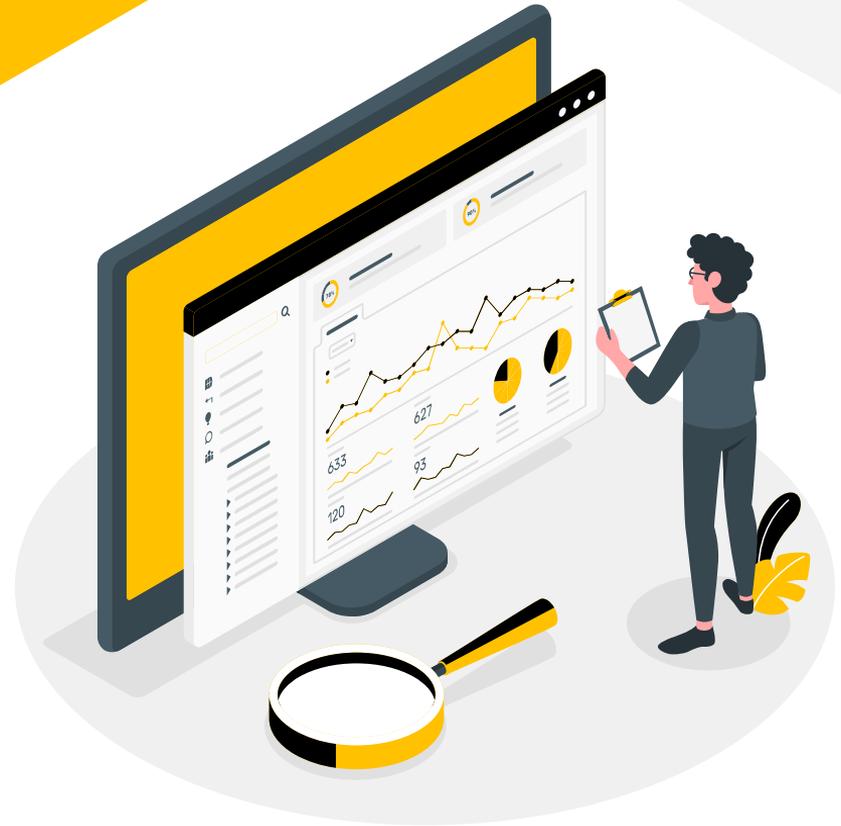


Prácticas de SEO para incrementar el posicionamiento de los contenidos a través de redes sociales.

Presentan:

Irene Gabriela Sánchez García
Juan Manuel Castillejos Reyes
DGTIC, UNAM.



28 de marzo, 2022.

Objetivo

Describir los elementos y factores de SEO off page que ayudan a la visibilidad de los contenidos en sitios web que se difunden a través de las redes sociales.



Tipos de posicionamiento



Posicionamiento web: Es necesario un trabajo bien ejecutado en diversos frentes:

- A. SEO on page: Aplicación adecuada de prácticas de SEO on page donde se publicarán dichos contenidos (página web); y con estos factores los motores de búsqueda pueden indexarlos y posicionarlos lo mejor posible.

- B. SEO off page: Estrategia que se lleva a cabo fuera del sitio web pero contribuyen a mejorar su posicionamiento, promocionar la web y construir la reputación online.

¿Cuál es más efectivo?



¡Los dos!

¿Cómo se complementan?

El SEO On Page es esencial, pero por sí mismo no garantiza un buen posicionamiento, especialmente cuando luchas en nichos competitivos.

Apoyarnos en el SEO Off Page, ayuda a ganar autoridad y posicionamiento en las búsquedas.



Modelo para evaluar el nivel de madurez de la **Visibilidad Web de Sitios Institucionales**



<https://www.visibilidadweb.unam.mx>

SEO on page

Acciones para mejorar el posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda, optimizando de manera individual el contenido y las etiquetas de las páginas.



