son una serie de filtros desplegados dentro del algoritmo de Google, que demoran un buen posicionamiento en las listas de resultados hasta que el sitio de discapacidad gane relevancia."

Los responsables de los sitios de discapacidades podrán coincidir con uno u otro experto, pero notarán que todos ellos desestiman el peligro partiendo de la base de que la suerte de sus emprendimientos no depende de la existencia o no de la caja de arena. Todos dejan el fantasma en la preocupación de aquellos sitios sobre discapacidades sólo interesados en ganar dinero, simplemente atraídos por los altos valores que por lo general los artículos y los servicios vinculados al tema de la discapacidad contemplan.

Nuevamente Jennifer, en una conferencia brindada en la ciudad de San José, utilizó una analogía muy didáctica para explicar la inexistencia de la caja de arena. Ella dijo ... "yo soy una entusiasta de la comida étnica. Cuando en mi ciudad abren un nuevo restaurante de comida china, espero a que varios de mis amigos me lo recomienden para decidirme a probar su cocina.

En mi ciudad existen cientos de restaurantes de comida china y es imposible visitarlos a todos para saber en cuál de ellos vale la pena entrar. Sin embargo existen muy pocos restaurantes de comida Etíope. Cuando uno de ellos abre sus puertas, yo lo visito sin esperar que nadie me lo recomiende. Google funciona de la misma forma. Cuando el tema abordado por el sitio tiene una gran competencia, demora algún tiempo en brindarle un buen posicionamiento en las listas. Sin embargo cuando el sitio aborda un contenido singular o poco contemplado por otros, le otorga una visibilidad destacada y prácticamente al instante."

Es llamativo como esta analogía de Jennifer nos remite a las palabras de Matt Cutts... "Hay algo que puede ser percibido como caja de arena en el algoritmo de Google... pero este algoritmo no aplica para todas las industrias".

[Volver al Índice](#)

7.La Popularidad de un sitio de Discapacidades

La popularidad de un sitio de discapacidades está determinada por su “Page Rank”. éste índice está construido a partir de una serie de factores, siendo la cantidad de sitios que tienen enlaces apuntando hacia él, el más importante de todos ellos.

En este escenario es imperativo diseñar una estrategia de obtención de una gran cantidad de back links de calidad en orden de aumentar nuestro posicionamiento en los buscadores más populares de la Web (y por consiguiente aumentar la cantidad de visitantes a nuestros sitios de discapacidades).

¿Qué es un Back link?

En pocas palabras un back link es un enlace de un sitio de discapacidades apuntando hacia nuestro sitio. Esto se logra de varias formas:

1. Intercambiando links con otros sitios de discapacidades.
2. Escribiendo artículos sobre discapacidades.
3. Subiendo nuestra dirección a directorios o webs sociales.
4. Dejando comentarios valiosos en foros, blogs o testimoniales.
5. Creando avisos publicitarios.
6. Adquiriendo links rentados.

Nota: los puntos 5 y 6 son una realidad aunque no sean del agrado ni coincidan con el espíritu de este libro.

¿Por qué necesitamos “back links”?

La cantidad de enlaces de otros sitios de discapacidades apuntando hacia el nuestro, será el criterio que utilizará Google, Yahoo, y Msn para determinar la posición que debe ocupar un sitio en la lista de resultados. “La importancia de un sitio web está determinada por la cantidad de otros sitios del mismo rubro que lo recomiendan.”

(Sergey Brin y Lawrence Page)

Luego de estas contundentes declaraciones brindadas por los creadores de Google, queda bien establecida la importancia que tienen los back links en la buena salud de un sitio de discapacidades.

En pocas palabras: necesitamos back links para atraer a los motores de búsqueda de los directorios más importantes, para luego poder capturar la mirada y el deseo de los usuarios.

Asimismo existe un valor adicional al ya mencionado.

Cuando un sitio es recién lanzado, los motores de búsqueda no lo ubican en un lugar destacado de las listas de resultados. Es en esta situación donde las “recomendaciones” desde otros sitios de discapacidades, cobran

un valor adicional. Muchos usuarios tendrán la posibilidad de enterarse de la existencia de este nuevo sitio gracias a descubrir el enlace luego de tropezar con el mismo en una página que está navegando.

¿Qué es un back link de calidad?

A esta altura del artículo es indispensable realizar la siguiente aclaración: es necesario diferenciar un back link de cualquier sitio a uno que esté vinculado con la temática del nuestro. No es lo mismo un back link desde un sitio de “caracoles de tierra” que un link de un sitio de discapacidades. De la misma forma no es lo mismo la recomendación de un sitio con un page rank de 5 que uno de 0. (Algunos webmasters van más allá y aseguran que inclusive un sitio de page rank 0 que haya sido penalizado por Google, transmitirá su castigo a todos los sitios que él recomiende). Tampoco es lo mismo que la popularidad de nuestro sitio de discapacidad crezca de forma paulatina en el tiempo, que aumente a cientos de recomendaciones de un día para el otro.

Para que una estrategia de posicionamiento web como la de más arriba planteada funcione, debemos comprender que los links que necesitamos conseguir son los llamados “enlaces de calidad”. Estos son ni más ni menos que los vinculados a la temática de nuestro sitio, de un PR superior a 0 y logrados de forma natural (y no a través de la compra de enlaces). Finalmente, todo responsable de un sitio de discapacidades debe comprender que para lograr nuestras metas en la Web, debemos estar vinculados, ser solidarios y estar dispuestos a establecer vínculos con otros sitios que aborden las mismas problemáticas. Ningún sitio web es una isla y para desarrollarse debe estar en contacto con otros colegas. En este contexto es indispensable que la solidaridad y la buena voluntad desplacen a la competencia y el individualismo que han marcado y condicionado las actividades humanas de las últimas décadas.

Para tener éxito en Internet basta con abrir las puertas de nuestro conocimiento y estar dispuestos a compartir nuestras experiencias con todos los interesados en sumarse a nuestras páginas. Todos aquellos que coincidan con estas simples premisas, tendrán un lugar de privilegio en las listas orgánicas de los buscadores más populares de la Web.



Búsqueda de pareja para personas con discapacidad

Encuentre en El Club del Beso a ese amigo especial, la pareja ideal o al amor de su vida. Encuentros, citas, y amor entre personas afectadas por una discapacidad. Un sitio Web seguro y confiable para dejar la soledad a un costado.

Visite:

<http://www.besomasbeso.com>



El Club del Beso

**Para todas las personas discapacitadas
Que no le temen al amor**

8. Diez consejos básicos para aumentar el número de visitantes

¿Cuál es la mejor forma de aumentar el número de visitantes a nuestro sitio de discapacidad? Sobre este tema existen tantas opiniones como personas dispuestas a brindar sus experiencias. Sin embargo todas ellas coinciden en la necesidad de optimizar nuestros sitios web para de esta forma obtener un mejor lugar en las listas orgánicas de los buscadores más populares.

A continuación les presentamos una serie de tips para todos aquellos responsables de un sitio web sobre discapacidad, interesados en mejorar su posición en estas indispensables listas orgánicas

Primero.

Piense en la optimización de su sitio web desde el comienzo. Muchas personas diseñan y arman sus páginas sin preocuparse si lo que están realizando será amigable para ser rastreado o indexado por los motores de búsqueda, o si va a obtener una buena posición en las listas orgánicas de los principales buscadores. A último momento se dan cuenta de la necesidad de atraer visitantes e intentan realizar acciones que debieron ser realizadas desde un comienzo.

Por caso, es conveniente elegir un dominio que incluya el término o la frase más popular en las búsquedas vinculada con la materia de su sitio (por Ej.: www.recursosdediscapacidad.com).

Segundo.

Diseñe sus páginas teniendo en cuenta tanto a las personas como a los motores de búsqueda. Su sitio debe ser de fácil comprensión tanto para las personas como para las máquinas. Si ha utilizado imágenes gif para comunicar los encabezados u otras informaciones fundamentales, será imposible que los motores de búsqueda sepan de qué se trata su sitio. En caso de que haya desarrollado toda la información en Flash, espere obtener un cómodo puesto 500 en la mayoría de los directorios.

Tercero.

Escriba diferentes titles tag para cada una de las páginas de su sitio (sin olvidarse de que cada uno de ellos debe coincidir con el contenido de la página). El Title tag es para los motores de búsqueda el ítem más importante de toda la página ya que es el que primero le indica el tema sobre el cual trata el contenido. Trate en lo posible de incluir en los mismos las principales frases de búsqueda, y que éstas estén lo más cerca posible del comienzo. Recuerde nunca repetir el mismo Title tag para cada una de las páginas del sitio.

