



1ª Jornada para webmasters de la UNAM

Tuning del buscador de Google™.

- Jessica Cruz Cruz - DGTIC
- Ann Margareth Meza Rodríguez - DGTIC

<i>¿Qué es, cómo funciona y para qué sirve?</i>	3
<i>Visión general.</i>	4
Crear un motor de búsqueda personalizado.	4
Administración del Motor de Búsqueda.	7
Panel de Control.	7
Definir especificaciones.	9
Atributos del elemento CustomSearchEngine.	10
Elementos Secundarios de CustomSearchEngine.	11
Elemento context.	11
Sitios Web.	12
Personalizar a través de XML.	13
Mejorar la cobertura de búsqueda.	17
Mejorar la actualización de búsqueda.	17
Cambiar la clasificación de los resultados.	18
Modificar resultados de búsqueda mediante palabras clave.	19
Modificar resultados de búsqueda mediante etiquetas.	21
Restringir las búsquedas (usuarios).	23
Crear una etiqueta de mejora.	24
Eliminar el efecto las etiquetas del motor de búsqueda.	30
Mejorar las consultas de los usuarios.	31
Crear un sinónimo.	31
Uso de links de suscripción.	33
Diseño.	42
Estadísticas, informes de búsqueda a través de Google™ analytics y webmasters tools.	47
Google™ analytics.	48
Google™ webmasters Tools.	55
<i>Guía de programador (API). Descripción general de lo que se puede encontrar en la API.</i>	58
Anexos.	60
Anexo 1. Tablas con valores para los atributos: modos, pesos y puntuaciones.	60
Anexo 2. Tablas con valores para los elementos secundarios de Facet.	63
Anexo 3. Funciones avanzadas de la búsqueda de Google™ .	65
Anexo 4. Tablas con valores para los atributos del elemento Colors.	68
Anexo 5. Añadir un logotipo a la página de resultados.	69
Anexo 6. Configurar la búsqueda de un sitio de mi perfil de Google™ analytics.	70
Anexo 7. Información que ofrece el informe Términos de búsqueda.	72
Anexo 8. Datos que incluyen las consultas de búsqueda.	73

¿Qué es, cómo funciona y para qué sirve?

Búsqueda de contenido solo en tu sitio Web o puedes crear uno que se centre en un tema específico. Puedes indicar en qué sitios debe buscar el usuario, a que sitios darle prioridad y a cuales ignorar.

Si conoces bien a tus usuarios, puedes adaptar el motor de búsqueda a sus intereses. Ejemplo: Cuando una persona busca "Facultades" en la búsqueda de Google™, tiene que filtrar entre miles de resultados relacionados con Facultades (definición de facultad, noticias que contengan la palabra facultad, etc.). Como se puede ver en la siguiente figura.

La Web [Imágenes](#) [Vídeos](#) [Noticias](#) [Libros](#) [Traductor](#) [Gmail](#) [Más](#)

Google facultades **Texto de la búsqueda** Instant está activado

Aproximadamente 10,600,000 Búsqueda avanzada

Todo
[Imágenes](#)
[Vídeos](#)
[Noticias](#)
[Más](#)

Ciudad de México, DF
[Cambiar ubicación](#)

Cualquier fecha
[Más reciente](#)
[Últimas 24 horas](#)
[Última semana](#)

Guía de Facultades Anuncio
 Conoce todas las **facultades** Decide qué estudiar, te ayudamos [www.universia.net.mx](#)

Búsquedas relacionadas: [facultades definicion](#) [facultades privadas](#)

Facultad - Wikipedia, la enciclopedia libre
Facultad puede designar a: Una aptitud, poder o derecho. **Facultades** mentales o estado mental. **Facultades** físicas o estado físico. Una ciencia o arte. ... [es.wikipedia.org/wiki/Facultad](#) - En caché - Similares

Categoría:Facultades - Wikipedia, la enciclopedia libre
 El artículo principal de esta categoría es **Facultad** universitaria. ... [es.wikipedia.org/wiki/Categoría:Facultades](#) - En caché

[Mostrar más resultados de wikipedia.org](#)

facultad - significado de facultad diccionario
 Definición de **facultad** en el Diccionario de español en línea. Significado de **facultad**

Anuncios
Universidad
 Estudia en la Ucad y A Hasta un 60% en beca Distrito Federal [www.Ucad.edu.mx/Unir](#)

Universidades
 ¿Buscas Formarte Pro Infórmate Sobre Nuestr [www.Palermo.edu](#)

Estudia en la UDF
 Universidad del Distrito Campus Santa María ti Distrito Federal [www.udf.edu.mx](#)

Esto es por que la búsqueda de Google™ no puede discernir que el contexto es el de "Facultades de la UNAM". Por el contrario, un motor de búsqueda personalizado buscaría sólo sitios Web preseleccionados sobre las facultades existentes en la UNAM y ofrecería los resultados relevantes a la persona. En el siguiente ejemplo se puede ver una página de resultados de un buscador personalizado, al cual se le ha asignado un conjunto de sitios para buscar resultados sobre este conjunto de sitios Web.

Google **búsqueda personalizada** facultades

Prueba Facultades Búsqueda en la web

Anuncios Google
Guía de Facultades
[www.universia.net.mx](#) Conoce todas las **facultades** Decide qué estudiar, te ayudamos

Universidad
[www.Ucad.edu.mx/Universidad](#) Estudia en la Ucad y Aprovecha Hasta un 60% en becas

Universidades
[www.AnahuacCancun.edu.mx](#) Estudia con nosotros tu carrera y sé parte de nuestra Universidad!

Estudia en UNITEC
[www.estudiaunitec.mx](#) Elevando la Calidad Académica Por Más de 40 Años. Aprende Más.

Facultad de Contaduría y Administración :: Universidad Nacional...
 Ofrece las carreras de contaduría, administración y de informática. [www.fca.unam.mx/](#)

Antecedentes Históricos | Facultad de Filosofía y Letras
 DE LA ESCUELA DE ALTOS ESTUDIOS A LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS1 La **Facultad** de Filosofía y Letras se constituye y consolida como tal después de un ... [www.filos.unam.mx/antecedentes](#)

[PDF] Reunión del Consejo Ejecutivo de la Asociación Latinoamericana de ...

Muestra únicamente resultados de la UNAM

Universidades y gánate un Ipad
[ganaunipad.ula.edu.mx](#)

Universidad por internet
 Universidad x internet, validez SEP

Visión general.

Crear un motor de búsqueda personalizado.

1.- Utiliza tu cuenta de Google™ (la misma cuenta que utilizas para Gmail, iGoogle™) para acceder al asistente de la *Búsqueda personalizada*. Si no dispones de una cuenta de Google™, crea una primero.



La visión del correo electrónico de Google.

Gmail está basado en la idea de hacer que el correo electrónico resulte más intuitivo, eficiente y útil, e incluso divertido. Después de todo, Gmail tiene:



Mucho espacio

Más de 7542.556870 megabytes (y sigue en aumento) de almacenamiento gratuito.



Menos spam

Evita que los mensajes no deseados lleguen a la bandeja de entrada.



Acceso para móviles

Para leer mensajes de Gmail desde tu teléfono móvil, introduce <http://gmail.com> en el navegador web de tu móvil. [Más información](#)

Acceda con su
Cuenta de Google

Nombre de usuario:

Contraseña:

No cerrar sesión

[¿No puedes acceder a tu cuenta?](#)

¿Nuevo en Gmail? Es gratis y sencillo.

[Acerca de Gmail](#) [Nuevas funciones](#)

2.- Llena el formulario con la información básica sobre tu motor de búsqueda: nombre, descripción e idioma del motor de búsqueda.

Google búsqueda personalizada

[Mi cuenta](#) | [Salir](#)

1. Configurar tu motor de búsqueda > 2. Pruébalo > 3. Obtener el código >

Describe tu motor de búsqueda

Nombre:

Prueba

por ejemplo, motor de búsqueda del clima real

Descripción:

por ejemplo, Climate Science de científicos climáticos

Idioma:

español

Define tu motor de búsqueda

Sitios donde buscar:

3.- En la sección **Sitios dónde buscar** indica a la *Búsqueda personalizada* en qué sitios Web o páginas Web debe buscar. Para tu primer motor de búsqueda, comienza con unos cuantos sitios Web como, por ejemplo www.unam.mx, www.cultura.unam.mx ,

Define tu motor de búsqueda

Sitios donde buscar:

www.unam.mx
www.fca.unam.mx
www.culturaunam.mx

Incluye una URL en cada línea.

[+ Más información](#) sobre el formato de las URL

4.- Selecciona la edición estándar gratuita, no la edición para empresas.

Selecciona una edición:

Ediciones:

Edición estándar: es gratuita, y las páginas de resultados deben mostrar anuncios.

Google Site Search: tiene un precio inicial de 100 dólares al año. No aparece ningún anuncio.

[+ Más información](#) sobre cada tipo de edición

He leído y acepto las [Condiciones del servicio](#)

5.- Lee los **Términos de servicio** y, si estás de acuerdo con ellos, selecciona la casilla de verificación correspondiente.

6.- Haz clic en el botón **Siguiente** para poder seleccionar un estilo para el motor de búsqueda.

1. Configurar tu motor de búsqueda

2. Pruébalo

3. Obtener el código

Selecciona o personaliza un estilo

[Predeterminado](#) [Bubblegum](#) [Green Sky](#) [Espresso](#) [Shiny](#) [Minimalist](#)



El estilo predeterminado es similar a los resultados de búsqueda clásicos de Google.

Prueba tu motor de búsqueda

Si no son los resultados que esperabas, puedes [volver al paso 1](#) y realizar cambios.

7.- Haz clic en el botón **Siguiente** para obtener el código del buscador y lo puedas poner en tu sitio Web o blog.

1. Configurar tu motor de búsqueda
2. Pruébalo
- 3. Obtener el código**

Para obtener el código de otras opciones de alojamiento, ajusta la configuración en la página [Diseño](#).

Código de Custom Search Element

Pega este código en el lugar de la página donde quieras que aparezca el Custom Search Element. **Nota:** los efectos de posición de CSS requieren un tipo de documento compatible como, por ejemplo, `<!DOCTYPE html>`.

```
<div id="cse" style="width: 100%;">Loading</div>
<script src="http://www.google.com/jsapi" type="text/javascript"></
<script type="text/javascript">
  google.load('search', '1', {language : 'es'});
  google.setOnLoadCallback(function() {
    var customSearchControl = new google.search.CustomSearchControl
    customSearchControl.setResultsetSize(google.search.Search.FILTE
    customSearchControl.draw('cse');
  }, true);
</script>
<link rel="stylesheet" href="http://www.google.com/cse/style/look/d
```

¡Enhorabuena! Acabas de crear el motor de búsqueda "Prueba Motor".

8.- Haz clic en **Finalizar**. Y empieza a probar tu motor de búsqueda.

Google búsqueda personalizada

Prueba Buscador

Google™ Búsqueda personalizada

Detalles del motor de búsqueda

[\[Editar este motor de búsqueda\]](#)

Busca sitios, incluidos: www.cultura.unam.mx,
www.fca.unam.mx, www.unam.mx

Última actualización: 20 de enero de 2011

Añadir este motor de búsqueda a la

[página principal de Google](#)

[Añadir este motor de búsqueda a tu blog o página web »](#)



©2008 Google - [Google Home](#) - [About Google](#) - [Privacy Policy](#)

Puedes crear varios motores de búsqueda y no necesariamente deben estar relacionados entre si.

Administración del Motor de Búsqueda.

Puedes administrar tus motores de búsqueda personalizados en la página **Mis motores de búsqueda**.

Google búsqueda personalizada

[Visión general](#)

[Nuevo motor de búsqueda...](#)

Mis motores de búsqueda

Recursos

[Documentación](#)

[Marcador de Google](#)

[Blog](#)

Mis motores de búsqueda

Motores de búsqueda que he creado

Prueba Buscador	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
Prueba Facultades	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
Prueba Motor	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
Prueba	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
JessGoogle	Panel de control	Estadísticas	Suprimir

La administración cuenta con los siguientes componentes:

- **Página principal:** En esta página se muestra tu perfil y permite que otros usuarios prueben tu motor de búsqueda.
- **Panel de control:** La parte de gestión de tu motor de búsqueda.
- **Estadísticas:** Número de consultas que ha procesado tu motor de búsqueda. Muestra las consultas más populares entre los usuarios que las realizan.
- **Suprimir:** Elimina el motor de búsqueda de manera permanente.

Panel de Control.

Lo podrás utilizar para configurar tu buscador. Puedes acceder al panel de control desde la página **Mis motores de búsqueda**.

Google búsqueda personalizada

[Visión general](#)

[Nuevo motor de búsqueda...](#)

Mis motores de búsqueda

Recursos

[Documentación](#)

[Marcador de Google](#)

[Blog](#)

[Grupo de debate](#)

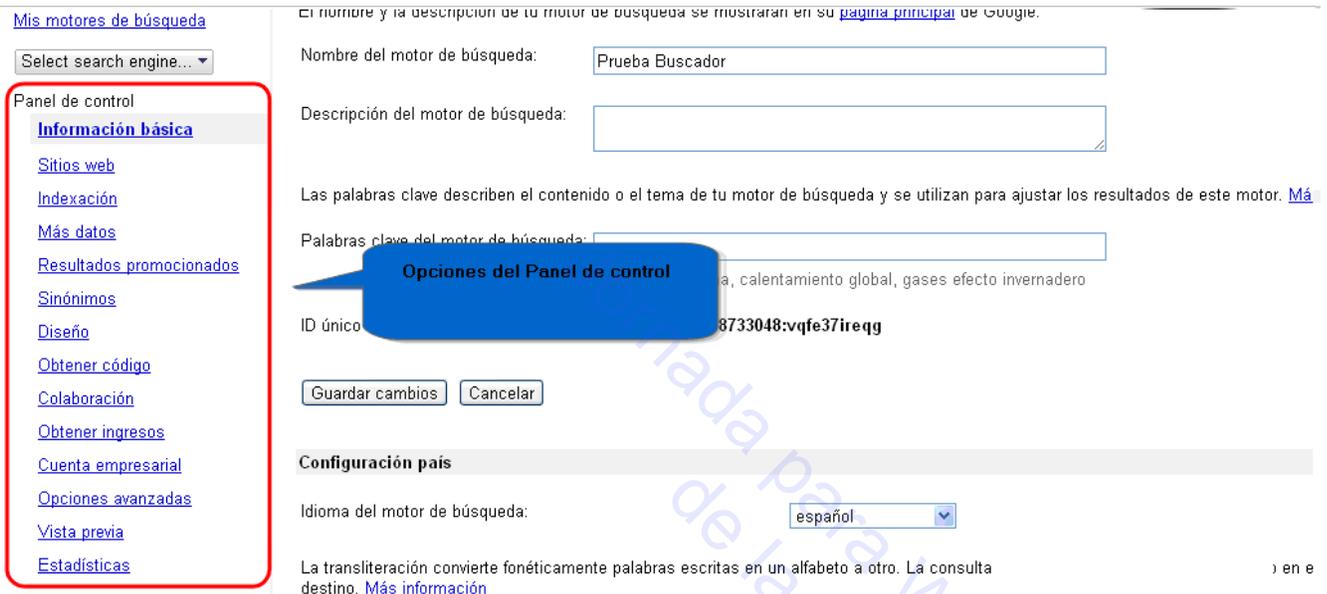
Mis motores de búsqueda

Motores de búsqueda que he creado

Prueba Buscador	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
Prueba Facultades	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
Prueba Motor	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
Prueba	Panel de control	Estadísticas	Suprimir
JessGoogle	Panel de control	Estadísticas	Suprimir

Da clic para acceder a algún buscador

En la siguiente sección se describen las opciones del panel de control:



El nombre y la descripción de tu motor de búsqueda se mostrarán en su [pagina principal](#) de Google.