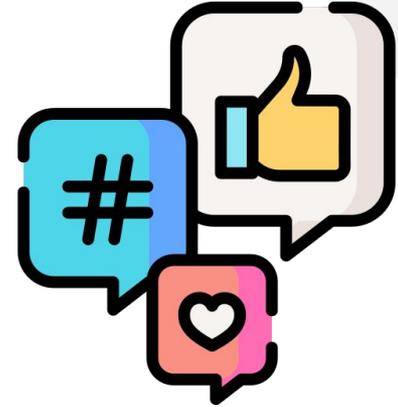
Puente entre la institución y el público



Optimizar el **SEO on page y off**: encontrar la información y entender el contenido publicado en el sitio web.

Supervisar el uso de:

- **Palabras clave**
- **Redes sociales**

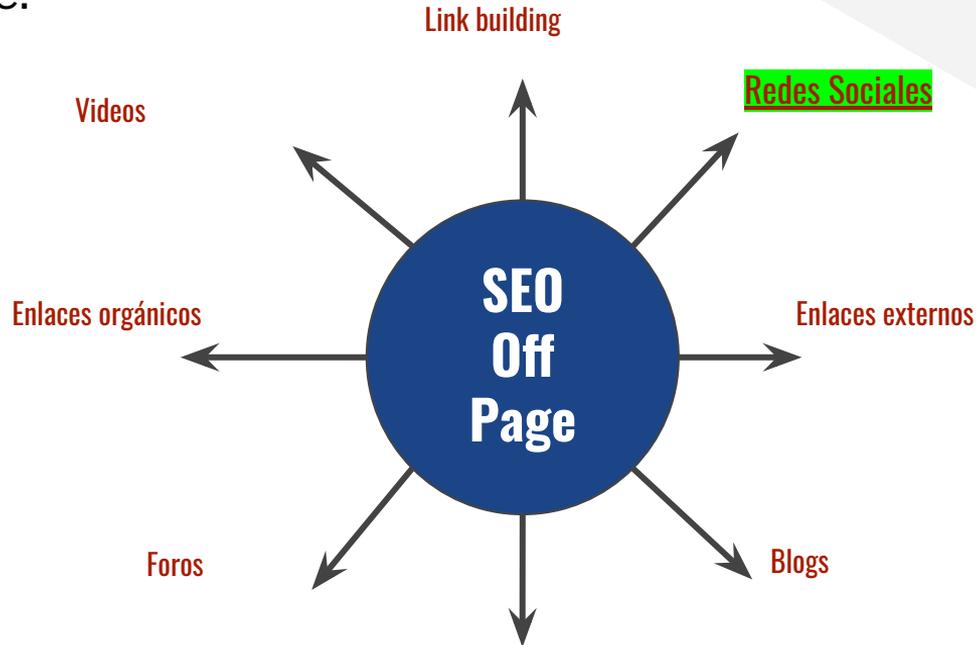


Es primordial realizar un estudio sobre las palabras claves estructuradas y priorizadas.

- Google trend: Volúmenes de búsqueda de los términos (conocer al público objetivo).
- Lista con propuestas de palabras clave (apoyo de herramientas)
- Análisis de las palabras clave

SEO off page

Acciones para ganar **visibilidad** a través de redes sociales, desde insertar las referencias sociales en el sitio web hasta utilizar plugins para compartir en redes y promocionar contenidos por todos los medios y plataformas que estén a nuestro alcance.



Importancia de las RS en la visibilidad de contenidos

BOLETOS Guía quincenal

#PodcastCulturalUNAM

CulturalUNAM

ACTIVIDADES CULTURALES
ACTIVIDADES ACADÉMICAS
CONVOCATORIAS

Podcast

Prototipos para navegar: Medios inestables: memoria y cultura digital

En tu hogar

18 marzo 2022 → 25 marzo 2022

Buscador de eventos

Actividad

Recinto

Por fecha

Inicial

Final

Por palabra

Buscar

Música

OFUNAM Primera temporada 2022. Programa 5

CCU, Sala Nezahualcóyotl

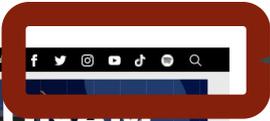
27 marzo 2022

Danza

TCUNAM Poesías danzadas

CCU, Sala Miguel Covarrubias

27 marzo 2022



RS
institucionales

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Acatlán

Trámites y servicios Alumnos Académicos Administrativos Aviso de Privacidad Tienda Acatlán