Cuarto.

Así como el Title tag es el título más importante de una página, la Description tag es el párrafo más importante de su sitio. Trate de resumir en tres o cuatro líneas el contenido del mismo y no olvide incluir las palabras claves y las frases de búsqueda que eligió al comienzo del desarrollo.

Quinto.

Es fundamental que incluya sus palabras clave o frases más buscadas en los encabezados y en los titulares desplegados a lo largo de las páginas. De más está decir que en el H1 deberá incluir la frase más representativa del sitio.

Sexto.

No olvide incluir sus frases en el texto html de la información de cada página. Incluya las mismas al comienzo, en el medio y al final de cada artículo o documento. Recuerde que tanto para el ojo humano como para los motores de búsqueda, este procedimiento debe resultar natural. Un dos por ciento de repetición es lo aconsejable (lo que implica ocho palabras cada cuatrocientas).

Séptimo.

Ubique las palabras o frases clave en los links de las páginas. Esta opción le brindará resultados sorprendentes cuando los motores indexen sus páginas a sus directorios. Jamás utilice links del estilo... Pulse aquí para más información ... En cambio utilice links tales como ... Más información sobre autismo.

Octavo.

Desarrolle navegadores accesibles para recorrer el sitio con facilidad y distribúyalos en abundancia por todas las páginas. Uno de los secretos para lograr mayor cantidad de visitantes es lograr que los motores de búsquedas indexen todas las páginas de nuestro sitio. Si nosotros instalamos un sistema de navegación basado en imágenes o java script, es muy probable que algunos motores no pasen de la página principal. Es conveniente agregar un sistema de navegación basado en links de textos. Esto nos permitirá:

- a. Lograr que los motores de búsqueda lleguen más profundo en nuestro sitio.
- b. Poder incluir más frases en los links
- c. Que los visitantes naveguen en profundidad por nuestro sitio.

Noveno.

Trate de desarrollar un mapa del sitio para facilitar la indexación de todas las páginas. En caso de ser posible súbalo a Google site map para que indexe de forma automática nuevas páginas en el futuro. Para ello puede utilizar la siguiente herramienta:

<http://www.xml-sitemaps.com/>

Décimo.

Una vez finalizada la optimización interna de nuestro sitio, debemos preocuparnos por los factores externos.

Para mejorar nuestra posición en las listas de resultados debemos obtener una gran cantidad de recomendaciones de otros sitios vinculados al tema en cuestión. Esto se logra cuando otros sitios web de nuestro mismo tema le recomiendan a sus visitantes nuestra url. Para ello debemos simplemente ofrecer contenido de calidad en nuestras páginas. Cuando ofrecemos información de valor, los demás sitios comienzan a linkearnos sin que nosotros se lo pidamos.

Otra forma de obtener links hacia nuestras páginas, es escribiendo artículos y subiéndolos a directorios de descarga de artículos. Esto no solo nos brindará nuevos links sino que además nos proyectará como referentes en el área designada.

Otra forma de aumentar los links hacia nuestras páginas es subiéndolos a directorios o comercializando enlaces en los diferentes servicios que existen en la web para este propósito (aunque este último proceso no es recomendable si no se tiene suficiente experiencia en el tema).

Confiamos en que la información presentada en este artículo produzca los resultados esperados para todos aquellos interesados en mejorar su posición en las listas de resultados. Los mismos han sido probados con éxito en Lázarum.com y es por esa razón que deseamos compartirlos con ustedes. Suerte!

[Volver al Índice](#)

9.Siete recursos para mejorar la ubicación de un sitio de discapacidad

Para que un sitio de Discapacidad se mantenga en forma y en un lugar de privilegio de las listas de resultados de los buscadores más populares, es necesario poder contar con una serie de herramientas web para ajustar y mantener en alto el interés de los usuarios.

En la Web existen una serie de sitios que nos brindan la posibilidad de corregir, mejorar y optimizar la performance y el rendimiento de nuestros sitios de discapacidad en forma totalmente gratuita.

Todo administrador de un sitio de discapacidad debe tener su lista preferida de herramientas web. En caso de no poseerla aún, es ésta una buena oportunidad para echar un vistazo a la que utilizamos en Lázarum.

Los 7 recursos indispensables de Lázarum.com:

Selector de palabras claves

[Overture](#)

Es el selector de palabras claves más famoso. Nos indica cuántas veces esa palabra ha sido buscada en Google en el último mes, y nos da una lista de palabras sugeridas vinculadas a nuestra consulta pero de menor competencia y mayor facilidad de ranking.

Análisis web

[Web Page Analyzer](#)

Este sitio web nos permite comprobar la forma en que los robots de los buscadores como Google ven nuestro sitio. Analiza las metatags y nos brinda un informe con los valores hallados. También nos da sugerencias para aplicar y mejorar la performance de nuestro sitio, en especial la densidad del mismo.

Análisis y promoción web

[Ranks.nl SEO Consultancy and Web site Promotion](#)

Es un sitio que brinda una variada y completa lista de herramientas fundamentales para la optimización de nuestros sitios web. Detecta errores y brinda sugerencias para mejorar la selección de las palabras claves, densidad, stop words, etc. Indispensable si pretendemos lograr un top ten en Google, Yahoo o Msn.

Inclusión a múltiples directorios

[Free web submission](#)

Si bien en la actualidad ya no es tan necesario (algunos SEO's incluso lo indican como contraproducente) la inclusión automática en múltiples sitios sigue siendo una decisión importante a tomar en los primeros días de la creación de un sitio web. Este servicio en particular tiene la ventaja de subir nuestra url a pocos pero importantes directorios. Esto nos brinda la posibilidad de que Google no lo tome como farming y evita aparecer en directorios de bajo page rank.

Links dañados
Links rotos.com

Esta herramienta es un robot validador de enlaces. Detecta los links rotos de la estructura de nuestro sitio y evita que los motores de búsqueda abandonen el escaneo e indexación de nuestras páginas por culpa de un enlace dañado. El modo de funcionamiento es sencillo pero su utilización frecuente resuelve muchos problemas.

Estadísticas
Awstats.com

Se trata de un servicio de estadísticas web. Es increíblemente completo y gratuito. Fundamental para analizar el desempeño y los hábitos de nuestros visitantes. Con una apropiada lectura de los valores, podemos ajustar y corregir errores que hayan pasado inadvertidos por las otras herramientas.

Distribución libre de artículos
Go Articles

Es nuestro directorio preferido de artículos para descargar y publicar. Allí subimos gran parte del contenido realizado en Lázarum.com, para su distribución gratuita en toda la web. Los artículos allí colgados son luego descargados por sitios de discapacidad de todo el mundo y generan cientos de links apuntando hacia nuestras páginas web. Es el recurso más importante para consolidar la popularidad y el alto tráfico de Lázarum.com.

[Volver al Índice](#)

10. Cómo enriquecer el contenido de un sitio de discapacidad

Cada vez que visito un sitio de discapacidad de Argentina siento una gran desazón. Es que no puedo dejar de compararlos con sitios similares de otras partes del mundo que utilizan toda la gama de tácticas y recursos que andan dando vueltas por la Web, para atraer la mayor cantidad de visitantes posibles. Yo me pregunto... si los sitios de discapacidad Argentinos poseen material de excelente calidad y valor ¿Por qué no tratan de presentarlo de manera tal que ello le signifique mayor cantidad de audiencia?

Tal vez la respuesta sea que muchos responsables de los sitios de discapacidad de Argentina no están al tanto de estos simples pero efectivos

trucos, y es por esa razón que aquí les presentaré los más populares de ellos.

Si consideran que alguno de estos tips puede ajustarse al formato de sus sitios, no duden en aplicarlos ya que su efectividad está demostrada en cientos de emprendimientos que ya los utilizan con gran éxito.

Agenda de eventos

Ofrecer una actualizada agenda de los eventos sobre discapacidad que tendrán lugar a lo largo del mes o del año, es una excelente forma de acostumbrar a nuestros visitantes a consultar periódicamente nuestras páginas. Yo les recomiendo para mayor fidelidad, ordenar los mismos en regiones o áreas para aumentar la utilidad de los mismos.