Nombre del motor de búsqueda:

Descripción del motor de búsqueda:

Las palabras clave describen el contenido o el tema de tu motor de búsqueda y se utilizan para ajustar los resultados de este motor. [Más](#)

Palabras clave del motor de búsqueda:

ID único:

Opciones del Panel de control

Configuración país

Idioma del motor de búsqueda:

La transliteración convierte fonéticamente palabras escritas en un alfabeto a otro. La consulta destino. [Más información](#)

Información básica: Te permite modificar la información pública de tu motor de búsqueda.

Sitios Web: Te permite indicar al motor de búsqueda personalizada en cuáles sitios Web debe buscar la información.

Indexación: Te ayuda a mejorar la amplitud de la cobertura de los resultados de tu motor de búsqueda.

Más datos: Te permite clasificar sitios por tema. Por ejemplo, si tienes un motor de búsqueda sobre *sitios Web*, puedes incluir categorías de consultorías, software, etc.

Resultados Promocionados: Te permite crear resultados especiales a partir de una o varias consultas.

Sinónimos: Te permiten ampliar las consultas de búsqueda de tus usuarios, son variaciones de un término de búsqueda. Ejemplo: consulta relacionada con *investigación*, podría tener las siguientes alternativas equivalentes: exploración, averiguación, indagación, etc.

Diseño: Te permite elegir un diseño preestablecido del buscador o adaptarlo al diseño de tu sitio Web.

Obtener Código: Te permite copiar el código del buscador e insertarlo en tu(s) página(s) Web.

Colaboración: Te permite invitar a algunos colaboradores que ayuden a ajustar tu motor de búsqueda

Obtener Ingresos: Te permite obtener ingresos con tu motor de búsqueda si lo vinculas a tu cuenta de Google™ AdSense.

Cuenta Empresarial: Te permite crear motores de búsqueda que no incluyan anuncios, eliminen la marca Google™, etc. Tiene un costo de 100 dólares al año.

Opciones Avanzadas: Te permite utilizar archivos de anotaciones y contexto de la Búsqueda personalizada.

Vista Previa: Te permite probar los ajustes realizados en tu motor de búsqueda.

Estadísticas: Te permite ver el comportamiento de tu búsqueda en tu sitio a través de Google™ Analytics

Archivo de contexto: Describe la estructura de tu motor de búsqueda y además define su comportamiento. Puedes jugar con las opciones de configuración del panel de control y consultar la versión XML generada en la ficha de **Opciones avanzadas**.

Definir especificaciones.

1.- Ingresa a la página principal de tus motores de búsqueda y selecciona **Panel de control** de cualquiera de tus motores de búsqueda.

2.- Dirígete a **opciones avanzadas**.

3.- Dirígete a la sección contexto y da clic en el botón **Ver archivo XML** en el navegador.

Subir el contexto

⚠ Si subes un archivo de contexto, éste sustituirá al motor de búsqueda existente.

Sube tu [archivo de contexto XML](#). Es posible que el panel de control no refleje todas las definiciones del archivo de contexto.

Archivo de contexto: No se ha... archivo

Descargar el contexto

Una forma fácil de empezar es descargar el archivo de contexto del motor de búsqueda, editarlo y volver a subirlo.

Selecciona este botón.

Resultados promocionados

4.- Se mostrará el siguiente código XML, el cual forma tu archivo de contexto.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<CustomSearchEngine id="hymorv81drq" creator="014962197734738733048" keywords="" language="es" encoding="UTF-8">
  <Title>Prueba Facultades</Title>
  <Description>Prueba para encontrar más fácilmente talleres de danza</Description>
  <Context>
    <BackgroundLabels>
      <Label name="_cse_hymorv81drq" mode="FILTER" />
      <Label name="_cse_exclude_hymorv81drq" mode="ELIMINATE" />
    </BackgroundLabels>
  </Context>
  <LookAndFeel code="4" nonprofit="false" googlebranding="watermark" element_layout="1" theme="4" custom_theme="false" text_font="Arial,
  <Colors url="#CC7A9F" background="#F9F5FF" border="#F9F5FF" title="#0066CC" text="#000000" visited="#0066CC" title_hover="#0066CC"
  <Promotions title_color="#0066CC" title_visited_color="#0066CC" url_color="#CC7A9F" background_color="#F0E9FF" border_color="#DECAFF
  <SearchControls input_border_color="#DECAFF" button_border_color="#923C99" button_background_color="#C78DCC" tab_border_color="#DEC
  <Results border_color="#F9F5FF" border_hover_color="#DECAFF" background_color="#F9F5FF" background_hover_color="#FFFFFF" />
  </LookAndFeel>
  <AdSense />
  <EnterpriseAccount />
</CustomSearchEngine>
```

CustomSearchEngine. Es el elemento principal que describe el motor de búsqueda. Este archivo incluye los meta datos que describen tu motor de búsqueda y los atributos y elementos secundarios. Sólo puedes tener un elemento *Title*, un elemento *Description* y un elemento *Look and Feel*.

NOTA: Cuando desees crear tu archivo de contexto. Descarga y modifica el archivo de contexto generado por el panel de control, también crea una copia de respaldo.

Atributos del elemento CustomSearchEngine.

Volunteers. Indica si tu motor de búsqueda acepta solicitudes de voluntarios.

Keywords. Lista de palabras clave asociadas al motor de búsqueda.

Lenguaje. Determina en cuál de los 40 idiomas disponibles se mostrará la interfaz de usuario de tu motor de búsqueda. También impulsa la aparición de resultados en este idioma.

Visible. Indica si tu motor de búsqueda, cuando aumente su popularidad, deberá ser incluido o no, en el *directorio de Búsqueda personalizada*.

Encoding. Especifica la codificación¹ de tu página de resultados de búsqueda.

Elementos Secundarios de CustomSearchEngine.

```
<CustomSearchEngine>
<Title>Prueba Buscador</Title>
</CustomSearchEngine>
```

Title: Nombre de tu motor de búsqueda.

Description: Texto descriptivo que aparece en la página principal de tu motor de búsqueda.

Context: Conserva la información relacionada con las etiquetas.

LookAndFeel: Determina si tus resultados de búsqueda mostraran anuncios. Solo organizaciones sin fines de lucro pueden utilizar la búsqueda de Google™ sin anuncios.

Este elemento tiene un atributo **nonprofit** que puede adoptar uno de los siguientes valores:

- **true:** Si vas a crear un motor de búsqueda en nombre de una organización sin fines de lucro. Google™ no mostrara anuncios en la página de resultados de búsqueda.
- **False:** Este valor se encuentra como predeterminado y muestra los anuncios en la página de resultados de tu búsqueda.

Elemento context.

El elemento **context** te sirve para almacenar información sobre las etiquetas que muestran o excluyen a determinados sitios, lo que te permite poder ayudar a los usuarios a restringir la búsqueda.

¹ La codificación indica a los equipos cómo almacenar y transmitir el texto a través de la red.

Estructura del archivo Context.

```
<Context>

  <BackgroundLabels>

    <Label name="_cse_hwbiarvsbo" mode="FILTER"/> Mostrar sitios determinados

    <Label name="_cse_exclude_hwbiarvsbo" mode="ELIMINATE"/> Excluir sitios.

  </BackgroundLabels>

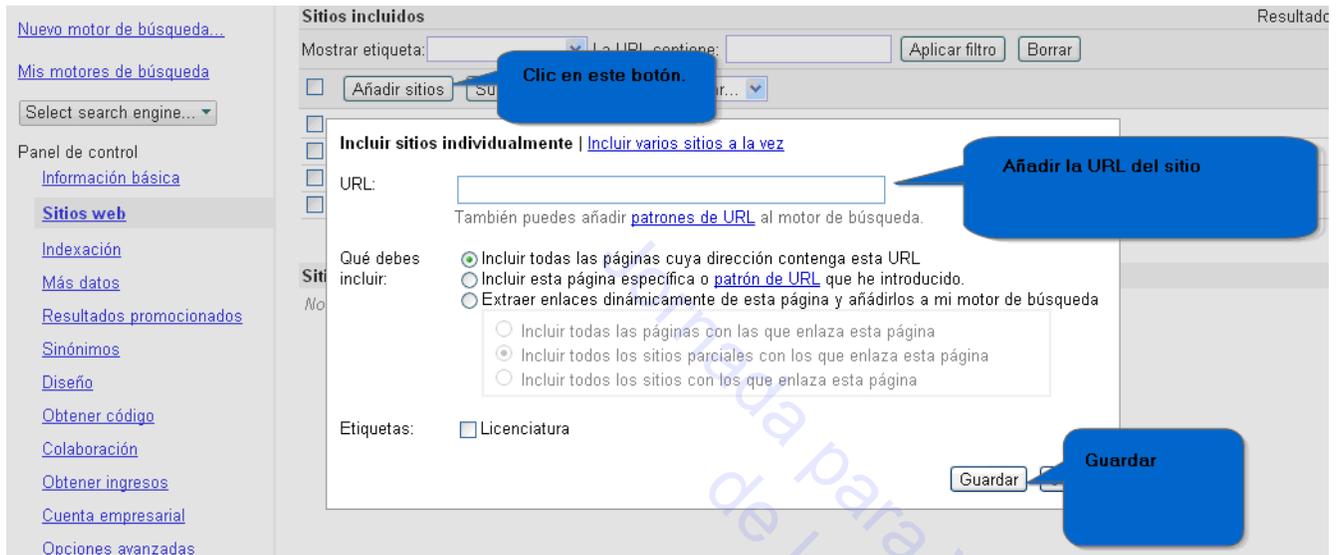
</Context>
```

La *Búsqueda personalizada* asocia las especificaciones de contexto a las anotaciones mediante etiquetas del motor de búsqueda.

Sitios Web.

Puedes añadir sitios de uno en uno en el panel de control, pero puede resultar tedioso si necesitas agregar muchos. Existe un método más rápido para hacerlo, a través del uso del *archivo de anotaciones*, el cual permite tener mayor control sobre la clasificación de los resultados de búsqueda.

The screenshot shows the Google Custom Search Control Panel for 'JessGoogle'. On the left, there is a navigation menu with 'Sitios web' highlighted in a red box. A blue callout bubble points to this menu item with the text 'Selecciona la sección Sitios Web'. The main panel is titled 'Control panel - Sitios web: JessGoogle' and shows a list of 'Sitios incluidos' (Included sites). The list contains three entries: 'www.dgae.unam.mx', 'www.unam.mx', and 'www.derecho.unam.mx'. A blue callout bubble points to the first entry with the text 'Aquí se muestran los sitios añadidos.' Below the list, there is a section for 'Sitios excluidos' (Excluded sites) with the text 'No ha excluido ningún sitio. - Excluir sitios'. The top right of the panel shows 'Resultados 1 -' and a 'Mi.cuen' link.



Personalizar a través de XML.

Un archivo de anotaciones es simplemente una lista de etiquetas (tags). Cada anotación esta formada por dos componentes: el sitio y las etiquetas asociadas al sitio.

1.- Ingresa a la página principal de tus motores de búsqueda y selecciona **Panel de control** de cualquiera de tus motores de búsqueda.

Google búsqueda personalizada

[Visión general](#)

[Nuevo motor de búsqueda...](#)

[Mis motores de búsqueda](#)

Recursos

- [Documentación](#)
- [Marcador de Google](#)
- [Blog](#)
- [Grupo de debate](#)

Mis motores de búsqueda

Motores de búsqueda que he creado

Prueba Buscador	Panel de control	Estadísticas
Prueba Facultades	Panel de control	Estadísticas
Prueba Motor	Panel de control	Estadísticas
Prueba	Panel de control	Estadísticas
JessGoogle	Panel de control	Estadísticas Suprimir

Da clic en Panel de control de cualquiera de tus motores de búsqueda.

2.- Dirígete a **Opciones avanzadas**.

[Inicio](#)
[Diseño](#)
[Obtener código](#)
[Colaboración](#)
[Obtener ingresos](#)
[Cuenta empresarial](#)
[Opciones avanzadas](#)
[Nota prensa](#)
[Estadísticas](#)

ID único del motor de búsqueda: 014962197734738733048:hymorv81drq

Selecciona Opciones Avanzadas.

Idioma:

La transliteración convierte fonéticamente palabras escritas en un alfabeto a otro. La consulta se convierte

3.- Dirígete a la sección **Anotaciones** donde podrás subir o descargar los archivos de anotaciones.

Anotaciones

Subir anotaciones

Sube las anotaciones utilizando uno de los siguientes formatos: [TSV](#) o [XML](#) con codificación utf-8.

Etiqueta los sitios con `_cse_556-ehgyqkw` si quieres incluirlos en tu motor de búsqueda personalizado. Etiqueta los sitios con `_cse_exclude_556-ehgyqkw` si quieres excluirlos de tu motor de búsqueda personalizado. Cada archivo puede contener un máximo de 2.000 anotaciones. Dispones de un límite de 5000 anotaciones en total para todos tus motores de búsqueda personalizados.

Archivo de anotación: No se ha... archivo

En esta parte podrás subir e archivo de anotaciones que hayas creado.

Añadir feed de anotaciones

Para especificar tus anotaciones, puedes utilizar un [feed XML](#) alojado en tu sitio. El feed también se puede crear a partir de cualquier página HTML, feed RSS, feed Atom o archivo OPML mediante las [herramientas de los motores de búsqueda personalizados vinculados](#). Puedes utilizar la [consola de desarrollo](#) para probar tu feed.

Feed de anotación:

En esta parte podrás añadir tu feed de anotación.

Descargar anotaciones

En esta parte podrás descargar las anotaciones en los diferentes formatos que existen.

Contexto

Especifica el motor de búsqueda con el formato XML de búsqueda personalizada para acceder a

Existen 2 opciones de formato para crear/descargar un archivo de anotaciones:

- **TSV- Archivos de texto con valores separados por tabulaciones.**

Ventajas:

- Puedes crear y administrar anotaciones en un formato más legible.
- Puedes usar un editor de hojas de cálculo.
- Puedes crear un motor de búsqueda que no necesite todas las funciones avanzadas.

Desventajas:

- No puedes hacer referencia a otro archivo de *Búsqueda personalizada* y está no es la mejor opción para motores de búsqueda creados de forma automática.

- **XML de la Búsqueda personalizada.**

Recomendaciones:

- Al editar tu archivo comienza con un número de anotaciones pequeño.
- Puedes subir el archivo de anotaciones al panel de control o alojarlo en tu propio sitio Web.

Si deseas beneficiarte de todas las funciones disponibles en el *API de la Búsqueda personalizada*, te recomendamos que utilices el formato XML. Existen 3 métodos para crear archivos de anotaciones XML. Es solo cuestión de preferencia.

Archivo de Anotaciones externo para cada motor de búsqueda.

Este método se utiliza para guardar las anotaciones de cada motor de búsqueda por separado. La búsqueda personalizada fusiona todas las anotaciones en un único archivo de anotaciones, pero puedes crearlas por separado ya que cada archivo pertenece a un motor de búsqueda.

Nota: Si se produce un solapamiento entre motores de búsqueda puedes terminar administrando los mismos sitios en varias ubicaciones.

Archivo de anotaciones externo que comparten todos los motores de búsqueda.

Este método se utiliza para extraer todas las anotaciones de todos los motores de búsqueda en una única ubicación. Lo cual nos permite administrar anotaciones en todos los motores de búsqueda.

Nota: Si se tienen muchas anotaciones, podría resultar difícil administrar el archivo.

Al cargar los archivos en el panel de control, la búsqueda personalizada combina todas las anotaciones en un único archivo de anotaciones que comparten todos tus motores de búsqueda.

```
<Annotation about="http://www.unam.mx/*">  
  <Label name="_cse_institucion"/>  
</Annotation>
```

Si prefieres guardar las anotaciones por separado para cada motor de búsqueda, deberás mantener los archivos de anotaciones originales y subirlos al panel de control una vez realizadas las modificaciones.

Ejemplo de un Archivo de anotaciones XML.