Inicio Conoce la FES Licenciaturas Posgrado Cursos y Diplomados Investigación Cultura Deportes Idiomas

nuevaerafilms

25 TOUR DE CINE FRANCÉS

TEATRO JAVIER BARRÓS SIERRA

AVISOS

CULTURA CUARTETO DE CUERDAS - TEMPORADA PRIMAVERA

DEPORTES GIMNASIO FES ACATLÁN

IDIOMAS INSCRIPCIÓN Y REINSCRIPCIÓN CURSOS SABATINOS 2022-2

Lunes 28 de marzo, 2022

MÁS INFORMACIÓN

MÁS INFORMACIÓN

MÁS INFORMACIÓN

CONSULTA MÁS AVISOS

YouTube facebook twitter Instagram

SALA DE PRENSA

DEL DIRECTOR

PC PUMA

DIFUSIÓN

IDENTIDAD FES ACATLÁN

Resurge la vida universitaria



Elementos de difusión



¿Qué considerar?

- Objetivo institucional
- Definir los objetivo general y específicos
- Establecer el público objetivo
- Establecer los canales de difusión
- Definir el tipo de contenido
- Establecer métricas de visibilidad
- ...



¡Importante!

- Cuentas oficiales
- Identificadas en el sitio web oficial
- Iconos visibles
- Cuentas activas-vigentes
- Perfil social optimizado



¿Qué se quiere comunicar?



UNAM @UNAM_MX · 1h

¿Sabías que el 17% de los alimentos en el mundo se desecha? Mientras tanto, 690 millones de personas pasan hambre. Dale [#UNAMiradaAlaCiencia](#) para disminuir tu desperdicio de comida > bit.ly/36OLzUv
[#UNAM100AñosDeMuralismo](#)



UNAM **Mirada a la Ciencia** La UNAM presenta el gobierno de los científicos al alcance de nuestros lectores www.unam.mx/ciencia.unam.mx

Desperdicio de comida ¿Cómo afecta?

El 17% de los alimentos disponibles en el mundo se desperdicia. Desaprovecharlos tiene consecuencias ambientales, sociales y económicas.

¿Qué haces con los alimentos que no te gustan o se echan a perder? Muy probablemente, igual que la mayoría de la gente, los tiras a la basura. Con esto, sin darnos cuenta, contribuimos a un problema de gran escala.

Y es que, según el Índice de Desperdicios de Alimentos 2021 del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (IPNUMA), durante 2019 aproximadamente 931 millones de toneladas de comida se desperdiciaron en el mundo, de las cuales casi la mitad son frutas y verduras.

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), esta cifra equivale a 23 millones de camiones de 40 toneladas, completamente cargados de alimentos; puestos en fila, darían siete vueltas a la Tierra.

“El desperdicio de alimentos sucede a lo largo de toda la cadena de valor, que empieza con la producción, continúa con el procesamiento, el almacenamiento y la distribución, y termina en el consumo”, advierte el doctor David Monachon, investigador de la Coordinación Universitaria para la Sustentabilidad de la UNAM.

Consecuencias del desperdicio
La pérdida de alimentos lleva al desperdicio de recursos como tierra, agua, energía y supone emisiones innecesarias de CO₂, incluidos los recursos y la energía necesarios para cultivarlos y transportarlos a los mercados. Por ejemplo, para producir un kilogramo de carne se utilizan 15, 100 libras de agua.

“A estos daños habría que agregar la producción de gases de efecto invernadero emitidos por la producción ganadera, así como los que resultan de la fertilización de los campos donde se produce su comida, ya que alrededor de 40% de los camiones producidos en el mundo se destinan a la alimentación del ganado; así también, los efectos de la deforestación y los cambios en los usos de suelos relacionados con la cría de ganado”, detalla el doctor Monachon.