Concursos y premios

A todos nos gusta ganar y los concursos son otra forma de estimular la vanidad de algunos de nuestros usuarios. Este recurso se potencia hasta límites impensables cuando se le agrega la posibilidad de que otros visitantes puedan votar por los concursantes.

Testimoniales

Se trata de presentar las opiniones de algunos usuarios sobre un producto o servicio que resulta de interés para una gran cantidad de personas discapacitadas. Funciona mucho mejor cuando los testimonios están firmados por profesionales o especialistas reconocidos. En caso de no poder contar con alguna “celebridad” es aconsejable incluir el documento de identidad u otro dato que fortalezca al testimonio.

Encuestas

Es una de las formas más populares de captar la atención y el retorno periódico de los usuarios. Consiste en formular una o varias preguntas vinculadas al tema de la discapacidad, y permitir que los visitantes voten por alguna de ellas. Como consecuencia los participantes suelen retornar al sitio para averiguar cómo han sido los resultados, y chequear si ya hay una nueva consulta en el aire.

Mapas

Los mapas son otra forma muy apropiada de capturar la atención de los visitantes, especialmente cuando nos muestran los lugares del país donde se desarrolla la información que estamos consultando. Son por lo general muy valorados, Al tratarse de un recurso escaso en la mayoría de los sitios web.

Blogs

Los blogs son el alimento de la Web. Indudablemente se han transformado en el recurso más eficiente para consultar artículos e información de interés. Todo sitio de discapacidad debe tener uno y brindar la posibilidad

de que los usuarios puedan suscribirse a un "Feed" o RSS del mismo para mantenerse actualizados.

Estos son los recursos más tradicionales para aumentar el tráfico de nuestras páginas. Espero que encuentren en ellos algún dato que no tenían presente. Mucha suerte.



¿Desea tener su propio Motor de Búsqueda sobre discapacidades?

Descargue el Panel de búsqueda de Lázarum.com y permita que sus visitantes rastreen desde su sitio Web y con un solo click, toda la información sobre discapacidad publicada en Google, Yahoo, Msn, Altavista y nuestro Directorio.

Visite:

<http://www.lazarum.com/2/codigo.htm>

Totalmente gratuito

5 Buscadores en un solo Buscador

Fácil de instalar

[Descárguelo aquí](#)

<http://www.lazarum.com/2/codigo.htm>

11. Cómo sacar el mayor provecho de las estadísticas de un sitio de discapacidad

La información que nos brindan los servicios de estadísticas que usualmente instalamos en las páginas de nuestros sitios de discapacidad, tendrán poco o nulo valor si no sabemos cómo leerlas o interpretarlas. Todo responsable de un sitio de discapacidad debe saber qué significan los valores que nuestro servicio de hosting nos brinda diariamente, pero para ello es fundamental antes que nada, tener en cuenta una serie de principios básicos indispensables.

Antes de comenzar

a. Definir cuál es la misión del sitio o blog.

Este punto de partida le dará diferentes sentidos a un mismo valor. Así, no significará lo mismo 150 visitantes que se quedaron 2 minutos en un sitio plagado de artículos para leer o descargar, que 150 que se quedaron 2 minutos en un sitio que es un directorio de discapacidad.

b. Abstenerse de utilizar simples contadores de visitas.

Suponer que un contador de visitas es un recurso que nos brindará algún dato de valor, es uno de los errores más frecuentes de la mayoría de los sitios de discapacidad. (Este inconveniente es más evidente en los blogs y en los servicios de hosting gratuitos).

Una vez definida la razón de ser de nuestro emprendimiento de discapacidad, y de solicitarle a nuestro proveedor de hosting un servicio de estadísticas lo más completo posible, deberemos pasar a interpretar los resultados.

1. Tiempo de duración de las visitas.

No es lo mismo 150 visitantes que permanecieron 2 minutos dentro de un sitio de artículos sobre discapacidades para consultar, que 150 que ingresaron a un directorio de discapacidades.

En el primer sitio (en el de artículos) evidentemente los visitantes no hallaron nada de interés y se retiraron tan rápido como ingresaron.

En el segundo sitio de nuestro ejemplo (el directorio de discapacidades) es lógico que los usuarios entren y que rápidamente se marchen luego de hallar la dirección útil que estaban necesitando.

2. Cantidad de páginas leídas.

El segundo dato más importante en la interpretación de las estadísticas de un sitio de discapacidad, es la cantidad de páginas que leen en promedio cada visitante. Si volvemos a nuestros ejemplos comprenderemos que no es lo mismo 150 visitantes que leyeron 300 páginas en un sitio plagado de artículos e información para consultar, que 150 que leyeron la misma cantidad de páginas en un sitio que básicamente es una lista de direcciones. De más está decir que en el primer caso estaríamos frente a un fracaso, mientras que en el segundo ejemplo se tratarían de valores lógicos.

3. Visitantes únicos

Un dato de gran valor (y que evidentemente un simple contador de visitas no puede brindar) es la diferencia entre los visitantes únicos y las visitas repetidas. Comprobar el promedio de visitantes que deciden volver a consultar nuestro sitio es en cualquiera de los dos ejemplos que estamos tratando, un síntoma de que los usuarios encuentran en nuestras páginas la información útil o de calidad que los motiva a repetir la visita. Si a este valor le sumamos la cantidad de páginas que están leyendo y el tiempo de duración de cada visita, estaremos frente a una serie de datos decisivos para saber si vamos por buen camino o si por el contrario debemos realizar modificaciones en nuestros contenidos.

4. Páginas de entrada y páginas de salida

Resulta de gran importancia saber por dónde entran los visitantes, y más aún saber por dónde se están retirando. (Nuevamente estos datos variarán su significado dependiendo de la misión del sitio).

Conocer las páginas de entrada por donde están ingresando nuestros usuarios, nos indicará si las frases claves que hemos elegido han sido las correctas. Debemos realizar las modificaciones pertinentes, en caso de comprobar que los visitantes están ingresando por cualquier lado menos por las páginas que hemos optimizado en función de las palabras o frases claves más importantes para nuestro rubro.

A su vez deberemos realizar las modificaciones necesarias si comprobamos que los usuarios abandonan nuestro sitio por cualquier página salvo por las que nosotros deseamos que se retiren. (Estas por lo general son las que hemos diseñado con nuestros datos de contacto, donde solicitamos que ellos realicen una compra, completen sus datos personales, etc).

5. Promedio de visitas diarias, mensuales y anuales.

Es indispensable conocer los valores promedio de visitantes y no quedarse con el dato parcial. Evidentemente no es lo mismo 150 visitantes un día que 150 visitantes todos los días. Para que estos valores tengan relevancia, deberemos esperar el tiempo necesario para poder realizar un promedio que nos indique un número certero de la cantidad de visitantes que utilizan nuestro sitio.

6. Favoritos

Algunos servicios de estadísticas brindan un dato que es muy importante para saber el efecto que ha producido nuestro sitio de discapacidad o blog en el ánimo de los visitantes. Este dato es el promedio de personas que luego de recorrer nuestras páginas nos han subido a sus favoritos. Conocer el grado de aceptación de los usuarios nos dará una visión bastante aproximada de las posibilidades de éxito y el destino de nuestro emprendimiento.

Basicamente estos serían los datos principales a tener en cuenta para saber a ciencia cierta si nuestro sitio de discapacidad o blog de discapacidad está transitando un buen camino. Existen una gran cantidad de datos complementarios y más específicos, pero ellos serán tratados en próximos artículos.

Finalmente si a los puntos arriba detallados se les agregan todos los datos referidos a las palabras o frases claves (que casi todos los servicios de estadísticas serios brindan) estaríamos frente a un análisis muy acertado de la salud del funcionamiento de nuestros sitios sobre discapacidades. A continuación presento siete herramientas indispensables para ayudar a monitorear el desempeño de nuestro sitio de discapacidad. La consulta frecuente de los valores que estas estadísticas nos brindan, posibilitarán el ajuste y perfeccionamiento de los aspectos más importantes de los emprendimientos.

Google Analytics

Sin dudas es el servicio de estadísticas gratuito más completo de la Web. Además de la tradicional lista de datos que todo servicio competente ofrece (visitantes únicos, diarios, páginas leídas, página de entrada y salida, etc), Google Analytics nos brinda estadísticas de las campañas de PPC (Adwords). Otras interesantes características son la ubicación geográfica de los visitantes, la velocidad de la conexión y la resolución de pantalla de los mismos.