```
<Annotations start="0" num="15" total="15">

  <Annotation about="www.dgae.unam.mx/*" timestamp="0x00049b4da237f23d"
href="ChJ3d3cuZGdhZS51bmFtLm14LyoQveTfkdrppgI">
  <Label name="_cse_556-ehgyqkw" />
  <Label name="licenciatura" />
  <AdditionalData attribute="original_url" value="www.dgae.unam.mx" />
</Annotation>

  <Annotation about="www.cultura.unam.mx/*" score="1"
timestamp="0x00049a4c23fed725" href="ChV3d3cuY3VsdHVyYS51bmFtLm14LyoQpa77n8LJpgI">
  <Label name="_cse_vqfe37ireqg" />
  <AdditionalData attribute="original_url" value="www.cultura.unam.mx" />
</Annotation>

</Annotations>
```

Archivos de contexto con anotaciones insertadas.

Este método se utiliza para alojar los archivos en tu sitio Web y guardar los datos de anotación y contexto del motor de búsqueda en un archivo único. Un archivo único es más fácil de administrar que un motor de búsqueda que contiene un archivo de anotaciones externo y un archivo de contexto.

Nota: Puedes usar este método solo si estás alojando el archivo en tu sitio Web. Si tienes varios motores de búsqueda similares, puedes acabar administrando los mismos sitios en varias ubicaciones.

Al hacer uso del archivo de anotaciones nos encontramos con los siguientes límites:

Máximo permitido	Alojado en la Búsqueda personalizada de Google™	Alojado en tu sitio
Tamaño de archivo (archivos de anotaciones o contexto)	30 KB	3 MB
Número de archivos	Tantos archivos como sea necesario, siempre que no superes el límite global de anotaciones (5.000)	50
Número de anotaciones por archivo	2.000	Tantas como sea necesario, siempre que el tamaño de archivo no supere 3 MB y el tamaño total de todos los archivos no supere 10 MB
Número total de anotaciones para todos tus motores de búsqueda	5.000	Tantas como sea necesario, siempre que el tamaño global de todos los archivos no supere 10 MB

Mejorar la cobertura de búsqueda.

La búsqueda personalizada se crea sobre el índice de Google™, es decir las páginas Web que se encuentran en el *índice de Google™* disponibles para tu motor de búsqueda. Si deseas que tu motor de búsqueda personalizado incluya sitios que no se encuentren en el *índice de Google™*, envía un **sitemap**.

Los **sitemaps** incluyen una lista de páginas de tu sitio e información sobre la frecuencia de actualización de las páginas Web y la importancia relativa de unas respecto a otras. El envío de un sitemap ayuda a Google™ a descubrir tus páginas Web y a mejorar la programación del rastreo.

El envío de **sitemaps** resultara especialmente útil si tu sitio contiene los siguientes elementos:

- Contenido Dinámico
- Páginas con funciones de Flash o AJAX enriquecido.
- Algunos sitios Web vinculados al sitio.
- Un archivo de grandes dimensiones con páginas de contenido que no incluye una red sólida de intercambio de enlaces.

Nota: Google™ sólo puede indexar las páginas a las que puede acceder. Por lo tanto si utilizas archivos robots.txt o las meta etiquetas “robots” en tus sitios Web, asegúrate de que no proporcionen instrucciones que bloqueen los rastreadores.

Mejorar la actualización de búsqueda.

Si deseas que determinadas páginas Web se rastreen e indexen cuanto antes (24 hrs.) accede a la opción **Indexación** del panel de control, coloca las urls de las páginas a indexar y da clic en el botón **Indexar** ahora, o bien espera a que Google™ comience a rastrear todas o algunas páginas Web y con el tiempo los resultados de búsqueda de tu sitio Web mejorarán una vez que hayas enviado un sitemap.

Nota: la *Búsqueda personalizada* y la búsqueda de Google™ utilizan distintos criterios de selección; por lo tanto, el envío de páginas para su indexación según demanda no hará que aparezcan más rápido en el índice de búsqueda de Google™

Puedes enviar un sitemap para la indexación según la demanda por cada motor de búsqueda de tu cuenta. La *Búsqueda personalizada* rastreará diez páginas Web que hayas marcado con los valores de prioridad más altos en tu sitemap. Si más de diez páginas Web tienen los valores de prioridad más altos, la *Búsqueda personalizada* rastreará las páginas con prioridad más alta con la fecha de modificación más reciente.

Cambiar la clasificación de los resultados.

Una vez hecha la selección de aquellos sitios que deseas considerar o ignorar al momento de realizar una búsqueda con tu motor de búsqueda, en ocasiones, los resultados no son del todo satisfactorios en la relevancia deseada, o quizá requieres dar preferencia a algunos sitios al momento de mostrar resultados; para solucionar esto se pueden hacer ajustes en los resultados a través de promociones o rebaja de resultados.

Tienes tres formas de hacer ajustes en los resultados de la búsqueda:

Palabras clave (se definen en el archivo de contexto). Son una forma de priorizar la aparición de sitios Web en el resultado de búsquedas y a su vez obtener más resultados relacionados con una determinada materia o tema.

Etiquetas ponderadas (se definen en el archivo de contexto). Para ajustar los resultados de una búsqueda debes hacer uso de éstas, las cuales indican a la búsqueda si van a excluir, promocionar o rebajar cada uno de los sitios encontrados en la búsqueda.

Puntuaciones (se definen en el archivo de anotaciones). Realzan o invierten la influencia de las etiquetas ponderadas, de cierta forma refinan el ajuste en la clasificación de las búsquedas.

Tanto el peso de las etiquetas como el de las puntuaciones adquieren un valor en el siguiente rango [-1.0, +1.0.], dicho valor ayuda a promocionar o rebajar la posición de un sitio Web en el resultado de una búsqueda. Debido a sus características las etiquetas y las puntuaciones son elementos importantes y se consideran como controles de ajuste para modificar sólo la clasificación de los resultados, debido a esto la promoción o rebaja de resultados depende de diversos parámetros, como por ejemplo: importancia de un sitio Web, palabras clave, peso de las etiquetas, puntuación de anotaciones, número de colaboradores que contribuyen con el motor de búsqueda, entre otros.

Lo que aprenderás a hacer en esta sección es ajustar la clasificación de los resultados obtenidos, para tener una mejor organización de éstos; para lograrlo veremos:

- Impulso en los resultados mediante palabras clave.
- Modificación de los resultados de búsqueda mediante etiquetas.
- Uso de etiquetas en sitios.
- Modulación de los efectos de las etiquetas.

Modificar resultados de búsqueda mediante palabras clave.

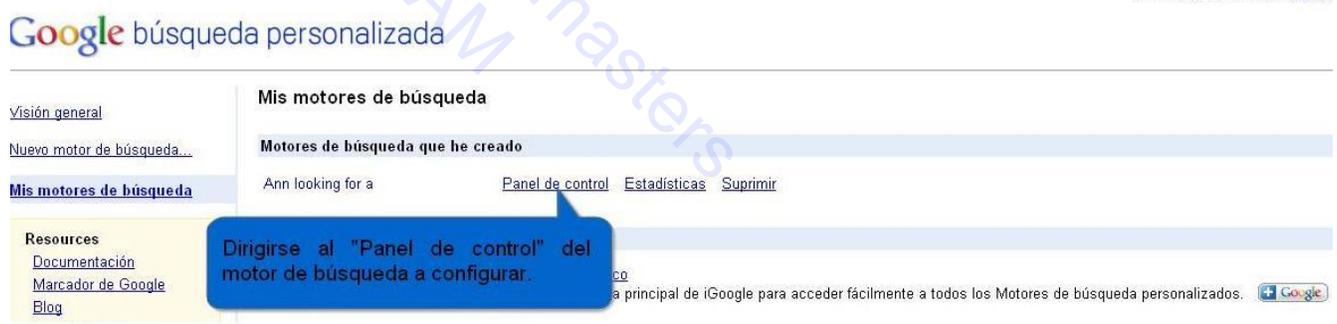
Al hacer uso de palabras clave se agiliza el proceso de modificar los resultados de una búsqueda a aquellos que se ajustan más a las características e información a mostrar por la *Búsqueda personalizada*.

Las palabras clave regularmente se utilizan cuando al hacer una búsqueda determinada, los resultados no son de todos satisfactorios con el tema que se está buscando, lo que hace el buscador personalizado es mostrar a aquellos sitios Web que contienen las palabras claves seleccionadas y a su vez muestra los sitios Web que las contienen y no rebajan su posición.

Recomendaciones:

- Las palabras clave son una forma de saber qué es lo que están buscando los usuarios del motor de búsqueda.
- Identifica la finalidad del motor de búsqueda así como el contexto de las consultas que hacen los usuarios para obtener información.
- Evita el uso de palabras clave cuyo significado sea extenso o que pertenezca a más de una categoría.
- “Las mejores palabras clave son aquellas que describen el contenido de los sitios que cubre el motor de búsqueda.”
- Comienza por una palabra clave y prueba en el buscador personalizado si con la palabra clave éste arroja los resultados deseados; si no es así, intenta ajustar los resultados con más palabras clave (evita el uso de frases), toma en cuenta que al usar más de una palabra clave éstas funcionan de manera conjunta, es decir, los resultados de la búsqueda arrojarán aquellos sitios Web en los cuales aparezcan todas las palabras claves con las que se haya configurado el buscador.

Configuración:



Select search engine...
 Nombre del motor de búsqueda:
 Descripción del motor de búsqueda:
 Las palabras clave describen el contenido o el tema de tu motor de búsqueda y se utilizan para ajustar los resultados de este motor. [Más información](#)
 Palabras clave del motor de búsqueda:
 por ejemplo, clima, calentamiento global, gases efecto invernadero

Panel de control
[Información básica](#)
[Sitios web](#)
[Indexación](#)
[Más datos](#)
[Resultados promocionados](#)
[Sinónimos](#)

Seleccionar la opción "Información básica".

Select search engine...
 Nombre del motor de búsqueda:
 Descripción del motor de búsqueda:
 Las palabras clave describen el contenido o el tema de tu motor de búsqueda y se utilizan para ajustar los resultados de este motor. [Más información](#)
 Palabras clave del motor de búsqueda:
 por ejemplo, clima, calentamiento global, gases efecto invernadero

Panel de control
[Información básica](#)
[Sitios web](#)
[Indexación](#)
[Más datos](#)
[Resultados promocionados](#)

Introducir las palabras clave separadas por una coma.

Ejemplo:

Google búsqueda personalizada

Ann looking for a

Hacer una búsqueda cualquiera...

Detalles del motor de búsqueda [\[Quitar este motor de búsqueda\]](#)

ann busca algo

Busca sitios, incluidos: <http://www.fcencias.unam.mx>, <http://dgenp.unam.mx/planteles/>...

Google búsqueda personalizada
 Ann looking for a Búsqueda en la web

[Un centavo de historia Génesis de la Facultad de Ciencias](#)
 La investigación científica era uno de los aspectos centrales que debería ... Fue profesor de la Escuela Nacional Preparatoria, de la Escuela Nacional de ...
www.fcencias.unam.mx/historia.html

[Plantel 1 - UNAM-DGENP](#)
 Certificado Preparatoria · Información Asuntos Escolares ... El plantel 1 "Gabino Barreda" se localiza en Av. de las Torres y Calle Prolongación de Aldama ...
igenp.unam.mx/planteles/P1/index.html

[Manuel Valenzuela Jiménez - Facultad de Ciencias](#)
 I. Unidad Multidisciplinaria de Docencia e Investigación-Universidad ... Profesor de asignatura Biología en el I. Renacimiento A. C. (PREPARATORIA) 1997 ...
www.fcencias.unam.mx/sisal/personalacademico/valenzuela.html

[Claudia Verónica Durruty Lagunes - Facultad de Ciencias](#)
 I. Capacitación y entrenamiento en larvicultura de peces marinos a la ... Estancia de verano de la estudiante de preparatoria Gabriela Flores Vargas en ...

Observar los resultados obtenidos...

Select search engine...
 Nombre del motor de búsqueda:
 Descripción del motor de búsqueda:
 Las palabras clave describen el contenido de los resultados de este motor. [Más información](#)
 Palabras clave del motor de búsqueda:
 por ejemplo, clima, calentamiento global, gases efecto invernadero
 URL:

Panel de control
 Información básica
 Sitios web
 Indexación
 Más datos
 Resultados
 Sinónimos
 Diseño
 Obtener código
 Colaboración

1. Insertar la palabra clave...
 2. Guardar los cambios hechos...

Google búsqueda personalizada
 Ann looking for a Búsqueda en la web resultados 1

[Plantel 1 - UNAM-DGENP](#)
 Certificado **Preparatoria** · Información Asuntos Escolares ... El plantel 1 "Gabino Barreda" se localiza en Av. de las Torres y Calle Prolongación de Aldama ...
[dgenp.unam.mx/planteles/P1/index.html](#)

[Un centavo de historia.Génesis de la Facultad de Ciencias](#)
 La investigación científica era **uno** de los aspectos centrales que debería ... Fue profesor de la Escuela Nacional **Preparatoria**, de la Escuela Nacional de ...
[www.fciencias.unam.mx/historia.html](#)

[Manuel Valenzuela Jiménez - Facultad de Ciencias](#)
 Unidad Multidisciplinaria de Docencia e Investigación-Universidad ... Profesor de asignatura Biología en el I. Renacimiento A. C. (**PREPARATORIA**) 1997 ...
[www.fciencias.unam.mx/sisal/personalacademico/valenzuela.html](#)

Los resultados de la búsqueda se han modificado...

Para añadir palabras clave al archivo de contexto:

1. Se hace uso del atributo **keywords** dentro del elemento **CustomSearchEngine**.
2. Para separar las palabras clave, se hace uso de un espacio como delimitador.

```

3
4
5
6 <CustomSearchEngine volunteers="false" keywords="dgenp 'escuela nacional preparatoria' enp1 ">
7 </CustomSearchEngine>
8
9

```

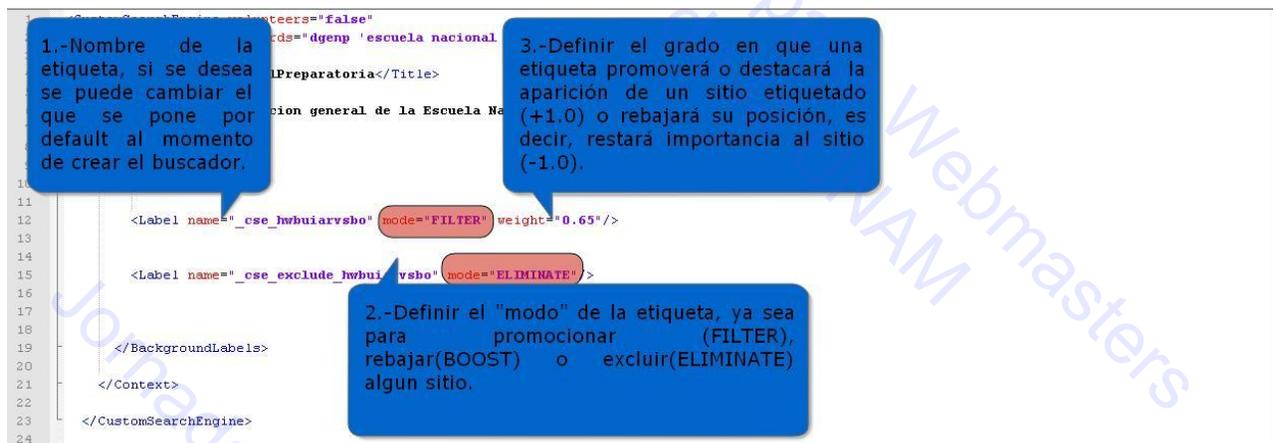
Modificar resultados de búsqueda mediante etiquetas.

Las etiquetas son la mejor opción para clasificar los resultados de una búsqueda, ya que éstas indican el comportamiento de cómo serán tratados los sitios incluidos en el buscador, para logra ésto, las etiquetas tienen dos modos: exclusivo e inclusivo; que ayudan a enriquecer las búsquedas de los usuarios:

- **Etiquetas del motor de búsqueda.** Son aquellas que especifican los sitios en los cuales correr la búsqueda, este proceso es transparente para los usuarios, es decir, se ejecuta en segundo plano.
- **Etiquetas de mejora.** Son aquellas que se muestran a los usuarios como posibles opciones para acercarse mas a los resultados deseados por el usuario.

Cabe mencionar que los *modos*, los *pesos* y las *puntuaciones* (Ver anexo 1) se manejan del mismo modo en ambos tipos de etiquetas. A continuación se muestra el manejo de este tipo de etiquetas en:

Archivo de contexto



1.-Nombre de la etiqueta, si se desea se puede cambiar el que se pone por default al momento de crear el buscador.

2.-Definir el "modo" de la etiqueta, ya sea para promocionar (FILTER), rebajar(BOOST) o excluir(ELIMINATE) algun sitio.

3.-Definir el grado en que una etiqueta promoverá o destacará la aparición de un sitio etiquetado (+1.0) o rebajará su posición, es decir, restará importancia al sitio (-1.0).