“Asimismo, el desperdicio de comida afecta el bolsillo de las personas, pues aparte de haber pagado por un producto que va a terminar en la basura, también impacta en el mercado en general, ya que el costo del desperdicio de los alimentos está contemplado en los precios aplicados por los vendedores al consumidor”, explica el investigador.

La mayoría de los alimentos que se desperdician provienen de los hogares, seguido de los que se generan en los servicios alimentarios como restaurantes, hoteles y escuelas; la tercera fuente de desperdicio son los negocios tipo mercados.

Recomendaciones para disminuir el desperdicio de comida

- Comparar de forma planificada y la cantidad adecuada.
- Revisar la fecha de caducidad de los alimentos. Si la fecha de un alimento está cerca, se puede congelar.
- No deschar las frutas y verduras porque se ven “feas”.
- Aprovechar los residuos orgánicos; por ejemplo, para hacer composta.
- Mantener el refrigerador a una temperatura de aproximadamente 5 °C para que los alimentos se mantengan en buen estado.
- Aprender nuevas recetas para no olvidar los alimentos en el refrigerador.
- Privilegiar las compras directas a productores con el fin de evitar a los intermediarios y largas distancias, lo que indirectamente reduce los riesgos de mermas entre el productor y el consumidor final.

Mientras se desperdician cientos de millones de toneladas de alimentos, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 690 millones de personas en el mundo pasaron hambre durante 2019, un número que se espera aumente de manera importante como consecuencia de la pandemia de COVID-19.

Texto: Cecilia Durillo; Diseño: Javier Hyslop; Imágenes: Shutterstock.com

Busca más información en www.ciencia.unam.mx
Escribenos a contactocienciaunam@igdc.unam.mx

Director General: Dr. César A. Domínguez Pérez; Tjeda, Director de Medios: Silvia Arellano Hernández; Subdirectora de Medios Sociales: Rosalva Álvarez; Subdirectora de Información: Ana Cristina Chávez; Coordinadora de Relaciones Públicas: Claudia Saucedo; Coordinadora de Diseño: Sarahi Rojas; Distribuidora: Cristina Martínez y Gabriela Sotelo; Support Web: Rocío Pichardo; © 2022, IGDC UNAM

¿Qué se quiere comunicar?

No es seguro | actividades.iiec.unam.mx/economia-fiscal-financiera-2022

XXII Seminario de Economía Fiscal y Financiera



Crédito público y privado. Experiencias nacionales y globales en la crisis actual

Del 29 al 31 de marzo de 2022

Coordina: Alicia Girón

Hoy, más que nunca, después de un confinamiento global y de una pandemia que sigue obstaculizando el crecimiento económico, a pesar de que las vacunas han sido la alternativa para regresar a la vida económica, resulta que el deben de reencontrarse a partir de una participación directa del Estado.

Por lo tanto, la inversión pública y privada son estratégicas en regiones como Asia, África y América Latina, observar el papel de la banca central para disminuir las desigualdades y la apertura a las inversiones a los corporativos em inciden en el rediseño de un mapa de inversiones en función de un proyecto global, hegemónico e imperial. Por ello, en esta ocasión el XXII Semecofin descansa en los académicos que rodean el Programa Universitario de Estudios para intercambiar un análisis desde la economía financiera el desenvolvimiento de una pandemia financiera, ecológica y digital.

Es por ello por lo que este seminario de investigación contempla el estudio de procesos de regulación y gestión global, junto con las diferentes formaciones institucionales para la inversión regional y local. Asimismo, recupera el pler inversión pública, especialmente en su dimensión social, que posibilite considerar las mayores transformaciones demográficas y tecnológicas en las siguientes décadas.