Su puesta en marcha es muy simple (sólo hay que suscribirse y pegar el código que nos brindan en cada una de las páginas que deseamos monitorear) y podemos acceder al mismo desde la siguiente dirección:

<http://bizsolutions.google.com/services/>

Google Webmaster Tools

¿Deseamos saber qué opina el mayor buscador del mundo acerca de nuestro sitio de discapacidad? Con esta herramienta podemos averiguarlo. Con sólo suscribirnos podemos saber sin esfuerzo qué cantidad de páginas han sido indexadas o si tenemos enlaces con problemas (links rotos). El ranking que ocupa alguna frase optimizada y mucha información útil sobre links externos apuntando hacia nuestro sitio.

La incorporación de estos datos será de vital importancia a la hora de ajustar la estrategia de posicionamiento web diseñada al momento de lanzar nuestro emprendimiento de discapacidad en la Red.

Para acceder a este servicio sólo basta ingresar a la siguiente dirección:
<https://www.google.com/webmasters/tools/>

SEOMoz's Page Strength Tool

Es la empresa más importante de optimización web, y su sitio ofrece a través de su blog, artículos y herramientas una gran cantidad de información útil para determinar el poder de nuestro sitio de discapacidades. Básicamente nos dirá las posibilidades que tiene alguna de nuestras páginas de ubicarse en los primeros puestos de los resultados orgánicos de los principales buscadores.

Para comenzar a utilizar este indispensable servicio:
<http://www.seomoz.org/page-strength>

Sitening.com's SEO Analyzer

Al igual que SEOMoz's, Sitening es una de las más prestigiosas firmas de SEO de la actualidad. Sus herramientas nos informan del potencial y las posibilidades que tienen nuestras páginas de alcanzar un top ten, pero analizando la estructura y la navegabilidad de nuestro sitio.

Para sumarla a nuestras herramientas de optimización cotidianas, debemos ingresar a:

<http://www.sitening.com/seo-tools/seo-analyzer/>

Mike's Marketing Tools

Este sitio presenta dos herramientas que todo administrador de un sitio de discapacidades debe utilizar periódicamente. La Search engine tool nos permite comprobar qué posición tiene nuestro sitio para una determinada frase, en los buscadores más populares de la Web. De esta forma evitamos tener que visitar uno por uno los distintos directorios, averiguándolo todo con sólo pulsar un botón.

La otra herramienta es Link Popularity Tool con la que podremos chequear la cantidad de links que nos recomiendan. El valor de este dato radica en que en realidad nos estará diciendo cuántos links externos nos reconoce cada Buscador y no la totalidad que

tenemos (sólo los links reconocidos por cada Buscador contará a la hora de mejorar nuestra posición en los rankings)

Para acceder a las mismas:

<http://www.mikes-marketing-tools.com/free-marketing-tools.html>

Summit Media's Spider Simulator

Un sitio web puede ser muy atractivo para los ojos de un visitante, pero tal vez sea inaccesible para un robot que rastrea la Web en busca de páginas para indexar. Con esta herramienta nos aseguramos que nuestro sitio es lo suficientemente amigable como para que todo robot que nos visite, sea capaz de indexar la mayor cantidad de páginas posibles. Un simulador de motor de búsquedas que nos permite comprobar la navegabilidad de nuestros sitios de discapacidad y decidir los cambios y ajustes a realizar para mejorar nuestras posiciones en los resultados orgánicos.

La dirección es:

<http://tools.summitmedia.co.uk/spider/>

SelfSEO Page Speed Checker

Una herramienta muy útil para verificar y ajustar el tiempo que tardan nuestras páginas en cargar. Este ajuste evitará la deserción de visitantes por culpa de páginas demasiado pesadas o lentas para desplegarse ante los ojos de los usuarios. Basicamente esta herramienta nos permite saber si debemos hacer modificaciones en nuestros sitios a fin de hacerlos más livianos o si debemos cambiar de servicio de hosting por uno más rápido.

Para acceder a esta útil herramienta deberán ingresar a:

<http://www.selfseo.com/>

[Volver al Índice](#)

12. Comprendiendo a los motores de búsquedas

¿Cómo puede un sitio sobre discapacidades escalar hasta los primeros puestos de los Buscadores más importantes?

En esencia sólo se debe hacer lo que los motores de búsqueda pretenden que nosotros realicemos. En otras palabras sólo debemos hacerle el trabajo más fácil cuando ellos lleguen a indexar nuestras páginas.

Uno.

Los motores de búsqueda no nacieron para estar a nuestro servicio. La principal función de estos robots es la de proveer información de calidad a los visitantes, y esto significa que le otorgarán un mejor puesto en el ranking al sitio que ofrezca la información más útil y original (contenido fresco) por sobre la información copiada de otros sitios (contenido duplicado).

Dos.

Los motores son algo rígidos en sus acciones, y cuando visiten nuestro sitio lo harán de forma automática desde el principio hasta el final. Esto significa que tomarán las primeras líneas de la información html que hayamos pegado al principio de nuestra página index. Debemos entonces procurar que esta información sea relevante para el contenido del resto de las páginas del sitio. Seamos puntuales y evitemos sobrecargar estas líneas fundamentales con bienvenidas irrelevantes. Sin embargo nunca debemos olvidar que nuestro sitio está destinado a servir a las personas. Esto significa que el discurso no debe ser puramente técnico y debe incluir algo de calidez humana.

Tres.

Muchas personas, al momento de ocuparse del posicionamiento de su sitio de discapacidad, se obsesionan con el tema de las palabras clave cuando en realidad deberían ocuparse de las frases. Prestarle atención a una frase por sobre una simple palabra significará una menor competencia en el momento de una búsqueda y una mayor posibilidad de obtener un mejor puesto en la lista de resultados. Por caso si escribimos la palabra ... autismo... en Google, éste nos dirá que encontró 2350000 sitios que contienen esta palabra. Pero si buscamos ... información sobre autismo... Google nos brindará sólo 409000 resultados.

Cuatro.

En todo sitio, el "Title tag" cumple una función primordial al momento del posicionamiento web, y en este punto es muy común que los responsables se tiente en escribir allí el nombre de su proyecto, cuando lo más conveniente es poner la frase clave que mejor describe el contenido que luego encontraremos desarrollado a lo largo de todas las páginas. Por lo general lo que es bueno para nosotros no lo es para un motor de búsqueda, y por ello absténganse de ubicar el nombre de fantasía del sitio al comienzo del Title tag (a no ser que sean los dueños de Ford, Microsoft, Nike o Coca Cola).

Cinco.

Increíblemente, todavía hoy encontramos sitios sobre discapacidad que no tienen un breve párrafo de html al comienzo de la página index describiendo el contenido. Este párrafo, que debe incluir las frases claves que hemos ubicado tanto en el title tag, como en la description tag y el resto de las meta tags, debe ser atractivo tanto para los motores de búsqueda como para el ojo humano. Despreciar el valor que este simple párrafo tiene para el posicionamiento web de un sitio de discapacidad, hace la diferencia entre estar entre los mejores posicionados o cerrar la formación en un cómodo puesto 500.

Seis.

Finalmente debemos ocuparnos del tema de las actualizaciones. En realidad, nadie se pone de acuerdo al momento de opinar sobre este tema. Algunos dicen que conviene actualizar nuestro sitio de discapacidad diariamente, y otros dicen que esto es visto por Google como una acción de spam. Yo en este aspecto recomiendo aplicar el factor humano. Es decir ocuparnos de una actualización periódica, lo más frecuente posible. La dificultad de incorporar contenido valioso es tan ardua, que inclusive si nos proponemos realizarlo diariamente, nos daremos cuenta que lo haremos de forma salteada. Este “inconveniente” será interpretado por los motores de búsqueda como una actualización espontánea y no como una acción spam.

La accesibilidad y los motores de búsqueda

¿Qué es la W3C?

La W3C o Wide World Web Consortium centra su trabajo en desarrollar tareas de educación, difusión y desarrollo de software. Con el objetivo de que la Web alcance su máximo potencial, las tecnologías Web más destacadas deben ser compatibles entre sí y permitir que cualquier hardware o software pueda funcionar conjuntamente. La misión del W3C es: guiar la Web hacia su máximo potencial a través del desarrollo de protocolos y pautas que aseguren su crecimiento.

¿A quién están realmente dirigidas las recomendaciones de esta gran iniciativa?