```

10 <CustomSearchEngine>
11   <BackgroundLabels>
12     <Label name="_cse_hwbuirvsho" mode="FILTER" weight="0.65"/>
13   </BackgroundLabels>
14   <Context>
15     <Label name="_cse_exclude_hwbuirvsho" mode="ELIMINATE"/>
16   </Context>
17 </CustomSearchEngine>
  
```

NOTA: Si se deseas colocar un sitio relevante en una búsqueda dentro de los primeros N lugares del resultado debes hacer uso del siguiente atributo:

<Label name="best_resource" mode="FILTER" top="3"/>, donde top solo adquiere valores enteros y solo se usa con el atributo mode en valores: filter y boost.

Archivo de anotaciones

En este archivo se permite asignar una puntuación a las etiquetas, con lo cual se regula la influencia de las etiquetas en los resultados, a través del atributo "score", del elemento Annotation, el cual puede adquirir un valor entre [-1.0, 1.0].

Por ejemplo, una etiqueta ponderada en 0 elimina la influencia de la etiqueta sobre la clasificación del sitio, es decir, que no es tomada en cuenta al momento de hacer la búsqueda personalizada, en cambio una etiqueta con valor de 1 tiene una influencia total y una etiqueta con puntuación en -1 invierte completamente los efectos que tenga la etiqueta en la búsqueda de sitios.

En el siguiente ejemplo se muestra como a pesar de que las tres anotaciones tienen la misma etiqueta, serán tratadas de distinta forma respecto a sus puntuaciones.

```

1 <Annotations>
2
3 <Annotation about="*escolar.com.mx/*" score="0.0001">
4   <Label name="vision_label">
5
6 </Annotation>
7
8
9
10 <Annotation about="*.dgae.unam.mx/*" score="0.7">
11   <Label name="vision_label">
12
13 </Annotation>
14
15
16
17 <Annotation about="*.dgenp.unam.mx/*" score="1">
18   <Label name="vision_label">
19
20 </Annotation>
21
22
23
24 </Annotations>
  
```

Los resultados de escolar.com.mx se favorecen ligeramente frente al resto de sitios.

Los resultados de dgae.unam.mx se favorecen moderadamente.

Los resultados de dgenp.unam.mx serán considerados favorablemente en una búsqueda.

Restringir las búsquedas (usuarios).

Cuando el administrador del buscador personalizado puede anticiparse al tipo de contenido que busca el usuario, éste puede ayudarle a encontrar más rápido resultados relevantes. Existen dos formas de ayudar a los usuarios a facilitar sus búsquedas:

Funciones	Forma
<ul style="list-style-type: none"> • Añadir términos de búsqueda a las consultas de los usuarios. • Redirigir a los usuarios a otros sitios Web o motores de búsqueda. 	<p>A través de la "etiquetas de mejora" las cuales pueden ser usadas o ignoradas por los usuarios.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Crear sinónimos de las consultas de los usuarios. • Resultados personalizados. 	<p>Estas funciones actúan sobre las consultas de los usuarios sin necesidad de alguna acción por parte del usuario.</p>

Ya se ha mostrado cómo puedes restringir los resultados de la *búsqueda personalizada* del lado del dueño y administrador del buscador personalizado, en esta sección te mostraremos cómo restringir las búsquedas del lado del usuario a través de unas etiquetas llamadas *etiquetas de mejora*, las cuales son visibles para los usuarios y regularmente se muestran en la parte superior de la lista de resultados de la búsqueda.

Bachillerato a distancia por internet UNAM-GDF inicia sus ... ☆ 🔍
29 Ago 2007 ... Educación para la democracia, México, DF (**Bachillerato** UNAM-GDF) .. Por segunda ocasión en el año, la Secretaría de Educación del DF, ... educacionparalademocracia.blogspot.com/.../bachillerato-distancia-por-internet.html - En caché - Similares

YouTube - **Bachillerato** a Distancia B@UNAM ☆ 🔍
18 May 2009 ... El **Bachillerato** a Distancia de la UNAM está integrado p interdisciplinarias construidas alrededor de ideas centrales a la ... il.youtube.com/watch?v=U9LANUUGoYo - En caché

Búsquedas relacionadas con **bachillerato unam**

convocatoria bachillerato unam 2010 unam por
examen bachillerato unam unam cch azcapo
sistema nacional bachillerato unam ingreso bachillerato unam
oferta académica unam

El usuario ha hecho un búsqueda "bachillerato unam" y el buscador sugiere etiquetas con las cuales pueden seleccionar más datos o categorías de resultados de búsqueda.



Google Buscar Insta

Aproximadamente 49,200 resultados (0.32 segundos) Búsqueda avanzada

UNAM-DGENP ☆ 🔍
Inscripción a Concursos Interpreparatorios 2010-2011 :: | **Bachillerato** | Iniciación Universitaria | :: **Convocatoria** Concursos Interpreparatorios ... dgenp.unam.mx/ - En caché - Similares

(PDF) **Calendario de Primer Ingreso 2009-2010** - P. de fea...
Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - Va...
2010. INGRESO A NIVEL BACHILLERATO / https://www.dgae.unam.mx/.../prim20092010

Convocatoria Bachillerato a Dista...
29 Jun 2010 ... **Convocatoria Bachillerato** https://registro.dgae.unam.mx/...UNAM2010

El usuario seleccionó una etiqueta de mejora para restringir su búsqueda y encontrar de manera más rápida la información que busca.

Crear una etiqueta de mejora.

Etiqueta de mejora. Ayudan a delimitar las búsquedas de los usuarios y obtener las respuestas que desean rápidamente, esto se logra aplicando las etiquetas de mejora a los sitios para clasificarlos, cuando un usuario selecciona una liga (etiqueta de mejora) se buscan de manera exclusiva todos aquellos sitios relacionados con la etiqueta de mejora, o por lo menos se le da prioridad a estos sitios al momento de mostrar los resultados, según se defina la etiqueta.

Puedes crear etiquetas de mejora y a su vez etiquetar los sitios incluidos en el buscador directamente en el panel de control, pero si deseas tener un mejor control de la clasificación de resultados debes hacer uso del archivo de contexto para crear la(s) etiqueta(s) de mejora y el archivo de anotaciones para asociarlas a los sitios deseados.

Google búsqueda personalizada

[Visión general](#) **Mis motores de búsqueda**

[Nuevo motor de búsqueda...](#)

Mis motores de búsqueda

Resources
[Documentación](#)
[Marcador de Google](#)
[Blog](#)

Ann looking for a [Panel de control](#) [Estadísticas](#) [Suprimir](#)

Dirigirse al "Panel de control" del motor de búsqueda a configurar.

la principal de iGoogle para acceder fácilmente a todos los Motores de búsqueda personalizados.

[Sitios web](#)

[Indexación](#)

[Más datos](#)

[Resultados promocionados](#)

[Sinónimos](#)

[Diseño](#)

ID único del motor de búsqueda: **016539006346675942355:gnh0m7dn9w**

Seleccionar la opción "Más datos".

Google búsqueda personalizada

[Visión general](#) **Control panel - Más datos: Ann looking for a**

[Nuevo motor de búsqueda...](#)

[Mis motores de búsqueda](#)

Select search engine...

Panel de control
[Información básica](#)
[Sitios web](#)
[Indexación](#)
[Más datos](#)

Administrar más datos [Añadir más datos](#) Visualizando 1 - 1 de 1

materias [editar](#) [suprimir](#)

Acerca de las búsquedas restringidas

Las búsquedas restringidas son etiquetas que puedes aplicar a los sitios para identificarlos. Las etiquetas de búsqueda restringida que crees aparecerán como enlaces en la parte superior de las páginas de resultados de búsqueda. Cuando un usuario haga clic en uno de los enlaces de búsqueda restringida, los sitios a los que hayas aplicado la etiqueta de búsqueda restringida se rastrearán de forma exclusiva o se mostrarán por encima de otros resultados (según cómo hayas definido la etiqueta). [Más información](#)

Seleccionar la opción "Añadir más datos".

Google búsqueda personalizada

[Visión general](#) **Control panel - Más datos: Ann looking for a**

[Nuevo motor de búsqueda...](#)

[Mis motores de búsqueda](#)

Select search engine...

Panel de control
[Información básica](#)
[Sitios web](#)
[Indexación](#)
[Más datos](#)

Administrar más datos [Añadir más datos](#) Visualizando 1 - 1 de 1

materias [editar](#) [suprimir](#)

Acerca de las búsquedas restringidas

Las búsquedas restringidas son etiquetas que puedes aplicar a los sitios para identificarlos. Las etiquetas de búsqueda restringida que crees aparecerán como enlaces en la parte superior de las páginas de resultados de búsqueda. Cuando un usuario haga clic en uno de los enlaces de búsqueda restringida, los sitios a los que hayas aplicado la etiqueta de búsqueda restringida se rastrearán de forma exclusiva o se mostrarán por encima de otros resultados (según cómo hayas definido la etiqueta). [Más información](#)

Llenar el formulario con el cual se creará la etiqueta de mejora.

Con esta opción se determina si la búsqueda solo mostrará los sitios relacionados a esta etiqueta de mejora o les dará preferencia.

En este campo se añaden las posibles palabras con las cuales el usuario buscará resultados relacionados con la clasificación que se está haciendo a través de la etiqueta de mejora.

Nombre:
 por ejemplo, Conferencias

Cómo buscar sitios etiquetados:
 Dar prioridad a los sitios seleccionados
 Buscar sólo sitios seleccionados

Palabra(s) para añadir a la consulta de búsqueda (opcional):
 por ejemplo, conferencias OR charlas
 Puedes utilizar [operadores de búsqueda avanzada](#).

NOTA: Para más información acerca de las palabras añadidas a la consulta de búsqueda ver anexo 3.

resultados.

Puedes aplicar etiquetas desde la pestaña "Sitios web".

1. Selecciona los sitios que deseas etiquetar.
2. Utiliza el menú desplegable "Acciones de etiquetar..." para seleccionar la etiqueta que desearías utilizar.

Sit. incluidos

<input type="checkbox"/>	Añ. sit.	Elim.	Etiquet. acc....
<input type="checkbox"/>	http://www.climate-science.gov/		

Etiquet. acc....

- Etiquet. acc....
- Apl. eti.
- Confer.
- Tareas
- Referenc.

Vaya a la pestaña Cerrar

Al crear la etiqueta de mejora, el panel de control muestra la opción de asociar a los sitios añadidos en el buscador con la etiqueta de mejora.

Google búsqueda personalizada

Control panel - Sitios web: Ann looking for a

Sitios incluidos

Mostrar etiqueta: [dropdown] La URL contiene: [input]

Añadir sitios Suprimir Acciones de etiquetar...

<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/Formatos_De_Titulacion.html		
<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/Formatos_De_Titulacion.html		
<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/Formatos_De_Titulacion.html		
<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx		
<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/estudiosProfesionales/semestres.html	materias	
<input type="checkbox"/>	http://dgenp.unam.mx/planteles/P1/index.html		

Borrar

1.- Seleccionar los sitios a los cuales se les va a asociar con una etiqueta de mejora.

2.- En esta lista se mostrarán las etiquetas creadas hasta el momento, al seleccionar una se asociará automáticamente a los sitios previamente seleccionados.

Google búsqueda personalizada

Control panel - Sitios web: Ann looking for a

Sitios incluidos

Mostrar etiqueta: [dropdown] La URL contiene: [input]

Añadir sitios Suprimir Acciones de etiquetar...

Aplicar filtro Borrar

<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/OpcionesDisponibles.html	titulacion
<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion.html	titulacion
<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/Formatos_De_Titulacion.html	titulacion
<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx	
<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/estudiosProfesionales/semestres.html	materias
<input type="checkbox"/>	http://dgenp.unam.mx/planteles/P1/index.html	

Incluir sitios individualmente | Incluir varios sitios a la vez

URL:

También puedes añadir patrones de URL al motor de búsqueda.

Qué debes incluir:

- Incluir todas las páginas cuya dirección contenga esta URL.
- Incluir esta página específica o patrón de URL que he introducido.
- Extraer enlaces dinámicamente de esta página y añadirlos a mi motor de búsqueda.

Sub-opts:

- Incluir todas las páginas con las que enlaza esta página
- Incluir todos los sitios parciales con los que enlaza esta página
- Incluir todos los sitios con los que enlaza esta página

Etiquetas: materias titulacion

Buttons: Guardar, Cerrar

Al añadir un sitio, éste puede ser asociado a una o más etiquetas previamente creadas.

Ejemplo:

Google búsqueda personalizada

1.- Se hace una búsqueda cualquiera.

Resultados 1 - 10 de tesis (0.19 segundos)

Definir mejor los resultados para tesis:

- [\[PDF\] Instructivo de Tesis Digital - UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE ...](#)
- [Ecotoxicología de organismos acuáticos](#)
- [Tesis de Licenciatura en Biología. Facultad de Ciencias, UNAM. ...](#)

2.- El usuario obtiene resultados, pero quizá éste se encuentre buscando otros resultados relacionados, por ejemplo, con el tema de titulación.

Google búsqueda personalizada

Control panel - Más datos: Ann looking for a

Administrar más datos

Se genera la etiqueta de mejora "titulacion".

Acerca de las búsquedas restringidas

Las búsquedas restringidas son etiquetas que puedes aplicar a los sitios para identificarlos. Las etiquetas de búsqueda restringida que crees aparecerán como enlaces en la parte superior de las páginas de resultados de búsqueda. Cuando un usuario haga clic en uno de los enlaces de búsqueda restringida, los sitios a los que hayas

Google búsqueda personalizada

- [Visión general](#)
- [Nuevo motor de búsqueda...](#)
- [Mis motores de búsqueda](#)
- [Select search engine...](#)
- Panel de control**
 - [Información básica](#)
 - [Sitios web](#)**
 - [Indexación](#)
 - [Más datos](#)
 - [Resultados promocionados](#)
 - [Sinónimos](#)
 - [Diseño](#)
 - [Obtener código](#)
 - [Colaboración](#)

Control panel - Sitios web: Ann looking for a

Sitios incluidos Resultados 1 - 7 de 7

Mostrar etiqueta: La URL contiene:

Acciones de etiquetar...

<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/Reglamentos.html	titulacion
<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/OpcionesDisponibles.html	titulacion
<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/titulacion.html	titulacion
<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/Formatos.De.Titulacion.html	titulacion
<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx	
<input type="checkbox"/>	http://www.fciencias.unam.mx/estudiosProfesionales/semestres.html	materias
<input type="checkbox"/>	http://dgenp.unam.mx/planteles/P1/index.html	

Se asocian los sitios deseados a la etiqueta de mejora.

Sitios excluidos
No ha excluido n

Google búsqueda personalizada

tesis

Se vuelve a realizar la búsqueda y la etiqueta de mejora es mostrada.

Anuncios Google

TESIS taller elaboracion
sites.google.com/site/talle terminela en 1 solo m

Escritura de Tesis
www.tesisacademicas.com.ar Redacción tesis de grado, postgrado Proyectos, monografías, tesinas.

Terminamos en 29 días
www.teshoy.com.mx Calidad y honestidad Titulate ya. No pierdas mas tiempo

Titulate ya
www.tesisde10.com Tesis economicas y rapidas Honestidad y Calidad

Resultados 1 - 10 de tesis (0.26 segundos)

Define mejor los resultados para **tesis:**

- [materias](#)
- [titulacion](#)

[PDF] **Instructivo de Tesis Digital - UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE ...**
Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - [Vista rápida](#)
La tesis digital debe tener la información completa y ordenada, ... Archivo tesis.pdf. A partir de tu documento en el archivo tesis.doc o de tus ...
www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/InstructivoTesis.pdf

Ecotoxicología de organismos acuáticos
Tesis de Licenciatura en Biología. Facultad de Ciencias, UNAM. ... (Reconocimiento "Mejor Tesis de Maestría" por la DGEF; Colección Posgrado; ...
www.fciencias.unam.mx/biologia/ecologia/grupos/ecotoxicologia.html

[PDF] **Para la evaluacin y aprobacin del tema de tesis, el alumno deber ...**

www.tesisacademicas.com.ar Redacción tesis de grado, postgrado Proyectos, monografías, tesinas.

¿Cómo se hace una tesis?
www.escribimos.com

Titulate ya
www.tesisde10.com Tesis economicas y rapidas Honestidad y Calidad

Al seleccionar la etiqueta de mejora se muestra una lista de resultados más pequeña de sitios relacionados al tema que el usuario probablemente estaba buscando.

Resultados 1 - 2 de tesis more:titulacion (0.72 segundos)

Define mejor los resultados para **tesis:**

- [materias](#)
- [titulacion](#)

Instructivos
Tesis; Trabajo Profesional; Servicio Social; Actividad de Apoyo a la Docencia; Proyecto de Apoyo a la Divulgación. Instructivo General para Seminario de ...
www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/.../Instructivos.html

[PDF] **Expediente CAC 2007 - Expediente de la Dependencia.**
Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat
Carrera **Profesional**. Nombramiento. Funcionario Apoyo directo para generación de tesis de licenciatura. Programa o Proyecto. Relacionado ...
www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/csc/expedienteCAC2007.pdf

Terminamos en 29 días
Calidad y honestidad
Titulate ya. No pierdas mas tiempo
www.teshoy.com.mx

Trabajo desde la casa
Gane \$2.700 x Mes part-time
Solo hasta cubrir cupos!
www.TenerMas.com

Como te mencionamos anteriormente las etiquetas de mejora pueden ser definidas en el archivo de contexto y paso seguido asociarlas a diferentes sitios, a continuación te mostraremos como definir las y las características de una etiqueta de mejora en un archivo de contexto:

```

8 <Context>
9
10 <Facet>
11 <FacetItem title="Titulacion">
12 <Label name="titulacion" mode="BOOST" weight="0.8">
13 <Rewrite>titulacion OR tesis</Rewrite>
14 </Label>
15 </FacetItem>
16 </Facet>
17
18 <Facet>
19 <FacetItem title="Opciones de titulacion">
20 <Label name="opciones_titulacion" mode="BOOST" weight="0.8">
21 <Rewrite>opciones OR opcion OR titulacion</Rewrite>
22 </Label>
23 </FacetItem>
24 </Facet>
25
26 <Facet>
27 <FacetItem title="Instructivo digital">
28 <Label name="instructivo_digital" mode="FILTER">
29 <IgnoreBackgroundLabels>true</IgnoreBackgroundLabels>
30 </Label>
31 </FacetItem>
32 </Facet>
33
34 <Facet>
35 <FacetItem title="Formatos">
36 <Label name="formatos" mode="FILTER" />
37 <Redirect url="http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/Formatos.De.Titulacion.html" />
38 </Label>
39 </FacetItem>
40 </Facet>

```

Características:

- A continuación se muestra la estructura de una etiqueta de mejora (Ver anexo 2):
 - Facet
 - FacetItem (hasta cuatro)
 - Label name
 - Rewrite
 - IgnoreBackgroundLabels (Ver sección *Eliminar el efecto de las etiquetas del motor de búsqueda.*)
 - Redirect (Ver anexo 3)
- El elemento **Rewrite** proporciona enlaces de mejora, los cuales añaden términos de búsqueda útiles a las consultas de los usuarios al momento de dar clic en un enlace de mejora.
- El elemento **Redirect** es utilizado cuando se desea redirigir a los usuarios a un sitio Web distinto al momento de dar clic en un enlace de mejora.

Recomendaciones:

- Cada elemento *Facet* puede tener hasta cuatro elementos *FacetItem* secundarios (Ver anexo 2).
- Se pueden crear tantas etiquetas de mejora desees y mostrar hasta 16 enlaces de mejora en la página de resultados de búsqueda.

Como se vio en el primer ejemplo, puedes asociar etiquetas de mejora a los sitios añadidos al buscador, esto lo puedes gestionar de mejor manera a través del archivo de anotaciones.

```

3 <Annotation about="*escolar.com.mx/*" score="0.0001">
4
5 <Label name="vision_label"/>
6 <Label name="registro"/>
7
8 </Annotation>
11 <Annotation about="*.dgae.unam.mx/*" score="0.7">
12
13 <Label name="vision_label"/>
14 <Label name="inscripcion"/>
15 <Label name="registro"/>
16
17 </Annotation>
20 <Annotation about="*.dgenp.unam.mx/*" score="1">
21
22 <Label name="vision_label"/>
23 <Label name="convocatoria"/>
24
25 </Annotation>

```

Eliminar el efecto las etiquetas del motor de búsqueda.

Cuando creas un motor de búsqueda, éste regularmente crea por default una serie de etiquetas de mejora, dichas pueden afectar los resultados de cualquier búsqueda.

En el siguiente ejemplo se va a crear una etiqueta de mejora que especifica que al seleccionar su enlace de mejora, la página de resultados sólo debe mostrar sitios marcados con esa etiqueta. Todas las etiquetas del motor de búsqueda se ignorarán.

```

8 <Context>
9
10 <Facet>
11 <FacetItem title="Reference">
12 <Label name="reference" mode="FILTER" weight="+1.0">
13 <IgnoreBackgroundLabels>true</IgnoreBackgroundLabels>
14 </Label>
15 </FacetItem>
16 </Facet>

```

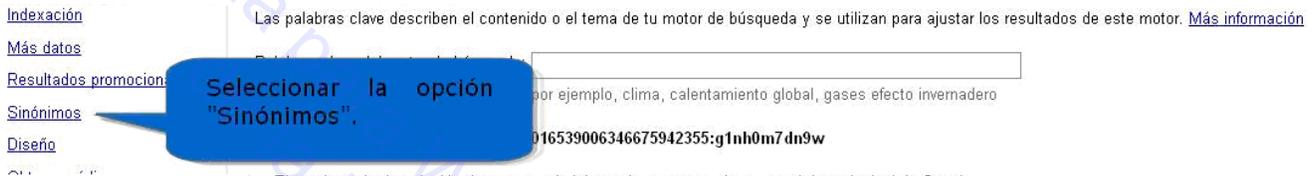
Mejorar las consultas de los usuarios.

Cuando creas un buscador personalizado es por que deseas mostrar información de cierto campo de especialización o interés; una opción para mejorar la experiencia de tus usuarios en el buscador personalizado, es ampliar las consultas de búsqueda a través del uso de *sinónimos*, los cuales se definen a continuación:

Sinónimo. Es una variante de un término de búsqueda. Este permite tener alternativas equivalentes de interés dentro del motor de búsqueda, por lo que este buscará automáticamente en todos los sitios que sean relevantes para los términos seleccionados como sinónimos

Para seleccionar adecuadamente una palabra y a raíz de ésta seleccionar sus sinónimos se deben tomar en cuenta aquellos de consulta habitual, los acrónimos y las abreviaturas familiares del tema de interés o la especialidad del buscador, debido a que el buscador no sabe el contexto real del término seleccionado. También se pueden obtener datos de las consultas de aquello que los usuarios están buscando a través de la estadística del buscador.

Crear un sinónimo.



Las palabras clave describen el contenido o el tema de tu motor de búsqueda y se utilizan para ajustar los resultados de este motor. [Más información](#)

[Más datos](#)

[Resultados promoción](#)

[Sinónimos](#)

[Diseño](#)

Seleccionar la opción "Sinónimos".

Por ejemplo, clima, calentamiento global, gases efecto invernadero

016539006346675942355:g1nh0m7dn9w

Google búsqueda personalizada



[Visión general](#)

[Nuevo motor de búsqueda...](#)

[Mis motores de búsqueda](#)

Select search engine...

Panel de control

[Información básica](#)

[Sitios web](#)

Control panel - Sinónimos: Ann looking for a

Puedes ampliar las consultas de búsqueda de los usuarios utilizando sinónimos, que son variantes de los términos de búsqueda. Para obtener más información sobre el efecto del uso de sinónimos, consulta [esta página](#).

Añadir... Subir... Descargar...

Añadir un sinónimo manualmente.

Control panel - Sinónimos: Ann looking for a

Puedes ampliar las consultas de búsqueda de los usuarios utilizando sinónimos, que son variantes de los términos de búsqueda. Para obtener más información sobre el efecto del uso de sinónimos, consulta la documentación sobre el [formato de los archivos de descripción de sinónimos](#).

Añadir... Subir...

Crear un sinónimo

Término de búsqueda:
titulacion
La palabra o frase que activa los sinónimos relacionados

Sinónimos:
tesis,examen de grado,titulo
Sinónimos del término de búsqueda separados por comas

OK Cancel

Google búsqueda personalizada

Control panel - Sinónimos: Ann looking for a

Puedes ampliar las consultas de búsqueda de los usuarios utilizando sinónimos, que son variantes de los términos de búsqueda. Para obtener más información sobre el efecto del uso de sinónimos, consulta la documentación sobre el [formato de los archivos de descripción de sinónimos](#).

Añadir... Eliminar Subir... Descargar...

<input type="checkbox"/> Término de búsqueda	Sinónimos
<input type="checkbox"/> titulacion	tesis,examen de grado,titulo

Resultados 1 - 1 de 1

Se puede subir un archivo XML, con el cual se guardarán al mismo tiempo todos los sinónimos a considerar.

Control panel - Sinónimos: Ann looking for a

Puedes ampliar las consultas de búsqueda de los usuarios utilizando sinónimos, que son variantes de los términos de búsqueda. Para obtener más información sobre el efecto del uso de sinónimos, consulta la documentación sobre el [formato de los archivos de descripción de sinónimos](#).

Añadir... Eliminar Subir... Descargar...

Subir un archivo de descripción de sinónimo

Subir archivo de sinónimos: Examinar...

Para obtener más información, consulta la documentación sobre el [formato de los archivos de descripción de sinónimos](#).

OK Cancel

Google búsqueda personalizada

Control panel - Sinónimos: Ann looking for a

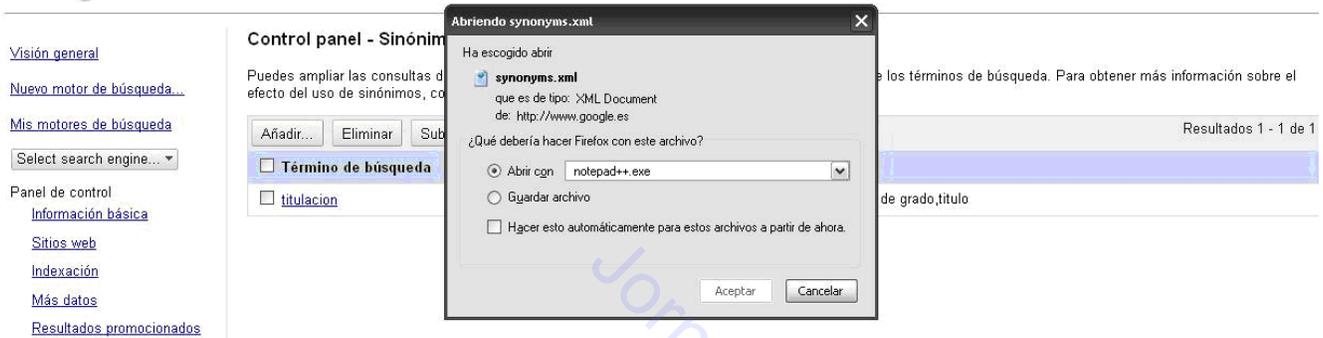
Puedes ampliar las consultas de búsqueda de los usuarios utilizando sinónimos, que son variantes de los términos de búsqueda. Para obtener más información sobre el efecto del uso de sinónimos, consulta la documentación sobre el [formato de los archivos de descripción de sinónimos](#).

Añadir... Eliminar Subir... Descargar...

<input type="checkbox"/> Término de búsqueda	Sinónimos
<input type="checkbox"/> titulacion	tesis,examen de grado,titulo

Resultados 1 - 1 de 1

Se puede descargar un archivo XML con los sinónimos creados hasta el momento, o bien, con la plantilla del XML.



El archivo XML tiene la siguiente estructura:

```
1 <?xml version="1.0" ?>
2 <Synonyms start="0" num="1" total="1">
3   <Synonym term="titulacion">
4     <Variant>tesis</Variant>
5     <Variant>examen de grado</Variant>
6     <Variant>titulo</Variant>
7   </Synonym>
8
9   <Synonym term="horario">
10    <Variant>materias</Variant>
11    <Variant>horarios</Variant>
12    <Variant>lista de materias</Variant>
13  </Synonym>
14
15  <Synonym term="materia">
16    <Variant>materias</Variant>
17    <Variant>horario</Variant>
18    <Variant>plan de estudios</Variant>
19    <Variant>asuntos academicos</Variant>
20  </Synonym>
21
22 </Synonyms>
```

Hasta 10 elementos de tipo "Variant" por cada sinónimo.

Uso de links de suscripción.

Puedes mejorar y personalizar aun más el motor de búsqueda a través de los links de suscripción, estos permiten crear fragmentos de resultados especiales para un conjunto de consultas. El objetivo primordial es responder directamente a las preguntas de los usuarios.

Por ejemplo el proceso normal de búsqueda de los usuarios que requieran información básica acerca del proceso o las distintas formas de titulación de la facultad de ciencias es:

1. Introducen la consulta de búsqueda.
2. Buscan entre los resultados de búsqueda el sitio que a su parecer es el que contiene la información que requieren.
3. Dan clic en el link, esperan a que cargue el sitio Web y por ultimo examinan la página en busca de la información que les sea más relevante.

Si el motor de búsqueda tiene un link personalizado para toda la información relacionada con la titulación los usuarios podrán:

1. Introducir únicamente las palabras “tesis”, “titulación”, “formato” entre otras.
2. Hacer la búsqueda y obtener inmediatamente la información.

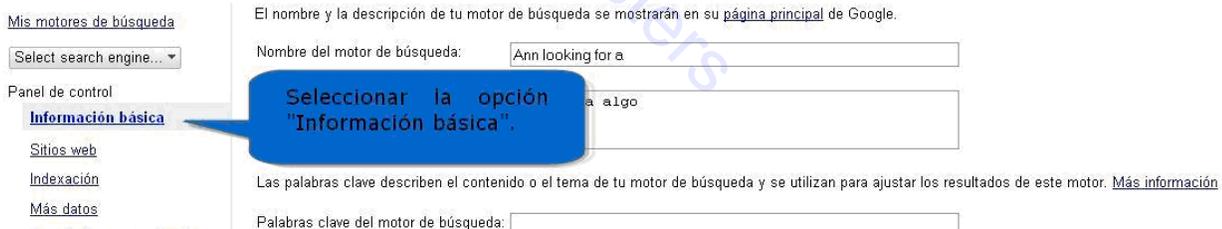
No tendrán que buscar en toda la pagina, ni andar de sitio en sitio para obtener las respuestas a las consultas. Si el link de suscripción llega a tener muchos suscriptores, con el tiempo puede ser agregado al directorio de Google™.

Añadir enlaces propios de suscripción.

Google búsqueda personalizada



The screenshot shows the Google search engine customization interface. On the left, there are navigation links: 'Visión general', 'Nuevo motor de búsqueda...', 'Mis motores de búsqueda', and 'Recursos' (with sub-links for 'Documentación', 'Marcador de Google', and 'Blog'). The main content area is titled 'Mis motores de búsqueda' and contains sections for 'Motores de búsqueda que he creado' (listing 'Ann looking for a' with links for 'Panel de control', 'Estadísticas', and 'Suprimir') and 'Herramientas adicionales' (listing 'Administrar tus preferencias' and 'Añade el gadget para programar'). A blue callout box points to the 'Panel de control' link with the text 'Dirigirse al "Panel de control"'. At the bottom right, there is a '+ Google' logo.



This screenshot shows the 'Información básica' form for creating a search engine. The form includes a 'Select search engine...' dropdown menu. The main text reads: 'El nombre y la descripción de tu motor de búsqueda se mostrarán en su página principal de Google.' Below this, there are input fields for 'Nombre del motor de búsqueda:' (containing 'Ann looking for a') and 'Descripción del motor de búsqueda:' (containing 'a algo'). A blue callout box points to the 'Información básica' link with the text 'Seleccionar la opción "Información básica"'. At the bottom, there is a field for 'Palabras clave del motor de búsqueda:'.



Subscribed Links

[Overview](#)

[Create a subscribed link](#)

Basic

[Developer console](#)

[Documentation](#)

[Directory](#)

Design a basic subscribed link

1. Define a basic subscribed link

2. Add a button to your site

Example of how your subscribed link would look:

Web Results 1 - 10 of about ... for **some query**

Sample

Sample

Sample

Keywords to trigger on: comma-separated

Title: 50 max

Text line 1: 80 max

Text line 2: 80 max

Text line 3: 80 max

URL (optional): 1000 max, 80 viewable

I have read and agree to the [Terms of Service](#).

Lista de palabras clave con las cuales se mostrarán los links de suscripción.



Subscribed Links

[Overview](#)

[Create a subscribed link](#)

Basic

[Developer console](#)

[Documentation](#)

[Directory](#)

Design a basic subscribed link

1. Define a basic subscribed link

2. Add a button to your site

Example of how your subscribed link would look:

Web Results 1 - 10 of about ... for **some query**

Sample

Sample

Sample

Keywords to trigger on: comma-separated

Title: 50 max

Text line 1:

Los campos "Text line i", sirven para describir el contenido que puede ser relevante para la búsqueda de los usuarios.

story

Button code

Add one of the buttons below to your website so that your visitors can choose to see your subscribed link when they search using Google. If you haven't created a [Co-op profile](#), please [create one](#) so that your visitors can learn more about you before adding your subscribed link. If your subscribed link becomes popular enough, it may eventually be added to our [directory](#), so that all users can find your content more easily.

Select which button you'd like to use and paste the code below into the page on your website where you would like the button to appear.



Debes añadir cualquiera de los dos botones a tu sitio, con lo cual tus usuarios podrán elegir ver tu link de suscripción cuando ellos se encuentren buscando información a través de Google.