Transmisión por YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC6cdOI93Hegb-L_jb0o45iQ

- Fechas importantes - [Mostrar](#)

- Programa - [Mostrar](#)



UNAM @UNAM_MX · 7h

Hacia la recuperación de la vida económica 📈. En el [#Seminario](#) del [@IIEc_UNAM](#), conocerás los procesos de regulación y gestión global, junto con las diferentes formaciones institucionales para la inversión regional y local > bit.ly/3utYzOI
[#UNAM100AñosDeMuralismo](#)



¿Qué se quiere comunicar?

instagram.com/p/CbRgJrDu003/



unam_mx • Siguiendo
Estadio Olímpico Universitario

unam_mx Las jugadoras y los jugadores Pumas del futbol soccer en la foto oficial, con toda la garra y entusiasmo. ¡#GOYA!
#UNAM100AñosDeMuralismo

1 sem

p.yola

1 sem Responder

amsmnewlife Que belleza Goya!!

1 sem 1 Me gusta Responder

marthawaits

1 sem Responder

viridiana.montiel.14

1 sem 1 Me gusta Responder

¿Qué se quiere comunicar?



UNAM_MX

47.200 suscriptores

INICIO

VÍDEOS

LISTAS

COMUNIDAD

CANALES

INFORMACIÓN



Licenciatura en Turismo y Desarrollo Sost...



0:05 / 4:28



Licenciatura en Turismo y Desarrollo Sostenible, carrera núm. ...

1522 visualizaciones · hace 6 meses

El Consejo Universitario de la UNAM crea la licenciatura en Turismo y Desarrollo Sostenible, la carrera núm. 131 en la Universidad Nacional.

Gestión de las Redes Sociales

- Programación
 - Contenido
 - Texto, imágenes, videos
 - Enlaces activos
 - Periodicidad y horario
- Seguimiento/monitoreo
 - Mejora continua

Perfil social optimizado

- Nombre
- Nombre de usuario en la URL
- Foto y fondo de perfil
- Enlace a sitio web institucional
- Datos de contacto
- Descripción o información
- Actividad

Perfil institucional



unam_mx 

Enviar mensaje



2,824 publicaciones

668k seguidores

270 seguidos

UNAM

Universidad

 Comparte tus mejores fotos, videos y creaciones inspiradas en la Universidad Nacional Autónoma de México con los HT #UNAM, #PostalUNAM y #DibUNAM.

www.unam.mx



UNAM_MX

47,200 suscriptores

INICIO

VÍDEOS

LISTAS

COMUNIDAD

CANALES

INFORMACIÓN

Descripción

Canal oficial de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es Patrimonio Cultural de la Humanidad, Premio Príncipe de Asturias y Alma Mater de tres Premio Nobel. Esto y más es la UNAM, eres Tú.

Detalles

Para consultas comerciales: unamyoutube@gmail.com

Enlaces

UNAM

Facebook

Twitter

Instagram

Spotify



Perfil institucional



UNAM, 100 AÑOS DE MURALISMO

 **UNAM Universidad Nacional Autónoma de México**
@UNAM.MX.Oficial · Universidad

Enviar correo

Inicio Información Instagram Fotos Más

Te gusta Mensaje

Información

Ver todo


Avenida Universidad 3000
04510 Ciudad de México,
México

Página oficial de la Universidad Nacional Autónoma de México. Patrimonio Mundial de la Humanidad.

A 3,300,522 personas les gusta esto, incluidos 90 de tus amigos

3,420,465 personas siguen esto

148,341 personas registraron una visita aquí

<http://www.unam.mx/>

55 3466 9653

Enviar mensaje

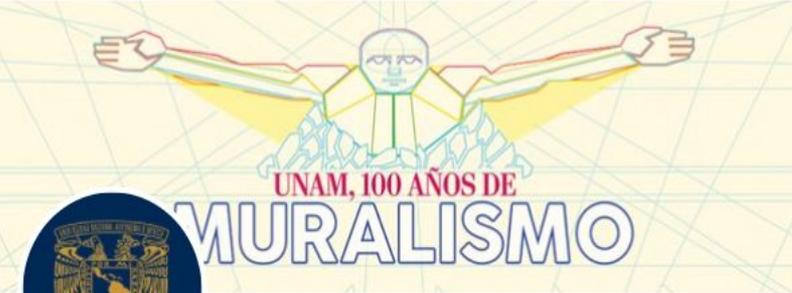
contacto@unam.mx

Universidad


UNAMGLOBALUNAMMX
¿Cómo y cuándo será el fin del universo? | UNAM Global
Nada es para siempre, ni siquiera el universo. Eventualmente será u...
7 Me gusta 2 veces compartido
Comentar Compartir
Escribe un comentario...