Es la pregunta que me formulo cada vez que intento utilizar alguno de los sitios más visitados de la web, y mi lector de pantalla no encuentra ninguna forma de acceder a los servicios allí brindados.

Yo me pregunto qué cara pondrán los integrantes de la W3C cuando descubren que la mayoría de las empresas más poderosas del comercio electrónico se ríen de las sugerencias sobre accesibilidad que con tanta dedicación brindan en sus páginas.

¿Qué relación existe entre la accesibilidad web y los motores de búsqueda? En los comienzos de Internet existían numerosos inconvenientes para que una persona discapacitada pudiera, con sus ayudas técnicas correspondientes, acceder a la información presentada en un sitio web. Los gráficos sin sus correspondientes alt text, las páginas desarrolladas completamente en Flash u otros programas de animación y banners como único elemento para promocionar productos y servicios a la venta, hacían de la Red un espacio vedado para cualquier persona afectada por una discapacidad.

La irrupción de la W3C en el escenario trajo una luz de esperanza en el ánimo de todos los usuarios discapacitados, que se sentían bastante frustrados al oír hablar con entusiasmo sobre la Web. En pocos años se pudo apreciar un gran avance de la accesibilidad en la mayoría de los sitios que mejor rankeaban en los principales buscadores. De esta forma,

los más entusiastas auguraban una Red cada día más accesible, donde los problemas de antaño no serían más que un triste recuerdo.

Sin embargo, la realidad demostró otra cosa. Luego de ese impulso inicial, el tema de la accesibilidad y las iniciativas de la W3C sufrieron un estancamiento. El desarrollo de los nuevos portales, las nuevas tecnologías y diseños de sitios web, no sólo no tenían en cuenta a las personas discapacitadas sino que dirigían el desarrollo de nuevos productos y servicios hacia lugares a los cuales ninguna ayuda técnica sería capaz de llegar.

Para comprobar la indiferencia que el entorno del ciberespacio le brinda al tema de la accesibilidad web y las iniciativas de la W3C, basta con darse una vuelta por alguno de los innumerables foros sobre internet frecuentados por los webmasters más famosos del mundo. Allí se podrá comprobar que el tema de la accesibilidad web, ni ahora ni en el pasado, ha ocupado ni siquiera un lugar marginal en el debate cotidiano.

¿Cuál fue la razón por la cual en cierto momento de la historia de Internet, los webmasters comenzaron a aplicar algunas de las iniciativas de la W3C? La respuesta es muy simple. Cuando a comienzos del año 2000, Google comenzó a perfilarse como el lugar necesario a estar para poder hacer negocios en la Web, los webmasters comprendieron que debían diseñar páginas amigables para los motores de búsquedas si deseaban que los mismos indexaran la mayor cantidad de páginas posibles de sus sitios. La coincidencia de que estos robots utilizaran una tecnología similar a algunas de las ayudas técnicas de las personas discapacitadas, motivó que éstas últimas se vieran beneficiadas.

Ahora bien, si las empresas más importantes de Internet le dan la espalda a la mayoría de las recomendaciones de la W3C ¿Qué podemos esperar de aquellas que jamás se preocuparon de los millones de personas discapacitadas que diariamente encuentran en la web una herramienta valiosa para sus vidas?

A todos los escépticos los invito a realizar el siguiente ejercicio. Elijan uno de los sitios más conocidos de la web y chequéenlo con cualquiera de los numerosos test de verificación de accesibilidad que andan dando vueltas por allí. Luego díganme si continúan pensando que los grandes emprendimientos en Internet invierten muchos segundos en leer alguna de las recomendaciones de la Wai.

Es muy duro reconocerlo, pero la realidad demuestra (aunque los integrantes de la W3C se nieguen a reconocerlo) que los avances en la accesibilidad en Internet se debieron más a una casualidad técnica que al interés solidario de los responsables de los sitios web.

Sin embargo tengo la esperanza de que la abrumadora cantidad de valiosa información que se ofrece a lo largo del sitio del World Wide Web

Consortium, gracias al debate y la difusión del panorama reinante, no quedará en la historia como material de consulta sólo para los webmasters independientes que día a día trabajan por una web más justa y accesible para todos.

[Volver al Índice](#)

13.Herramientas gratis para nuestros sitios de Discapacidades

La siguiente es una lista de las herramientas más importantes para mejorar la visibilidad de nuestros sitios y blogs de discapacidades en la Web. Todas ellas son gratuitas y de efectividad comprobada, y es por ello que a todos los interesados en aumentar la cantidad de visitantes de sus emprendimientos de discapacidad, les recomendamos buscar en la Red y utilizar alguna de ellas.

Palabras claves

1.

Good Keywords v2.01

(595 KB) Este software le ayudará a seleccionar las mejores palabras claves para su sitio web. Sirve también para la construcción de frases, ranking de popularidad y la eliminación de palabras inapropiadas. Para Windows 95/ 98/ 2000/ NT/ XP.

2.

Golden Phrases 1.0.3

(391 KB) Es una herramienta que escanea las frases utilizadas por los visitantes para llegar a su sitio web. Guarda la información y le indica la posición de su sitio web en cada buscador según la frase seleccionada. Para Windows 95/ 98/ Me/ NT/ 2000/ XP/ 2003.

3.

PPC Keyword Generator

(1.1 MB)) Es un poderoso generador de palabras claves. Crea más de 100 palabras en pocos segundos y elimina frases duplicadas automáticamente. Para Windows 98 y superiores.

4.

Hixus Keyword Inventor 1.0

(679 KB) Es un analizador de palabras claves. Acelera la búsqueda de palabras claves del Oberture. Para Windows 98/ ME/ NT4.x/ XP/ 2000.

5.

e3KWDCheck 2.5b

(920 KB) Es una liviana y útil herramienta de optimización web, para entre otras cosas analizar la densidad de nuestras páginas web. Para Windows 95/ 98/ 2000/ NT/ ME/ XP.

6.

Get Keywords 1.0

(289 KB) Es un pequeño software que selecciona palabras claves y luego crea sitios web optimizados.

7.

Keyword Digger 1.0

(50 KB) Es una simple herramienta diseñada para buscar en el Overture las palabras claves más buscadas en los meses previos. Provee el número de veces que una palabra fue buscada y brinda más de 100 variantes a esa palabra. Para Windows 9x/ Me/ NT/ 2000/ XP.

8.

AnalogX Keyword Extractor v1.03

(214 KB) Extrae palabras claves de un sitio web, las archiva y brinda un análisis para corregir la impresión que los buscadores tienen del sitio. Un programa antiguo pero todavía muy útil. Para Windows 95/ 98/ 2000/ NT/ XP.

Ranking Tools

1.

Rank Tracker 1.4.2

(5.0 MB) Es una herramienta muy útil para chequear la posición en el ránking de Google de nuestros sitios de discapacidad. También brinda las posiciones en Yahoo y MSN. Permite crear múltiples proyectos y analizar los progresos a lo largo del tiempo. Para Windows 98/ Me/ NT/ 2000/ XP/ Mac/Linux. Java Runtime Environment (JRE) Version 1.4.

2.

WebCEO 6.5

(22 MB) Es una comprensible herramienta de posicionamiento y optimización web, que provee mucho más que la información de las posiciones en los rankings. Requiere un tiempo de aprendizaje, pero el esfuerzo bien vale la pena. Esta es su versión gratuita. Para Windows NT4/ 2000/ XP.

3.

PaRaMeter 1.2

(1.0 MB) Es un verificador y monitoreo de las posiciones de nuestros sitios en el ránking de Google. Brinda con facilidad el page rank de varias páginas a la vez. Para Windows 9X/ 2000/ XP.

4.

M6.net PageRank Checker

(515 KB) Es otro simple verificador de las posiciones en las listas de Google. Para Windows 98/ ME/ NT/ XP/ 2000.

[Volver al Índice](#)



Búsqueda de pareja para personas con discapacidad

Encuentre en El Club del Beso a ese amigo especial, la pareja ideal o al amor de su vida. Encuentros, citas, y amor entre personas afectadas por una discapacidad. Un sitio web seguro y confiable para dejar la soledad a un costado.

Visite:

<http://www.besomasbeso.com>



El Club del Beso

**Para todas las personas discapacitadas
Que no le temen al amor**

14.La importancia de los site maps

El éxito de un sitio de discapacidades estará condicionado por la cantidad de páginas de ese sitio que hayan sido indexadas por los principales motores de búsqueda. Para ello los administradores de estos sitios de discapacidades deben facilitar a los robots la información necesaria, y es por esta razón que los famosos “site maps” han sido creados.