```
<a href="http://www.google.es/coop/trust/add?user=016539006">

32 </Synonyms>
33 </Context>
34 <LookAndFeel code="watermark"
35   <Colors url="#" color="FFFFFF" title="
36   <Promotions title="#" color="#0000CC"
37   <SearchControl order_col="#"
38   <Results border="FFFFFF" border="
39 </LookAndFeel>
40 <SubscribedLinks>
41   <SubscribedLink creator="016539006346675942355" />
42   <SubscribedLink creator="017771777217723414381" />
43 </SubscribedLinks>
44 <AdSense />

```

Se pueden añadir tantos links de suscripción se quiera.

Los links de suscripción pueden ser monitoreados y administrados, a través de la consola de desarrolladores:

[Condiciones del servicio](#)

Google™ Búsqueda personalizada

Buscar

Codificación del motor de búsqueda:

Unicode (UTF-8)

Guardar cambios Cancelar

Preferencias

Cómo buscar

En el panel de control, dentro de la opción "Información general" dar clic en "enlaces de suscripción".

Habilita resultados especiales, como los resultados promocionados y los [enlaces de suscripción](#).

Habilitar Autocompletar (Nuevo)

Nota: el proceso inicial de creación de opciones personalizadas de Autocompletar para tu motor de búsqueda puede tardar varias horas, por



Subscribed Links

Overview

[Create a subscribed link](#)

[Developer console](#)

[Documentation](#)

Seleccionar la opción "Developer console".

results that users can add to their Google search pages. You can, in real-time, answer questions, calculate useful quantities, and more.

Directory

Subscribed Links

- Create search results specific to your product, service, or expertise.
- Design a basic version in minutes to see how it works.
- Build a dynamic version using XML, TSV, or RSS files or feeds.
- Include [images](#) in your Subscribed Links.
- Include [gadgets](#) in your Subscribed Links.



Subscribed Links

Overview

[Create a subscribed link](#)

Developer console

[Documentation](#)

Subscribed Links Developer Console

[Manage Subscribed Links](#) | [Test and troubleshoot](#) | [Manage description](#) | [Get button code](#)

After you create or upload a subscribed link file, it may take a few minutes for it to become active. This page will indicate whether it is active. Subscribed link feeds will also indicate the last time they were crawled.

Basic Subscribed Link Files

Titulacion en la facultad de Ciencias Ready	edit	download	delete
Este permite ver que pasa Ready	edit	download	delete

[Create a new basic subscribed link file](#)

Uploaded Subscribed Link Files

You currently do not have any uploaded subscribed link files.

[Upload a new subscribed link file](#)

Subscribed Link Feeds

[Refresh all feeds](#)

You currently do not have any subscribed link feeds.

En esta sección se pueden crear, editar y borrar los 3 distintos tipo de links de suscripción.



Subscribed Links

[Overview](#)

[Create a subscribed link](#)

[Developer console](#)

[Documentation](#)

[Directory](#)

Subscribed Links Developer Console

[Manage Subscribed Links](#) | [Test and troubleshoot](#) | [Manage description](#) | [Get](#)

Test and troubleshoot your Subscribed Links

Type in a query that you expect to trigger your Subscribed Links. If no Subscribed Link appears, you'll get a message explaining why.

Query:

Test

Con esta opción el administrador del motor de búsqueda puede probar una serie de consultas, con las cuales espera activar sus links de suscripción.

Si la consulta no arroja resultados, al final se mostrará la razón del por que no es posible desplegar los links de suscripción.



Subscribed Links

[Overview](#)

[Create a subscribed link](#)

[Developer console](#)

[Documentation](#)

[Directory](#)

Subscribed Links Developer Console

[Manage Subscribed Links](#) | [Test and troubleshoot](#) | [Manage description](#) | [Get button code](#)

Test and troubleshoot your Subscribed Links

Type in a query that you expect to trigger your Subscribed Links. If no Subscribed Link appears, you'll get a message explaining why.

Query:

tesis

Test

Status:

Successfully matched query.

Subscribed Link

Web

Results 1 - 10 for tesis. (0.11 seconds)

Este permite ver que pasa - [Manage my Subscribed Links](#)
si no se coloca un link en la liga



Subscribed Links

[Overview](#)

[Create a subscribed link](#)

[Developer console](#)

[Documentation](#)

[Directory](#)

Subscribed Links Developer Console

[Manage Subscribed Links](#) | [Test and troubleshoot](#) | [Manage description](#) | [Get button code](#)

Manage the description page for your subscribed links

[See the public view](#)



Name:*

Site URL:

Location:

Description:

Sample queries:

Image: Current Image
 New Image

For best results, use a 170x170 pixel square image.

En esta sección el administrador puede personalizar los datos de la pagina que contiene los links de suscripción.



Add Subscribed Links to your search results

[All categories](#)

[Tools](#)

[Fun and games](#)

[Lifestyle](#)

[Technology](#)

[My Subscribed Links](#)

[Subscribed Links help](#)



Titulacion Ciencias

<http://www.fciencias.unam.mx/secretarias/general/dep/Titulacion/OpcionesDisponibles.html>

D.F.

Esta es una breve descripcion de lo que contiene esta liga

Ejemplo de la pagina que concentra los links de suscripción.

Subscribed Links

Sample queries: [obtener titulo](#), [como puedo obtener titulo](#), [como puedo titularme](#), [cursar seminario](#), [divulgacion](#)

Try your own search queries here to see when this subscribed link would show:



Subscribed Links

- [Overview](#)
- [Create a subscribed link](#)
- [Developer console](#)
- [Documentation](#)

Directory

Subscribed Links Developer Console

[Manage Subscribed Links](#) | [Test and troubleshoot](#) | [Manage description](#) | [Get button code](#)

Get the button code

Add one of the buttons below to your website so that your visitors can subscribe to see your Subscribed Link when they search using Google. If you have a [description page](#), please [create one](#) so that your visitors can learn more about you before subscribing. If enough people subscribe, your Subscribed Link added to our [directory](#), so that all users can find your content more easily.

Select which button you'd like to use and paste the code below into the page on



Código para añadir un botón en algún sitio Web, con el cual los usuarios se suscribirán a tus links.

```
<a href="http://www.google.es/coop/trust/add?user=016539006346675942355&sig">  
  