UNAM Universidad Nacional Autónoma de México
El Colegio Nacional (México) llega a la ENES Unidad Morelia, UNAM,
...

← **UNAM** 
87,4 mil Tweets



UNAM, 100 AÑOS DE MURALISMO



Seguir

UNAM 
@UNAM_MX

La Universidad Nacional Autónoma de México tiene como propósito estar al servicio del país y la humanidad mediante educación, investigación y difusión cultural.

Educación Mexico unam.mx Se unió en junio de 2009

597 Siguiendo 3,3 M Seguidores

Seguimiento de las RS

No es seguro | actividades.iiec.unam.mx/economia-fiscal-financiera-2022

XXII Seminario de Economía Fiscal y Financiera



Crédito público y privado. Experiencias nacionales y globales en la crisis actual

Del 29 al 31 de marzo de 2022

Coordina: Alicia Girón

Hoy, más que nunca, después de un confinamiento global y de una pandemia que sigue obstaculizando el crecimiento económico, a pesar de que las vacunas han sido la alternativa para regresar a la vida económica, resulta que el deben de reencontrarse a partir de una participación directa del Estado.

Por lo tanto, la inversión pública y privada son estratégicas en regiones como Asia, África y América Latina, observar el papel de la banca central para disminuir las desigualdades y la apertura a las inversiones a los corporativos em inciden en el rediseño de un mapa de inversiones en función de un proyecto global, hegemónico e imperial. Por ello, en esta ocasión el XXII Semecofin descansa en los académicos que rodean el Programa Universitario de Estudios para intercambiar un análisis desde la economía financiera el desenvolvimiento de una pandemia financiera, ecológica y digital.

Es por ello por lo que este seminario de investigación contempla el estudio de procesos de regulación y gestión global, junto con las diferentes formaciones institucionales para la inversión regional y local. Asimismo, recupera el pler inversión pública, especialmente en su dimensión social, que posibilite considerar las mayores transformaciones demográficas y tecnológicas en las siguientes décadas.

Transmisión por YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC6cdOI93Hegb-L_jb0o45iQ

- Fechas importantes - [Mostrar](#)

- Programa - [Mostrar](#)



UNAM @UNAM_MX · 7h

Hacia la recuperación de la vida económica 📈. En el [#Seminario](#) del [@IIEc_UNAM](#), conocerás los procesos de regulación y gestión global, junto con las diferentes formaciones institucionales para la inversión regional y local > bit.ly/3utYzOI
[#UNAM100AñosDeMuralismo](#)



Visibilidad web a través de RS

Dimensión primaria: Default Channel Grouping Fuente/Medio Fuente Medio Otros ▾

Incluir en gráfico

Dimensión secundaria ▾

Ordenar por tipo:

Predeterminado ▾



avanzado



	Default Channel Grouping	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
		Usuarios ? ↓	Usuarios nuevos ?	Sesiones ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?	Tasa de conversión del objetivo ?	Objetivos cumplidos ?	Valor
		24.050 % del total: 100,00 % (24.050)	21.750 % del total: 100,00 % (21.750)	26.770 % del total: 100,00 % (26.770)	75,81 % Media de la vista: 75,81 % (0,00 %)	1,48 Media de la vista: 1,48 (0,00 %)	00:01:14 Media de la vista: 00:01:14 (0,00 %)	0,00 % Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	0 % del total: 0,00 % (0)	0, % de
<input type="checkbox"/>	1. Organic Search	20.020 (82,57 %)	18.013 (82,82 %)	21.885 (81,75 %)	78,16 %	1,42	00:01:07	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 U
<input type="checkbox"/>	2. Direct	3.542 (14,61 %)	3.178 (14,61 %)	4.112 (15,36 %)	65,25 %	1,71	00:01:43	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 U
<input type="checkbox"/>	3. Referral	570 (2,35 %)	462 (2,12 %)	654 (2,44 %)	65,44 %	1,76	00:02:11	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 U
<input type="checkbox"/>	4. Social ←	113 (0,47 %)	97 (0,45 %)	119 (0,44 %)	65,55 %	2,13	00:01:56	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 U