En pocas palabras, un site map le brindará a un motor de búsquedas la posibilidad de scannear sin dificultades todas las páginas de un sitio de discapacidades desde el principio hasta el final del mismo. Adicionalmente le brindará a los usuarios la posibilidad de hallar una información específica o de orientarse en caso de estar perdidos.

Tiempo atrás, los site maps no eran otra cosa que una aburrida lista de links distribuidos en una simple página. En la actualidad se tratan de no sólo enlaces con pequeñas descripciones de sus contenidos, sino que hasta en algunos casos, incluyen desarrollos en Flash o links dinámicos.

Características de un buen site map de discapacidades.

1. Brindar a los robots de los Buscadores la información completa del sitio sin mayores inconvenientes.
2. Ofrecer a los usuarios la información completa de todo el sitio.
3. Brindar un link de texto de cada una de las páginas.
4. Brindar una breve descripción del contenido de cada página.
5. Indicar de un simple pantallazo a dónde debe dirigirse un usuario en caso de estar perdido.
- 6 .Aprovechar los links de texto para posicionar palabras clave de discapacidad.

Consejos para crear un buen site map de discapacidades.

a. Página Home.

El site map debe linkearse desde la página Home. Esto le permitirá a los motores de búsqueda hallar el camino correcto hasta el final del sitio. Comenzar el site map desde cualquier otra página tarde o temprano

provocará que el robot halle un punto muerto y abandone la indexación de páginas.

b. 25 a 40 links.

Algunos Seo's aconsejan que los site maps de discapacidades deben rondar esa dimensión de enlaces para facilitar su comprensión a los ojos de los navegantes. Ellos aseguran que los site maps fueron creados para asistir y no para confundir a los visitantes.

c. Palabras claves.

El título de cada link debe incluir alguna de las palabras más buscadas en la temática de la discapacidad.

d. Descripciones.

Incluya debajo de cada link, una breve descripción (entre 10 y 20 palabras) explicando el contenido de cada página.

e. Actualizaciones frecuentes.

Mantenga su site map actualizado. Cada vez que su sitio crezca, el site map deberá ser actualizado.

Esos son los puntos fundamentales para obtener el máximo provecho de esta importante herramienta.

Finalmente todo sitio de discapacidades debe tener en cuenta que un buen site map debe mostrar de forma rápida y precisa la estructura y contenido de todo el sitio.

[Volver al Índice](#)

15. Blogs como aliados de la Discapacidad

Con el surgimiento de la llamada Web 2.0, se ha podido apreciar una proliferación notable en la cantidad de blogs de discapacidad publicados en la web. La mayor parte de ellos, abordan una variada y útil cantidad de temas que incluyen a la mayoría de las discapacidades. Basta con realizar una simple búsqueda en alguno de los buscadores más populares, para poder acceder a una incontable cantidad de artículos que profundizan en los temas que más les importan a las personas discapacitadas o a sus familiares.

¿Qué es la Web 2.0?

El término Web 2.0 fue acuñado por la compañía O'Reilly Media en 2004 para referirse a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el

intercambio ágil de información entre los usuarios. Los sitios Web 2.0 actúan más como puntos de encuentro, o webs dependientes de usuarios, que como webs tradicionales.

En general, cuando mencionamos el término Web 2.0 nos referimos a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red, dando al usuario el control de sus contenidos.

Sin embargo el motivo principal de este capítulo sobre blogs de discapacidades, no es el de hablar sobre la importancia de las web sociales sino para señalar la atención que los autores de los blogs están depositando a la hora de publicarlos. Concretamente me refiero a la preocupación que gran parte de ellos demuestran por la optimización web. Si bien es muy posible que muchos no sean conscientes de que están utilizando las tácticas más importantes para lograr una buena visibilidad en los buscadores (o que la misma sea predeterminada por los administradores de los servicios de publicación de blogs), muchos otros sí lo son y prestan mucha atención a la hora de resaltar y ubicar en los lugares más importantes para los rastreadores, los conceptos más destacados de la discapacidad.

A continuación van los consejos más importantes a tener en cuenta a la hora de publicar un blog sobre discapacidades, para todos los interesados que aún no están familiarizados con estas simples tácticas.

¿Cómo obtener la mayor cantidad posible de lectores para nuestro blog de discapacidad?

Title tag

Sin lugar a dudas es la táctica más redituable. Ubicar en el título de nuestros blogs de discapacidades alguna de las palabras más buscadas en el tema de la discapacidad, nos dará una ventaja sustancial frente a los demás colegas.

Enlaces

La segunda táctica más importante es crear enlaces a lo largo del artículo con las palabras claves más buscadas en el tema de la discapacidad.

Etiquetas

La mayoría de las plataformas de edición de blogs ofrecen la posibilidad de crear etiquetas para ordenar y hacer más amigable la lectura de los blogs. Utilicen las mismas para ubicar allí las palabras claves más importantes.

Negritas e itálicas.

Los robots de los motores de búsquedas le dan mucha importancia a toda palabra que está en bold o italic. Pinten con estas herramientas las palabras claves de discapacidad.

Densidad.

Traten de repetir las palabras claves tantas veces como sea posible (al comienzo del artículo, en el centro y al final del mismo). Eviten la repetición sin sentido o evidente ya que los motores lo considerarán una táctica de spam y por consiguiente los penalizarán.

Favoritos

Estimulen a sus visitantes a elegir al blog como favorito en caso de que consideren valiosa la información que allí han leído.

Recomendados

Traten de conseguir (mediante el intercambio o la inclusión en los directorios de blogs) la mayor cantidad posible de links externos apuntando a sus propios blogs de discapacidad.

La puesta en marcha de todos estos puntos les asegurará en un tiempo relativamente corto, una visibilidad importante en los principales buscadores de la web. A todos los interesados en profundizar en el tema, les recomiendo realizar una búsqueda por los incontables artículos sobre SEO (Search Engine Optimization) que abundan en la Red y que les brindarán una visión más profunda sobre el tema.

[Volver al Índice](#)



El Club del Beso

Discapacidad no es sinónimo de Soledad

Encuentre sin moverse de su hogar, a esa persona especial, una pareja ideal o al amor de su vida. El Club del Beso fue desarrollado para ayudar

a las personas discapacitadas a hallar amor, amistad o nuevos grupos de amigos.

Visite:

<http://www.besomasbeso.com>



**Para todas las personas discapacitadas
Que no le temen al amor**

Atrévase!

<http://www.besomasbeso.com>

16. Cinco consejos básicos para crear un newsletter sobre discapacidades.

Si usted es el responsable de un sitio de discapacidad y está interesado en lanzar un newsletter, aquí le presentamos una serie de tips para ayudarlo a comenzar.

Por lo general las dudas que a todos se nos presentan en el momento de decidirnos a producir un newsletter sobre discapacidades, son las siguientes...

¿Cuánto tiempo me llevará?

¿Qué tamaño deberá tener y cuántos emails deberé enviar?

¿Qué contenido voy a publicar?

¿Qué sucederá si me quedo sin contenido para enviar?

Las respuestas a estos interrogantes las podemos hallar en los siguientes tres puntos.

- a. Sólo embarcarse en un proyecto de estas características siempre y cuando uno tenga algo de valor para comunicar.
- b. Tratar de que el contenido no sea demasiado extenso ni abrumador.
- c. Designar un modelo específico de formato y tratar de ajustarse al mismo para agilizar la producción y facilitar su desarrollo.

A continuación presentamos cinco modelos de formato. Los mismos pueden ser utilizados individualmente o combinarse entre sí.

1. Consejo de la semana.

Este modelo se basa en brindar un consejo o respuesta a un tema o problemática vinculado a la discapacidad que usted considere que preocupa a la mayor cantidad de personas posibles. Simplemente se trata de...

- a. Elegir un tema
- b. Brindar un consejo para solucionarlo.

Este modelo requiere que todos los números aborden un problema diferente.

2. Top ten.

Este formato es el más aceptado y el que mejor funciona en términos de popularidad. Se trata de crear ránking de los diez mejores. Pueden tratar sobre... “Los diez consejos básicos sobre discapacidad”, “Las diez mejores organizaciones de discapacidad” o “Las diez mejores sillas de ruedas desplegadas”. Trate de no sobrecargar las explicaciones de cada consejo con detalles muy extensos. Un par de líneas por cada ítem serán suficiente.