</a>
```

Diseño.

En las paginas anteriores te hemos enseñado a personalizar la cobertura y la clasificación de los resultados mostrados por tu motor de búsqueda, dentro de las opciones que se ofrecen esta el hecho de que puedas personalizar el diseño del cuadro de búsqueda y de la pagina de resultados, ya sea que vayas a insertarlo dentro de alguno o varios sitios Web.

Para poder configurar el diseño del motor de búsqueda en tu sitio Web existe un documento en el cual debes apoyarte, "Directrices para implementar el Motor de búsqueda personalizado de Google™". Al igual que todas las configuraciones del motor de búsqueda, éstas se pueden hacer mediante dos vías: el panel de control y el archivo de contexto.

Modificar diseño a través del Panel de control.

Diseño del cuadro de búsqueda y la pagina de resultados

[Más datos](#)

[Resultados promocionados](#)

[Sinónimos](#)

[Diseño](#)

[Obtener código](#)

[Colaboración](#)

[Obtener ingresos](#)

[Cuenta empresarial](#)

Palabras clave del motor de búsqueda:

por ejemplo, clima, calentamiento global, gases efecto invernadero

Motor de búsqueda:

016539006346675942355:g1nh0m7 dn9w

Seleccionar la opción "Diseño".

Configuración país

Mis motores de búsqueda

Select search engine...

Panel de control

Información básica

Sitios web

Indexación

Más datos

- Search Element:** ofrece el mayor número de opciones de personalización y de diseño.
- Iframe:** ofrece una personalización limitada y muestra los resultados de tu sitio en otra página.
- Página alojada en Google:** los resultados se alojan en Google.

Selecciona en dónde se alojará tu buscador.

Vista previa de Search Element

NOTA: Si eliges la opción "Página alojada en Google™", tienes la opción extra de añadir un logotipo a la página de resultados. Ver anexo 5.

Nuevo motor de búsqueda...

Mis motores de búsqueda

Select search engine...

Panel de control

Información básica

Sitios web

Indexación

Más datos

Resultados promocionados

Sinónimos

Diseño

Obtener código

Colaboración

Seleccionar un diseño para Search Element



Display search box and search results in one column.

Selecciona la forma en que quieres desplegar los resultados de tus búsquedas.

Esta vista previa utiliza Search Element. Los resultados activos pueden aparecer de forma diferente con otras opciones de alojamiento.

Mis motores de búsqueda

Select search engine...

Panel de control

Información básica

Sitios web

Indexación

Más datos

Resultados promocionados

Sinónimos

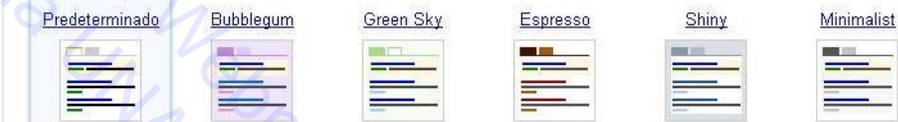
Diseño

Obtener código

Colaboración

Seleccionar un diseño para Search Element

Selecciona o personaliza un estilo



Personalizar

El estilo predeterminado es similar a los resultados de búsqueda clásicos de Google.

Selecciona el diseño que tendrá tu cuadro de búsqueda.

Esta vista previa utiliza Search Element. Los resultados activos pueden aparecer de forma diferente con otras opciones de alojamiento.

- Colaboración
- Obtener ingresos
- Cuenta empresarial
- Opciones avanzadas
- Vista previa
- Estadísticas

Resources

- Documentación
- Marcador de Google
- Blog
- Grupo de debate
- Centro de asistencia
- Condiciones del servicio

Google® Búsqueda personalizada

Buscar

Mi estilo Bubblegum Green Sky Espresso Shiny Minimalist

En esta sección, se determina de manera general como se verá el cuadro de búsqueda.

Estilos globales Controles de búsqueda Resultados Resultados promocionados

Estos estilos se aplican a todo el Custom Search Element (incluido el borde que rodea todo el elemento y su color de fondo).

Texto: **Estilo de Search Element:**

Tipo de fuente Color del borde Color de fondo

Guardar Obtener código...

¿Quieres realizar más acciones? Amplía el elemento con [CSS](#) y con [JavaScript](#) o consulta la [guía para programado](#)

Vista previa de Search Element

Esta vista previa utiliza Search Element. Los resultados activos pueden aparecer de forma diferente con otras opciones de alojamiento.

vfvdvdfv Buscar

No hay resultados.

Resources

- Documentación
- Marcador de Google
- Blog
- Grupo de debate
- Centro de asistencia
- Condiciones del servicio

Google® Búsqueda personalizada

Buscar

Este estilo es personalizado.

Estilos globales **Controles de búsqueda** Resultados Resultados promocionados

Cuadro de búsqueda: **Ficha de búsqueda restringida (estado normal):**

Color del borde Color del borde Color de fondo

Botón de búsqueda: **Ficha de búsqueda restringida (estado seleccionado):**

Color del borde Color de fondo Color del borde Color de fondo

Guardar Obtener código...

¿Quieres realizar más acciones? Amplía el elemento con [CSS](#) y con [JavaScript](#) o consulta la [guía para programado](#)

Vista previa de Search Element

Esta vista previa utiliza Search Element. Los resultados activos pueden aparecer de forma diferente con otras opciones de alojamiento.

seminario Buscar

Anuncios Google

Curso "La Palabra".
www.lapalabra.com.mx Domine el Arte de Hablar en Público Somos Los Especialistas desde 1989

Titulación en la facultad de Ciencias
En esta parte se coloca texto descriptivo de lo que se puede encontrar en el sitio que se esta clasificando como relevante.
www.fciencias.unam.mx

Facultad de Ciencias
Seminario de Investigación de Operaciones 1 grupo. Seminario de Topología A 2 grupos ... Seminario sobre Enseñanza de las Matemáticas I 3 grupos ...
www.fciencias.unam.mx/estudiosProfesionales/grupos/20102/0217/index.html

En esta sección se edita el color del campo de búsqueda así como del botón "Buscar", también se configura el diseño de las etiquetas de mejora.

Marcador de Google
Blog
Grupo de debate
Centro de asistencia
Condiciones del servicio

Google™ Búsqueda personalizada

Buscar

Colores del texto del título:
#cc6600 #33cc00 #6600cc #330033

Color del enlace Color del enlace pulsado Color al colocar el ratón sobre el enlace Color activo

Estilo de los resultados (estado normal):
#FFFFFF #FFFFFF

Color del borde Color de fondo

Estilo de los resultados (estado al colocar el ratón sobre el enlace):
#FFFFFF #FFFFFF

Color del borde Color de fondo

Color del fragmento de texto: #3366ff
Color del texto

Color del texto de la URL: #cc6600
Color del texto

URL: Show full URL Show domain name only

Guardar Obtener código... ¿Quieres realizar más acciones?

Vista previa de Search Element

Esta vista previa utiliza Search Element. Los resultados activos pueden aparecer de forma diferente con otras opciones de alojamiento.

En esta sección "Resultados" se edita la forma de mostrar los resultados, el color del texto, los enlaces, al pasar el mouse, entre otras.

seminario

Ann looking for a

Anuncios Google

Curso "La Palabra".
www.lapalabra.com.mx Domine el Arte de Hablar en Público Somos Los Especialistas desde 1969

Titulación en la facultad de Ciencias
En esta parte se coloca texto descriptivo de lo que se puede encontrar en el sitio que se esta clasificando como relevante.
www.fciencias.unam.mx

Facultad de Ciencias
Seminario de Investigación de Operaciones 1 grupo. Seminario de Topología A 2 grupos ... Seminario sobre Enseñanza de las Matemáticas I 3 grupos ...
www.fciencias.unam.mx/estudiosProfesionales/grupos/20102/0217/index.html

Facultad de Ciencias

Blog
Grupo de debate
Centro de asistencia
Condiciones del servicio

Google™ Búsqueda personalizada

Buscar

Colores del texto del título:
#003333 #f99666 #006600 #cccccc

Color del enlace Color del enlace pulsado Color al colocar el ratón sobre el enlace Color activo

Estilo del resultado promocionado:
#ff0000 #ffcc99

Color del borde Color de fondo

Color del fragmento de texto: #6600cc
Color del texto

Color del texto de la URL: #666666
Color del texto

Guardar Obtener código... ¿Quieres realizar más acciones? Amplía el elemento con CSS y con JavaScript o consulta la guía para programadores

Vista previa de Search Element

Esta vista previa utiliza Search Element. Los resultados activos pueden aparecer de forma diferente con otras opciones de alojamiento.

En la sección "Resultados promocionados" se pueden editar aquellos resultados asociados a los resultados promocionados a través de los links de suscripción.

seminario

Ann looking for a

Curso "La Palabra".
www.lapalabra.com.mx Domine el Arte de Hablar en Público Somos Los

Titulación en la facultad de Ciencias
En esta parte se coloca texto descriptivo de lo que se puede encontrar en el sitio que se esta clasificando como relevante.
www.fciencias.unam.mx

Facultad de Ciencias
Seminario de Investigación de Operaciones 1 grupo. Seminario de Topología A 2 grupos ... Seminario sobre Enseñanza de las Matemáticas I 3 grupos ...
www.fciencias.unam.mx/estudiosProfesionales/grupos/20102/0217/index.html

Facultad de Ciencias
Seminario de Filosofía de la Ciencia II 2 grupos. Seminario de Filosofía de la Ciencia IV 1 ... Seminario sobre Enseñanza de las Matemáticas II 2 grupos ...
www.fciencias.unam.mx/estudiosProfesionales/grupos/20111/0214/index.html

Nuevo motor de búsqueda...
Mis motores de búsqueda
Select search engine...
Panel de control
Información básica
Sitios web
Indexación
Más datos
Resultados promocionados
Sinónimos
Diseño
Obtener código
Colaboración

Seleccionar una opción de alojamiento
Seleccionar un diseño para Search Element
Selecciona o personaliza un estilo
Guardar Obtener código... ¿Quieres realizar más acciones? Amplía el elemento con CSS y con JavaScript o consulta la guía para programar
Vista previa de Search Element
Esta vista previa utiliza Search Element. Los resultados activos pueden aparecer de forma diferente con otras opciones de alojamiento.

Google™ Búsqueda personalizada [Buscar] x

A través de la vista previa se pueden ver los cambios que se van haciendo sobre la marcha.

Modificar diseño a través Archivo de contexto.

Diseño del cuadro de búsqueda y la pagina de resultados

Para definir el diseño que tendrá tu buscador personalizado a través del archivo de contexto, debes hacer uso de la etiqueta "Colors" dentro del elemento "LookAndFeel", en el **anexo 4** puedes consultar los atributos y sus respectivos valores de la etiqueta "Colors", en el ejemplo siguiente se muestra cómo se puede definir un diseño con colores definidos en hexadecimal.

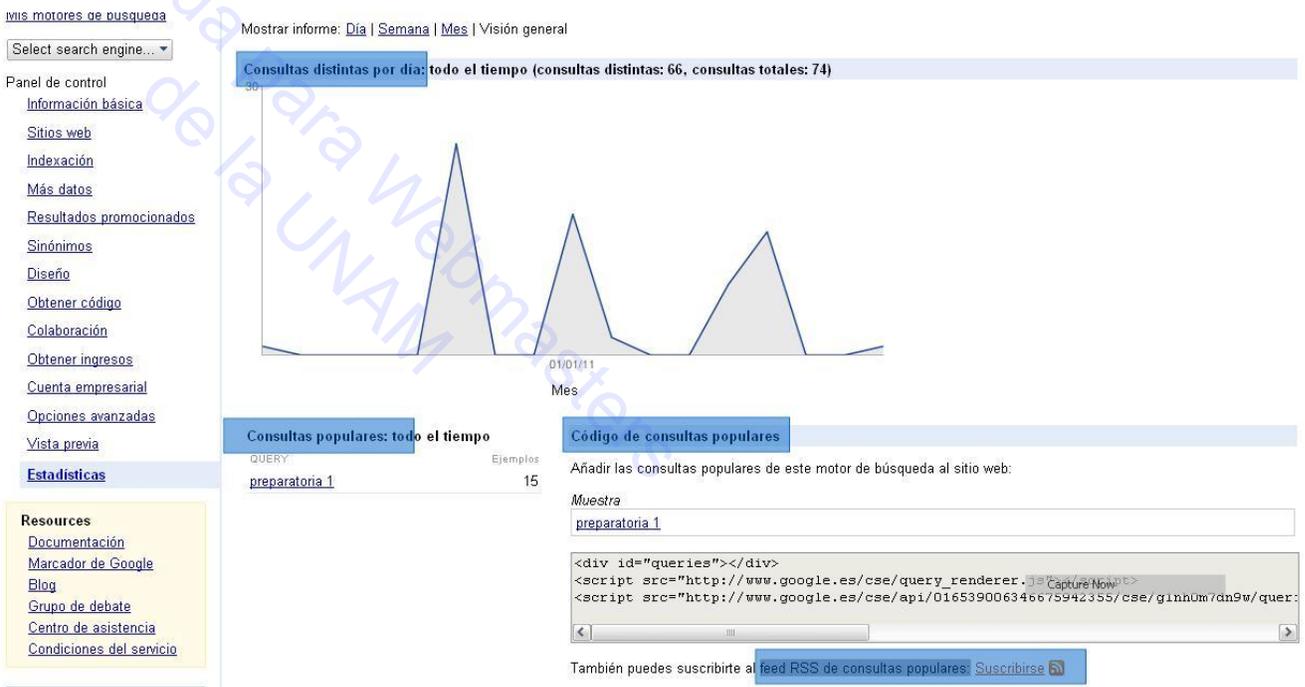
```
23 <Label name="_cse_g1nh0m7dn9w" mode="FILTER" />
24 <Label name="_cse_exclude_g1nh0m7dn9w" mode="ELIMINATE" />
25 </BackgroundLabels>
26 <Synonyms>
27 <synonymentry word="titulacion">
28 <synonym>tesis</synonym>
29 <synonym>examen de grado</synonym>
30 <synonym>titulo</synonym>
31 </synonymentry>
32 </Synonyms>
33 <Context>
34 <LookAndFeel code="4" nonprofit="false" googlebranding="watermark" element_layout="1" theme="1" custom_theme="false" text_font="Arial, sans-
35 <Colors url="#008000" background="#FFFFFF" border="#FFFFFF" title="#0000CC" text="#000000" visited="#0000CC" title_hover="#0000CC" title_ar
36 <Promotions title_color="#0000CC" title_visited_color="#0000CC" url_color="#008000" background_color="#FFFFFF" border_color="#336699" snip>
37 <SearchControls input_border_color="#BCCDF0" button_border_color="#666666" button_background_color="#CECECE" tab_border_color="#E9E9E9" ta
38 <Results border_color="#FFFFFF" border_hover_color="#FFFFFF" background_color="#FFFFFF" background_hover_color="#FFFFFF" />
39 </LookAndFeel>
40 <SubscribedLinks>
41 <SubscribedLink creator="016539006346675942355" />
42 <SubscribedLink creator="017771777217723414381" />
43 </SubscribedLinks>
44 <AdSense />
```

Se hacen los cambios deseados sobre el diseño del cuadro de búsqueda así como de la página de resultados.

Estadísticas, informes de búsqueda a través de Google™ analytics y webmasters tools.

El panel de control a través de su opción **Estadísticas** te permite como administrador del buscador personalizado, observar superficialmente el comportamiento del buscador ya sea por día, semana, mes o bien tener una visión general. En cualquiera de las cuatro opciones (día, semana, mes y año) se muestra la siguiente información:

- **Consultas distintas.**
 - **Por día.** Muestra el número promedio de consultas que se han hecho por hora en el buscador.
 - **Por semana y mes.** Muestra el número promedio de consultas que se han hecho por día, en una semana o por mes en el buscador.
 - **Visión general.** Muestra el número de consultas que se han realizado desde que se ha creado el buscador hasta la fecha actual.
- **Consultas populares.** Muestra una lista con aquellas queries y el número de veces que se hayan empleado más en el buscador.
- **Código de consultas populares.** Muestra una lista con las queries y un enlace, el cual te mostrará el resultado de la consulta en el buscador personalizado.
- **Suscripción al feed RSS de consultas populares.**



The screenshot displays the Google Webmaster Tools interface. On the left is a navigation menu with options like 'Información básica', 'Sitios web', 'Indexación', 'Más datos', 'Resultados promocionados', 'Sinónimos', 'Diseño', 'Obtener código', 'Colaboración', 'Obtener ingresos', 'Cuenta empresarial', 'Opciones avanzadas', 'Vista previa', and 'Estadísticas'. The main content area shows a 'Mostrar informe' dropdown set to 'Día', with tabs for 'Día', 'Semana', 'Mes', and 'Visión general'. A line graph titled 'Consultas distintas por día: todo el tiempo (consultas distintas: 66, consultas totales: 74)' shows search volume over time. Below the graph, the 'Consultas populares: todo el tiempo' section lists a query 'preparatoria 1' with 15 examples. The 'Código de consultas populares' section provides the HTML code for embedding popular queries on a website. At the bottom, there is a link to subscribe to an RSS feed for popular queries.

A pesar de que la información en términos generales puede ser útil, si deseas mejorar el contenido del sitio, mejorar la experiencia de los usuarios, aumentar el número de visitas, entre otras; es bueno que consideres dos herramientas útiles para estos objetivos:

- **Google™ analytics.** Esta herramienta te permite como administrador de sitios Web, medir tendencias de uso y navegación del sitio, con la finalidad de poder llevar un control sobre el tipo de usuarios que visitan el sitio, el tipo de búsqueda que realizan (si es de consulta rápida o están buscando contenido mas a profundidad), las paginas mas visitadas, saber qué es lo que los usuarios están buscando en el sitio, y de esta forma crear, mejorar y eliminar contenido, entre otras opciones.
- **Google™ webmasters tools.** Esta herramienta te permite como administrador de sitios Web, saber si estás definiendo de manera correcta el contenido que muestras en tu sitio Web, información detallada sobre como interpreta **Google™** el contenido de tu sitio, conocer la frecuencia con la que se encuentran palabras clave en las paginas de tu sitio, entre otras opciones.

Google™ analytics.

Puedes dar seguimiento a los resultados del motor de búsqueda personalizado a través de esta herramienta, debes elegir la opción para mostrar los resultados del motor de búsqueda: *iframe*, con el objetivo de ver los datos del motor de búsqueda en el perfil de Google™ analytics.

1. Da clic en **Panel de control** del motor de búsqueda en el que deseas realizar el seguimiento.
2. Haz clic en la opción **Diseño**.
3. En la sección "*Selecciona una opción de alojamiento*", elije la opción **iframe**.
4. Haz clic en la opción **Guardar**.
5. Para indicar la URL en la que deseas que aparezcan los resultados de búsqueda, haz clic en **Obtener código** y sigue las instrucciones que aparecen en la página. Deberás insertar código en dos lugares del sitio Web:
 1. Donde debe aparecer el cuadro de búsqueda.
 2. En la página donde quieres que aparezcan los resultados.
6. Incluye el código de seguimiento de Google™ Analytics en la página de resultados.

Una vez que has añadido tu motor de búsqueda como nuevo perfil dentro de Google™ analytics puedes ver un reporte con diferente tipo de información, en este caso la que nos interesa es la siguiente:

- Fuentes de tráfico.
 - Motores de búsqueda.
 - Palabras clave.
- Contenido
 - Visión general.
 - Buscar en el sitio (Para configurar la búsqueda de tu sitio, ya sea motor de búsqueda personalizadas de Google™ u otro, ve al anexo 6)
 - Términos de búsqueda.

Fuentes de tráfico – Motores de búsqueda.



Fuentes de tráfico

- Visión general
- Tráfico directo
- Sitios web de referencia
- Motores de búsqueda**
- Todas las fuentes de tráfico
- AdWords
- Palabras clave
- Campañas
- Versiones de los anuncios

Contenido

Objetivos

Informes personalizados

Mis personalizaciones

- Informes personalizados
- Segmentos avanzados
- Intelligence Beta
- Correo electrónico

Recursos de ayuda

- Acerca de este informe
- Conversion University
- Preguntas frecuentes



AdWords ha enviado 442 total visitas a través de 143 fuentes + palabras clave

Mostrar: gratuitas | total | pagadas

Uso del sitio Conjunto

Visitas: **442**
Porcentaje del total del sitio: 30,91%

Promedio del sitio: 2,23 (35,61%)

Promedio del sitio: 00:03:59 (25,07%)

Promedio del sitio: 00:02:55 (25,07%)

Porcentaje de visitas nuevas: **72,17%**
Promedio del sitio: 46,78% (54,27%)

Porcentaje de rebote: **36,65%**
Promedio del sitio: 60,00% (-38,91%)

Fuente	Palabra clave	Visitas ↓	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcent de reb
1. google	fosar	86	3,42	00:04:23	63,95%	18,6%
2. google	fosar:iluminacion	74	3,22	00:04:13	58,11%	39,1%
3. bing	iluminacion	22	2,82	00:03:39	54,55%	36,3%
4. google	www.fosar.com.mx	22	3,32	00:04:06	72,73%	27,2%

También se puede saber cuales fueron las palabras claves a través de las cuales llegaron desde el motor de búsqueda al sitio Web.

Fuentes de tráfico

- Visión general
- Tráfico directo