Google Analytics>Adquisición

Visibilidad web a través de RS

Dimensión primaria: **Red social** [Página de destino](#) [Otros](#) ▾

Incluir en gráfico

Dimensión secundaria ▾

Ordenar por tipo: Predeterminado ▾



avanzado



	Red social ?	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
		Usuarios ?	Usuarios nuevos ?	Sesiones ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?	Tasa de conversión del objetivo ?	Objetivos cumplidos ?	Valor del objetivo ?
		113 % del total: 0,47 % (24.050)	97 % del total: 0,45 % (21.750)	119 % del total: 0,44 % (26.770)	65,55 % Media de la vista: 75,81 % (-13,54 %)	2,13 Media de la vista: 1,48 (44,55 %)	00:01:56 Media de la vista: 00:01:14 (56,14 %)	0,00 % Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	0 % del total: 0,00 % (0)	0,00 US\$ % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
<input type="checkbox"/>	1. YouTube	21 (18,58 %)	17 (17,53 %)	24 (20,17 %)	58,33 %	2,12	00:00:49	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	2. Twitter	23 (20,35 %)	15 (15,46 %)	23 (19,33 %)	56,52 %	1,48	00:00:20	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	3. Facebook	67 (59,29 %)	63 (64,95 %)	70 (58,82 %)	71,43 %	2,20	00:01:50	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	4. Blogger	2 (1,77 %)	2 (2,06 %)	2 (1,68 %)	50,00 %	7,50	00:37:17	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Mostrar filas:

10 ▾

Ir a:

1

1 - 4 de 4



Cómo monitorear los resultados de las acciones implementadas

Analítica de datos

Herramientas

Alianzas

Contenidos

Publicaciones



Analítica de datos

A través de Google Analytics, podrás consultar el rendimiento de tus acciones a través de los canales de adquisición dentro del tráfico social.

“Informe de canales de adquisición”

Podrás ver cuáles son las principales redes sociales que dirigen tráfico a tu Web

Conversiones

Ninguna estrategia de RS está totalmente completa si no medimos el número de conversiones (usuarios que han “consumido” nuestros contenidos/servicios) y qué conseguimos con nuestras acciones en RS.

Muchas visitas al sitio web pero muy pocas conversiones.



Hay que prestar atención a las conversiones y **averiguar qué Red Social ayuda a convertir más.**

Llevar un seguimiento del resultado de las acciones ayudará a saber si la estrategia está funcionando



Es imprescindible la visibilidad y el mensaje que se transmite como “institución”, como valores, servicio y contenidos.

Factor fundamental: El personal de comunicación y técnico tienen que ir por el mismo camino.