3. Los 3 mejores.

Para algunos editores, crear una lista de diez ítems puede llegar a resultar una tarea imposible de sostener en el tiempo. En estos casos se puede apelar a reducirla a sólo tres. Para este formato sólo es necesario justificar frente a los lectores y en forma muy detallada, las razones por las cuales pensamos que estos tres únicos ítems son lo suficientemente valiosos como para ser presentados en una lista tan reducida.

4. Antes y después

Este formato se basa en la presentación de un caso vinculado al tema de la discapacidad, antes del comienzo de un tratamiento o terapia específica y luego de un período de aplicación. Por lo general implican un trabajo de

investigación y seguimiento muy arduo, pero son de efectividad comprobada y logran gran fidelización entre los lectores.

5. Checklist.

Por lo general los usuarios se sienten abrumados por la cantidad de newsletters que reciben a diario, y es por esa razón que aprecian mucho a aquellos que deciden brindar la información de forma tal que con una simple mirada a una lista de ítems puedan decidir y ubicar la información que realmente les interesa. En este sentido las checklists son un formato muy valioso para evitar que los suscriptores se borren de nuestros newsletters. Para este formato sólo se requiere

- a. Elegir un tema de discapacidad.
- b. Escribir una breve introducción.
- c. Desarrollar el tema elegido en una lista de varios puntos.
- d. Agregar una breve conclusión.

Trate que el tamaño de toda la información gire entre 1000 y 1500 palabras aproximadamente.

[Volver al Índice](#)

17. Cómo hacer rentable a un sitio de discapacidades

Tal como algunos venimos afirmando en distintos foros, la idea de una Web accesible para todos será poco a poco una fantasía más que una realidad.

A mi juicio, y a diferencia de lo que muchos afirman, la Red será cada día más inaccesible, con sitios especializados para grupos sociales determinados, y en este posible escenario será fundamental la capacidad de rentabilidad de los sitios dedicados a las discapacidades.

En las próximas líneas haré un repaso de las formas actuales más populares de obtener ganancias con un sitio que brinde información gratuita sobre discapacidades.

Programas de afiliados

Como muchos ya sabrán, la forma más común de rentabilizar un sitio web es desplegando banners o links de texto de algún programa de afiliados que ofrezca publicidad. Esta es la forma más sencilla y rápida de obtener dinero. Yo les recomiendo realizar una búsqueda en Google (programas de afiliados) y suscribirse a los que más se ajusten al tema de las discapacidades publicadas en el sitio. En estos casos es conveniente rotar los avisos semanalmente y quedarse con los que mejor funcionen con sus visitantes.

P.P.C.

El sistema Pay per click es otra forma muy difundida de rentabilidad. En este caso los auspiciantes sólo pagan cuando un visitante pulsa el enlace de texto del aviso desplegado. Este sistema es ofrecido en la actualidad por varias empresas, siendo Google con su AdSense la más famosa de todas ellas. En esta clase de programas el único secreto está en saber ubicar los avisos en los lugares estratégicos de nuestras páginas. Lo demás depende del interés de los auspiciantes en el rubro al cual se dedica nuestro sitio. En el caso de la discapacidad, el “click” que deben abonar las empresas es bastante alto en comparación con otros sectores del mercado.

Avisos propios

Es la manera más rentable de todas y se trata simplemente de que el sitio ofrezca y administre en sus páginas, avisos por su cuenta. En este caso es requisito fundamental tener gran cantidad de tráfico calificado (1000 diarios aproximadamente).

Para ello es fundamental posicionarse en lo más alto de las listas orgánicas de los buscadores más populares y demostrarle a las empresas del sector, estadísticas confiables que justifiquen pagar el precio de un aviso en nuestro sitio.

Dealer program

Este sistema es muy similar a los programas de afiliados pero son por lo general mucho más rentables. Lamentablemente no son en el mercado hispanoparlante tan comunes como en el anglosajón, aunque seguramente con el tiempo serán cada vez más populares.

Se trata de ofrecer en una página de nuestro sitio (con nuestra propia diagramación y diseño) uno o varios productos relacionados con el tema de la discapacidad fabricados por otra empresa. La parte más interesante es que debido a que está bajo nuestro entorno web, tenemos el control y las estadísticas de ventas, ocupándose la empresa madre de todo lo referido a la administración, cobro y envíos.

Productos o servicios propios

Internet posee características de marketing imbatibles y la ventaja que brinda, en el aspecto costo-contacts la convierten en la herramienta ideal para cualquier emprendimiento que desee vender sus propios productos o servicios. Esto se debe a que no existe en el medio otra forma de marketing que posibilite llegar de forma tan económica a miles de personas a la vez. En esta opción el problema radica en que el sitio web deberá hacerse cargo de la administración, comercialización y distribución lo que en algunos casos es un dilema más grande que el propio hecho de monetizar un sitio web de discapacidad.

Confío en que algunos de estos datos garantizarán la vigencia de numerosos sitios gratuitos sobre discapacidades en la Red. Espero que algo de lo aquí e brindado sea de alguna utilidad para garantizar la

permanencia de la mayor cantidad de sitios sobre discapacidades que brindan información útil y gratuita en la Red.

[Volver al Índice](#)

18. Los 7 mejores consejos para espantar visitantes

Para finalizar, detallaremos los errores más comunes que solemos descubrir en algunos sitios de discapacidad y que por alguna misteriosa razón los administradores de estos emprendimientos insisten en aplicar. Estos errores son los que provocan una baja audiencia y la frustración de los responsables del sitio al comprobar que sus esfuerzos son recibidos por una cantidad mínima de usuarios.

Es por esta razón que hemos elaborado esta práctica lista para todos aquellos interesados en recibir pocos visitantes. Su efectividad está garantizada.

1. Brinde a sus visitantes demasiadas opciones.

Poder optar por varias opciones es bueno, pero tener demasiado para elegir puede ser confuso. Según el profesor Barry Schwartz, en su ensayo *the paradox of choice* ...“A mayor cantidad de opciones, es menor la cantidad de decisiones que toman las personas”.

2. Brinde a sus visitantes demasiada información para procesar.

Un buen sitio de discapacidad se basa en qué información vale la pena incluir y cuál descartar. Sea puntual y focalise el contenido de su sitio en el tema concreto que lo motivó a ponerlo en el aire, y no trate de abarcarlo todo como si se tratara de la góndola de un supermercado.

3. Brinde a sus visitantes demasiadas distracciones irritantes.

Tratar de hacer redituable un sitio de discapacidad mediante la publicación de banners y avisos rentados es correcto, pero llenar el sitio de publicidad de terceros sólo provocará que las personas pulsen links hacia otros sitios y que jamás encuentren la información por la cual en realidad ingresaron.

4. Brinde a sus visitantes demasiadas señales de alerta.

Si usted sinceramente desea que sus visitantes salgan corriendo de su sitio, trate de brindar la menor confianza posible. Para ello sólo hace falta evitar incluir en nuestras páginas toda clase de información de contacto. Evitando incluir correo electrónico, dirección del establecimiento o teléfonos, logrará que los visitantes piensen que en caso de tener algún inconveniente con los servicios o productos allí ofrecidos, no podrán contactar a nadie para efectuar un reclamo.

5. Brinde a sus visitantes demasiado contenido irrelevante para leer. Algo peor que sobrecargar su sitio de discapacidad con demasiada información, es llenarlo de datos que nada tienen que ver con el tema de la discapacidad. Si bien la temática está vinculada con la salud, abrumar a los visitantes con dietas para adelgazar o tratamientos para evitar la caída del pelo, sólo distraerán a los usuarios y los motivarán a que abandonen el lugar en busca de un sitio que realmente les ofrezca lo que en realidad están buscando.

6. Brinde a sus visitantes demasiados bloques pesados de texto para leer. Llene su sitio de interminables bloques de texto con “condiciones de contrato” o “Política del sitio” que ni siquiera un equipo de abogados expertos puede comprender, y no sólo logrará la fatiga de sus visitantes, sino además que jamás encuentren la información que en realidad estaban buscando.

7. Brinde a sus visitantes demasiadas buenas razones para pulsar links externos.

El intercambio de links relacionados con el tema de la discapacidad, no sólo es recomendable sino además indispensable para la salud de su sitio y de la Web en general, pero la ubicación de los mismos en lugares demasiado prominentes sólo provocará que sus visitantes abandonen su sitio sobre discapacidad antes de tiempo. Los links recomendados deben ser un servicio extra pero deben estar dispuestos en las páginas de manera que no compitan con el contenido principal del sitio que los nuclea. El buen diseño y la correcta diagramación, deben garantizar que ningún visitante abandonará nuestras páginas sin antes encontrar la información, servicio o producto que ha venido a buscar.

Si usted es el responsable de un sitio cuya temática está vinculada al tema de la discapacidad, y por algún motivo particular y oculto desea que nadie o muy pocas personas visiten sus páginas, lea con atención los puntos arriba detallados y trate de aplicarlos en su sitio web. Desde estas páginas les aseguramos que logrará su cometido y en caso de que algún visitante acceda al mismo, saldrá huyendo más rápido de lo que tardó en ingresar.



LAZARUM

¿Desea tener su propio Motor de Búsquedas sobre discapacidades?

Descargue el Panel de búsquedas de Lázarum.com y permita que sus visitantes rastreen desde su sitio web y con un solo click, toda la información sobre discapacidad publicada en Google, Yahoo, Msn, Altavista y nuestro Directorio.

Visite:

<http://www.lazarum.com/2/codigo.htm>

Totalmente gratuito

5 Buscadores en un solo Buscador

Accesible para personas discapacitadas

Fácil de instalar

Descárguelo aquí

<http://www.lazarum.com/2/codigo.htm>

19. Conclusión

Aunque parezca extraño, el posicionamiento de un sitio web en los principales Buscadores y el tema de la discapacidad tienen más puntos en común que diferencias. Permítanme explicarlo en detalle. Tal como lo señalé en las primeras páginas de este libro, todo sitio publicado en la web (cualquiera sea la temática a la cual haga referencia) debe tener visitantes para justificar su razón de ser. ¿Qué sentido tiene trabajar meses en el desarrollo de un sitio, si después sólo lo van a visitar un puñado de nuestros amigos o parientes? El tráfico web es un aspecto de internet tan importante como la calidad de la información en él volcada. Sin embargo la mayoría de los responsables de las páginas publicadas se ocupan del tema sólo cuando comprueban que a su sitio no lo visita prácticamente nadie. Con demasiada frecuencia se acercan a mí personas que han creado y subido a la Web un espacio vinculado al tema de la discapacidad. Me piden que les de una mirada y que les diga qué me parece. Por lo general se tratan de emprendimientos realizados con mayores o menores recursos pero que en su mayoría ofrecen una serie de servicios o datos de gran valor y utilidad.

Pero basta una simple visita para comprobar que en el armado de los mismos se han omitido una serie de puntos básicos que toda página web debe contemplar para que los motores de búsqueda de los directorios más populares puedan hallarlas e indexarlas a sus listas de resultados. Estos puntos básicos son de fácil implementación y pueden encontrarse detallados en cientos de documentos esparcidos en la web. Sólo basta con escribir en Google (o en cualquier otro buscador) la frase "posicionamiento web" y saldrán ciento de páginas que nos ofrecerán la información deseada. Sin embargo, y a pesar de lo simple y difundido del tema, aún encontramos sitios que demuestran no haber oído hablar sobre la importancia del mismo.

En los artículos publicados en este libro, he tratado de ofrecer un resumen de las tácticas más utilizadas para superar el fantasma de la indiferencia que invariablemente asecha a todo proyecto en Internet. Por último, a continuación presento una serie de puntos aún más básicos que indefectiblemente todo sitio web debe tener en cuenta si desea tener una oportunidad en ese esquivo espacio de datos e información que es la Web.

7 Características fundamentales de un sitio web exitoso

1. Correcta selección de palabras clave

La elección de las palabras clave que identificarán al sitio para que luego los motores de búsqueda puedan indexarlo, es el primer paso a dar inclusive antes de comenzar a diseñar el contenido. De la correcta elección de las mismas dependerá el éxito o el fracaso de todo el proyecto. El secreto no está en utilizar las frases más buscadas por los visitantes, sino

en descubrir las más buscadas pero las de menor competencia. Consideren emplear software o páginas web desarrolladas para ayudar a elegir las frases más utilizadas por los usuarios en internet, como Overture, GoodKeywords, Wordtracker.com o Nichebot.com, y utilicen las mismas para escribir los titles tag, encabezados, links, y las primeras líneas de los textos html.

2. Diseño simple.

Sean claros y profesionales. No olviden comunicar la razón de ser del sitio y su correcto funcionamiento. No den por seguro que un visitante (o un motor de búsqueda) sabrá de antemano de qué se trata el servicio o información que están brindando. En resumen, expliquen de forma simple y práctica la correcta forma de sacar el mayor provecho al sitio, y utilicen texto html para lograrlo.

3. Google.

Todos los buscadores utilizan diferentes mecanismos o algoritmos para ubicar e indexar las páginas, pero hasta que el panorama demuestre lo contrario conviene optimizar nuestro sitio según los parámetros de Google. Procuren armar un detallado site map y mantengan sus páginas no más lejos de 3 clicks de distancia de la página principal. El simple hecho de que todas las páginas del sitio estén enlazadas a la index page ayudará a los motores de búsqueda a actualizar el sitio a los directorios. Si son nuevos en el tema del diseño web, les recomiendo consultar Google's Webpage Creator, donde les ayudarán a desarrollar un sitio fácil de indexar.

4. Navegabilidad.

Procuren ofrecer una amplia variedad de links distribuidos tanto arriba como al final de cada página, para que los visitantes (robots o humanos) puedan recorrer el sitio a gusto. Chequeen periódicamente los enlaces ya que tanto a los motores de búsqueda como a los usuarios no les gustan los links rotos.

5. Contenido fresco.

En Internet la información es la reina. Traten de ofrecer información útil y original. Eviten reproducir datos o artículos copiados de otros sitios ya que Google tiene la capacidad de detectar el contenido duplicado y penaliza con una mala posición en la lista de resultados a los sitios que abusan de esta práctica.

6. Favoritos.

Trabajen arduo para desarrollar un proyecto valorable. Intenten crear un sitio web que valga la pena ser visitado, y que provoque en los usuarios el deseo de volver al mismo de forma periódica y constante. Chequeen diariamente cuál es el porcentaje de usuarios que los eligen como favoritos y no olviden ofrecer la opción "Agregue esta página a sus favoritos" a lo largo de todo el sitio.

7. Destacable

Traten de diferenciarse del resto. En lo posible intenten crear un sitio web original que brinde un servicio o información que se destaque de los demás sitios de la web. En caso de que esto no fuera posible, traten de encontrar una forma creativa de presentación y comunicación.

[Volver al Índice](#)

20.Acerca del autor



Néstor De Luca es uno de los editores ciegos de Lázarum.com (El Buscador especializado en discapacidad)

<http://www.lazarum.com>

Es licenciado en Diseño y comunicación visual de la Universidad de Buenos Aires, y trabajó como director de arte en estudios de diseño y agencias de publicidad hasta perder la vista a causa de un tumor cerebral (1997). Desde 2005 administra junto a un equipo de personas ciegas, un motor de búsquedas accesible para personas discapacitadas y brinda charlas sobre accesibilidad web en universidades e instituciones vinculadas al tema de la discapacidad.

Desde 2007 es consultor de "El Club del Beso" un portal web especializado en relaciones de amor y amistad para personas discapacitadas.

<http://www.besomasbeso.com>

Nota del autor: El contenido total o parcial de este libro puede ser libremente reproducido. Para ello sólo basta incluir la información publicada a continuación:
“Esta información pertenece a Lázarum.com (El Buscador especializado en discapacidad).

<http://www.lazarum.com>

Encuentre sin inconvenientes todo lo que necesita sobre discapacidad. Cinco buscadores en un solo buscador, accesible para personas discapacitadas”.

[Volver al Índice](#)



LAZARUM

Buscador de información accesible para personas discapacitadas

Lázarum.com es un motor de búsqueda desarrollado para facilitarle a las personas afectadas por una discapacidad, el acceso total a la información publicada sobre este tema en la Web. Con un simple click rastrea los datos más relevantes sobre discapacidad en los cinco buscadores más populares de Internet.

Visite:

<http://www.lazarum.com>

Totalmente gratuito

5 Buscadores en un solo Buscador

Accesible para personas discapacitadas

Fácil de utilizar

Visite

<http://www.lazarum.com>