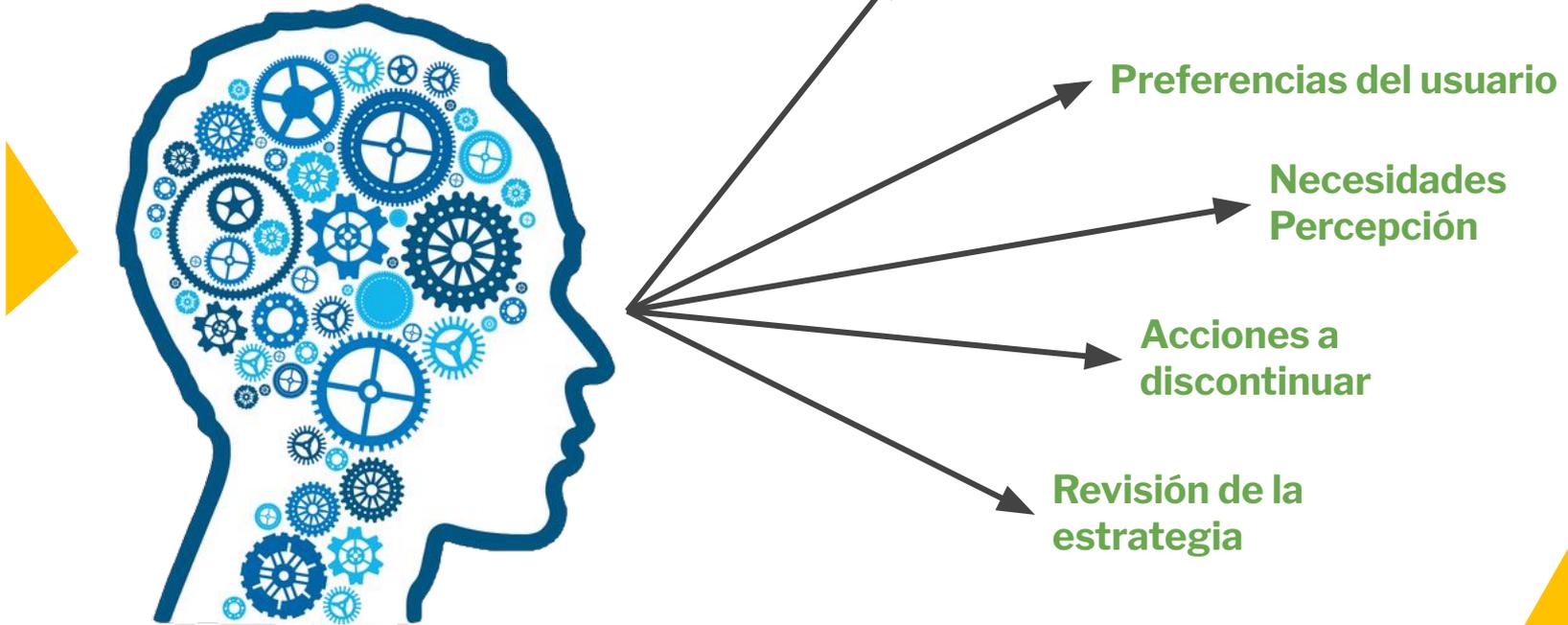
¿Qué tan frecuente le preguntamos a nuestros usuarios?

Solamente con las redes somos capaces de advertir muchos aspectos de mejora.

Nos permite conocer los intereses,
Las creencias o la forma de ver el mundo

“Si somos capaces de recopilar la información, almacenarla, analizarla y darle sentido, disponemos de una fuente muy rica para llegar a nuestros usuarios.”

En la perspectiva del negocio está el valor de las métricas



Elementos importantes a considerar para la visibilidad en RS

- Planes estratégicos: Difusión y Redes Sociales
- Coordinar el SEO on page y off page
- Análisis de palabras clave
- Objetivos y métricas
- Gestión de Redes Sociales
- Analítica de datos
- Mejora continua



Referencias

- △ <https://visibilidadweb.unam.mx/>
- △ <https://rockcontent.com/es/blog/seo-off-page/>
- △ <https://ninjaseo.es/seo-off-page-optimizacion/#-Qu-es-m-s-efectivo-el-SEO-On-Page-Off-Page?>
- △ <https://www.kinesemarketing.com/que-es-seo-on-page-posicionamiento-organico/>
- △ <https://www.webempresa.com/blog/seo-off-page-que-es-como-optimizarlo.html>
- △ <https://www.seoptimizer.com/es/blog/la-palabra-clave-y-su-importancia-para-tu-web/>
- △ <https://www.rdstation.com/es/blog/palabras-clave/>
- △ Plantilla, <https://slidesgo.com/>

¡GRACIAS!

Irene Gabriela Sánchez García
irenesg@unam.mx

Juan Manuel Castillejos Reyes
jmanuelc@unam.mx

DGTIC, UNAM.