- Sitios web de referencia
- Motores de búsqueda
- Todas las fuentes de tráfico**
- AdWords
- Palabras clave
- Campañas
- Versiones de los anuncios

Contenido

Objetivos

Informes personalizados

Mis personalizaciones

- Informes personalizados
- Segmentos avanzados
- Intelligence Beta
- Correo electrónico

Recursos de ayuda

- Acerca de este informe
- Conversion University
- Preguntas frecuentes



Todas las fuentes de tráfico han enviado 1.430 visitas a través de 56 orígenes y medios.

Mostrar: gratuitas | total | pagadas

Uso del sitio Conjunto

Visitas: **1.430**
Porcentaje del total del sitio: 100,00%

Promedio del sitio: 2,23 (0,00%)

Promedio del sitio: 00:02:55 (0,00%)

Promedio del sitio: 00:02:55 (0,00%)

Porcentaje de visitas nuevas: **46,78%**
Promedio del sitio: 46,78% (0,00%)

Porcentaje de rebote: **60,00%**
Promedio del sitio: 60,00% (0,00%)

Origen/Medio	Visitas ↓	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote
1. (direct) / (none)	602	1,66	00:02:00	35,55%	75,25%
2. google / organic	358	2,96	00:03:45	73,74%	37,99%
3. co103w.col103.mail.live.com / referral	90	1,09	00:00:20	0,00%	94,44%
4. facebook.com / referral	55	1,38	00:03:21	1,82%	80,00%
5. bing / organic	50	3,36	00:03:37	60,00%	30,00%
6. fosariluminacion.com / referral	37	1,51	00:02:45	8,11%	72,97%
7. chili.com.mx / referral	36	3,78	00:08:14	91,67%	13,89%

Podemos determinar a través de cuales sitios Web (pueden ser motores de búsqueda y motores de búsqueda personalizados) los usuarios están llegando a nuestro sitio Web.



Fuentes de tráfico – Palabras clave.





Otra opción es registrar tu sitio Web en los Sitemaps de **Google™ Webmaster Tools**, con el cual obtendrás información sobre las búsquedas más habituales que devuelven tu sitio Web como resultado, incluso si los usuarios que realizan la búsqueda no hacen clic en esos resultados.

Google herramientas para webmasters

Panel Mensajes Información del sitio **Sitemaps** Acceso de rastreadores Enlaces de sitios Cambio de dirección Configuración

Sitemaps

Envíe un Sitemap para informar a Google acerca de las páginas de su sitio que no podríamos detectar de otro modo.

http://[redacted].mx/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=1&Itemid=12

Enviar Sitemap

Los sitemaps te ayudan a registrar páginas de tu sitio que no podrían ser detectadas de otro modo por Google™.

Google herramientas para webmasters

Panel Mensajes Información del sitio **Sitemaps** Acceso de rastreadores Enlaces de sitios Cambio de dirección Configuración

Sitemaps

Envíe un Sitemap para informar a Google acerca de las páginas de su sitio que no podríamos detectar de otro modo.

URL enviadas: 0

Recuento de índice pendiente

Enviar un sitemap

Mostrar envíos: Mis sitemaps enviados (1) - Todos

Sitemap	Estado	Tipo	Descargado	URL enviadas	URL en el índice de páginas web
/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=1&Itemid=12	✓				
[Suprimir]	[Volver a enviar]				

Descargar esta tabla

Descargar información de todos los sitios

http://[redacted].mx/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=1&Itemid=12 se ha añadido como un sitemap.

Contenido – Visión general.

Contenido

- Visión general
- Contenido principal
- Contenido por títulos
- Detalles del contenido
- Páginas de destino principales
- Principales páginas de salida
- Analítica de página *Beta*
- Buscar en el sitio
- Seguimiento de eventos

3.038 Páginas vistas

2.395 Visitas únicas

57,63% Porcentaje de rebote

Contenido p

Con esta opción se puede saber cuáles son las palabras clave principales ubicadas por cada página de tu sitio Web.

Análisis de navegación

- Resumen de navegación
- Rutas de entrada
- Optimización de la página de destino
- Fuentes de entrada
- Palabras clave de acceso
- Patrones de clic

Fuentes de tráfico

- Contenido
- Objetivos
- Informes personalizados
- Mis personalizaciones
- Recursos de ayuda

Páginas vistas

Esta página se ha visitado 1.079 veces a través de 58 palabras clave.

Palabra clave	Páginas vistas	Páginas vistas únicas	Promedio de tiempo en la página	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas	Índice de ingresos
fosar	335	256	00:02:02	17,20%	27,46%	US\$ 0,00
fosar iluminacion	263	207	00:01:42	35,80%	30,04%	US\$ 0,00

En esta lista se muestra el número de visitas que ha tenido una página de tu sitio Web a través de las palabras clave que contiene.

Fuentes de tráfico

- Contenido
- Objetivos
- Informes personalizados
- Mis personalizaciones

Palabras clave de acceso:

Esta página se ha visitado 3 veces a través de 1 palabras clave.

Palabra clave	Páginas vistas	Páginas vistas únicas	Promedio de tiempo en la página	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas	Índice de ingresos
distribuidor master de latex en la republica mexicana	3	3	00:05:15	0,00%	33,33%	US\$ 0,00

Puedes visualizar cada una las páginas de tu sitio con sus respectivas palabras clave.

Contenido - Buscar en el sitio – Términos de búsqueda.

Usuarios

Fuentes de tráfico

Contenido

- Visión general
- Contenido principal
- Contenido por títulos
- Detalles del contenido
- Páginas de destino principales
- Principales páginas de salida
- Análítica de página Beta

Buscar en el sitio

- Visión general
- Utilización
- Términos de búsqueda**
- Páginas de inicio
- Páginas de destino
- Categorías
- Tendencias

Seguimiento de eventos

Objetivos

Términos de la búsqueda del sitio

02/01/2011 - 01/02/2011

Gráfico realizado por: [iconos]

Se han producido 0 búsquedas únicas a través de 0 términos de búsqueda

Uso de la búsqueda del sitio		Conjunto de objetivos 1		Vistas: [iconos]							
Total de búsquedas únicas	0	Visitas de páginas de resultados/Búsqueda	0,00	% de abandonos de búsqueda	0,00%	% de más datos de búsqueda	0,00%	Tiempo posterior a la búsqueda	00:00:00	Media de páginas por búsqueda	0,00
Porcentaje del total del sitio: 0,00%		Promedio del sitio: 0,00 (0,00%)		Promedio del sitio: 0,00% (0,00%)		Promedio del sitio: 0,00% (0,00%)		Promedio del sitio: 00:00:00 (0,00%)		Promedio del sitio: 0,00 (0,00%)	

Término de búsqueda	lninguna	Total de búsquedas únicas	Visitas de páginas de resultados/Búsqueda	% de abandonos de búsqueda	% de más datos de búsqueda	Tiempo posterior a la búsqueda	Media de páginas por búsqueda

Ayuda a establecer los términos de búsqueda que los usuarios han utilizado en tu motor de búsqueda interno.

Usuarios

Fuentes de tráfico

Contenido

- Visión general
- Contenido principal
- Contenido por títulos
- Detalles del contenido
- Páginas de destino principales
- Principales páginas de salida
- Análítica de página Beta

Buscar en el sitio

- Visión general
- Utilización
- Términos de búsqueda**
- Páginas de inicio
- Páginas de destino
- Categorías
- Tendencias

Seguimiento de eventos

Términos de la búsqueda del sitio

02/01/2011 - 01/02/2011

Gráfico realizado por: [iconos]

Se han producido 0 búsquedas únicas a través de 0 términos de búsqueda

Uso de la búsqueda del sitio		Conjunto de objetivos 1		Vistas: [iconos]			
Total de búsquedas únicas	0	Objetivo 1: G1	No disponible	Porcentaje de conversiones obtenidas	No disponible	Valor del objetivo por búsqueda	
Porcentaje del total del sitio: 0,00%		Configurar ahora		Configurar ahora			

Término de búsqueda	lninguna	Total de búsquedas únicas	G1	Porcentaje de conversiones obtenidas	Valor del objetivo por búsqueda

En principio puedes determinar los términos de búsqueda que los usuarios utilizan mayoritariamente en tu sitio.

- Contenido principal
- Contenido por títulos
- Detalles del contenido
- Páginas de destino principales
- Principales páginas de salida
- Análítica de página Beta

Buscar en el sitio

- Visión general
- Utilización
- Términos de búsqueda**
- Páginas de inicio
- Páginas de destino

Modo de gráfico: Una métrica Comparar dos parámetros Comparar con Sitio

- Total de búsquedas únicas
- Visitas de páginas de resultados/Búsqueda
- % de abandonos de búsqueda
- % de más datos de búsqueda
- Tiempo posterior a la búsqueda
- Media de páginas por búsqueda
- Porcentaje de conversión del objetivo 1
- Porcentaje de conversiones obtenidas
- Valor del objetivo por búsqueda

Podrás responder algunas preguntas como, por ejemplo, "¿Cuáles son los términos que hacen que los usuarios vuelvan a realizar una búsqueda?"

En el anexo 7 puedes consultar la información que te ofrece el informe de *Términos de búsqueda*.

NOTA: Una palabra clave es una palabra que se ha buscado mediante un motor de búsqueda externo, mientras que un término de búsqueda es una palabra que se ha buscado mediante su motor de búsqueda interna.

Google™ webmasters Tools.

Una vez que has añadido tu sitio dentro la herramienta Google™ webmaster Tools puedes ver un reporte con diferente tipo de información, en este caso la que nos interesa es la siguiente:

- Su sitio en la Web.
 - Consultas de búsqueda.
 - Palabras clave.

Su sitio en la Web - Consultas de búsqueda.



Panel
Mensajes
+ Información del sitio
Su sitio en la Web
Consultas de búsqueda
Enlaces a su sitio
Palabras clave
Enlaces internos
Estadísticas de suscriptor
+ Diagnósticos
+ Labs

Consultas

De forma predeterminada, la página de consultas de búsqueda muestra estadísticas sobre consultas combinadas de todos los tipos de búsquedas. Para filtrar los datos de diferentes maneras.

Filtros... del 01/01/2011 al 31/01/2011

Consultas: Solo consultas destacadas

Búsqueda: Todos Ubicación: Todas las ubicaciones Tráfico: Todas las consultas

Web Búsquedas móviles Imagen México Estados Unidos Perú España Menor que 10 Mayor que 10

Aplicar

Consulta	Impresiones	Cambiar	Clics	Cambiar	CTR	Cambiar	Posición media	Cambia
☆ fosar	250	↑ 25%	70	↑ 40%	28%	↑ 3,0	2,6	↑ 2,1

NOTA: En el anexo 8 puedes ver los datos que incluyen las consultas de búsqueda.

Su sitio en la Web – Palabras clave.

Google herramientas para webmasters

fosar.com.mx [« Volver a la página principal »](#)

Palabras clave

A continuación se muestran las palabras clave más habituales que ha encontrado Google al rastrear su sitio. Estas palabras clave deben representar el tema principal del sitio.

Palabra clave	Importancia
1. iluminando (2 variantes)	██████████
2. eléctrico (2 variantes)	██████████
3. fosar	██████████
4. catálogo	██████████

Palabras clave más significativas que ha encontrado Google al rastrear tu sitio.

Google herramientas para webmasters

fosar.com.mx [« Volver a la página principal »](#)

Palabras clave

[« Volver »](#)

Palabra clave	Importancia	Resultados
fosar	██████████	164

Google ha encontrado la palabra clave

URL principales

- http://fosar.com.mx/
- index.php?option=com_contact&view=contact&id=2

Da clic en las palabras clave para ver ejemplos de páginas en las que aparecen.

fosar.com.mx « Volver a la página principal »

Panel

Mensajes

Información del sitio

Su sitio en la Web

Consultas de búsqueda

Enlaces a su sitio

Palabras clave

Enlaces internos

Estadísticas de suscriptor

Diagnósticos

Labs

Palabras clave

« Volver »

Palabra clave	Importancia	Resultados
iluminando	██████████	238

Variantes encontradas

iluminación, iluminando

Google ha encontrado la palabra clave **iluminando** y sus variantes en las siguientes páginas principales:

URL principales

- index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=18
- index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=19
- index.php?option=com_content&view=article&id=20&Itemid=20

La importancia de cada palabra clave refleja la frecuencia con la que se encuentra en las páginas de tu sitio.

Una vez que se hayan revisado las *Palabras clave* junto con el informe *Consultas de búsqueda* y con la entrada de tu sitio en los resultados de búsqueda reales de las palabras clave específicas, esta herramienta proporcionará información detallada sobre cómo interpreta Google™ el contenido de tu sitio.

NOTA²: Es posible que los datos que mostramos no coincidan con los datos que ofrecen otras herramientas, como *Google™ Analytics*. Estos podrían ser algunos de los motivos:

- Las Herramientas para webmasters de Google™ llevan a cabo algunas operaciones de procesamiento de datos adicionales (por ejemplo, eliminan los duplicados y las visitas de robots) que pueden hacer que sus estadísticas sean distintas de las que muestran otros recursos.
- Algunas herramientas, como Google™ Analytics, realizan un seguimiento del tráfico procedente únicamente de los usuarios que tienen JavaScript habilitado en el navegador.
- Algunas herramientas definen las "palabras clave" de forma diferente. Por ejemplo, la herramienta de palabras clave de Google™ Adwords muestra el número total de consultas de usuarios sobre esa palabra clave en toda la Web. La página de consultas de búsqueda de las Herramientas para webmasters de Google™ muestra el número total de consultas de búsqueda por palabra clave en las que ha aparecido la entrada de su página en los resultados de búsqueda (este número es más reducido).

² Información obtenida de Google webmaster Tools
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=es&answer=35252>

- La inexactitud en las estadísticas podría deberse también al paso entre el cálculo y la presentación de las mismas ante los webmasters, ya que, aunque los datos se publiquen en intervalos, los recopilamos continuamente.

Si ya no aparece una consulta de búsqueda mostrada recientemente, asegúrese de no haber filtrado los resultados por país o por tipo de búsqueda.

Las Herramientas para webmasters de Google™ añaden información de consulta y muestran las consultas de búsqueda una vez que el recuento de cada consulta haya alcanzado un umbral determinado. Sus registros pueden mostrar una consulta específica con una clasificación alta durante un día o durante un período determinado, pero dicha consulta puede no aparecer en la página de consultas de búsqueda. Sin embargo, si la consulta continúa siendo una de las principales referencias, se trasladará a la parte superior de nuestros resultados estadísticos y aparecerá en la página de consultas de búsqueda.

Además, las estadísticas de las Herramientas para webmasters de Google™ sólo muestran consultas de búsqueda de Google™. Los archivos de registro pueden combinar resultados de búsqueda de todos los motores de búsqueda.

Guía de programador (API). Descripción general de lo que se puede encontrar en la API.

El desarrollador, puede utilizar las APIs para escribir aplicaciones de cliente que dan a los usuarios finales nuevas maneras de tener acceso y manipular los datos que se almacenan en los productos de Google™ de una forma segura.

Antes de que el Protocolo de publicación Atom fuese finalizado, se desarrolló la primera versión del Protocolo de datos de Google™. La segunda versión del Protocolo de datos de Google™ es totalmente compatible con el de AtomPub RFC 5023 estándar.

La versión 2.0 del protocolo Google™ datos también incluye soporte para:

- **HTTP etags.** Un estándar de Web que ayuda a tu cliente de aplicaciones a mejorar el uso de almacenamiento en caché de HTTP. Los servicios incluidos en las bibliotecas de cliente que admiten el Protocolo v2.0 identificador ETags automáticamente.
- **Respuesta parcial y actualización parcial (Experimental).** Funciones que te permiten realizar solicitudes y transferir menos datos. Al solicitar sólo la información que realmente necesitas, o mediante el envío de actualizaciones que incluye sólo los datos que realmente deseas cambiar, la aplicación cliente puede ser mucho más eficiente en el uso de los recursos de red, CPU y memoria. Actualmente, la respuesta parcial y actualización parcial están

disponibles sólo para algunos productos; consulta la documentación específica del producto para averiguar si su API lo admite.

A continuación se muestra una lista de aquellas herramientas que te ayudaran en el protocolo de intercambio de comunicación con la API Google™.

- **JSON.** Protocolo de comunicación entre la aplicación y el producto de Google™, ayuda a solicitar y recibir datos de una o varias peticiones desde la aplicación.
- **Procesamiento por lotes.** Permite ejecutar múltiples operaciones en una solicitud, en lugar de tener que presentar cada operación individual.
- **Bibliotecas de cliente de datos de Google™.** Están disponibles para ayudarte a escribir aplicaciones de cliente que acceden a tu API favorito. A continuación se muestra una tabla con las bibliotecas de cliente, escritas y apoyadas por Google™.

	Proyecto de código de Google™	Documentos de referencia
Java	GData-java-client	Javadoc
JavaScript	GData-javascript-client	JsDoc
.NET	Google™-gdata	NDoc
PHP	zend	PHPdoc
Python	GData-python-client	PyDoc
Objective-C	GData-objectivec-client	

Anexos.

Anexo 1. Tablas con valores para los atributos: modos, pesos y puntuaciones.³

Una etiqueta del motor de búsqueda puede tener los siguientes modos:

Modo	Lleva a cabo la acción siguiente...	Utiliza este modo si...
ELIMINATE	Excluye los sitios marcados con esta etiqueta de tu motor de búsqueda.	Deseas excluir las páginas Web con una clasificación elevada en la búsqueda de Google™, pero no son tan relevantes para tu audiencia. Por ejemplo, si vas a crear un motor de búsqueda para el estudio científico de los hámsteres, debes utilizar etiquetas con el modo ELIMINATE para excluir los sitios con una clasificación elevada que contengan información sobre el cuidado de mascotas, hámsteres bailarines y hámsteres que pueden cantar con una voz molesta y tocar el banjo al mismo tiempo.
FILTER	Incluye sólo los sitios marcados con esta etiqueta y excluye el resto.	Deseas que el motor de búsqueda sólo busque en tu sitio, los sitios afiliados o los sitios que se centran en una determinada materia. Dado que la cobertura de este tipo de motores de búsqueda se limita a un reducido número de sitios, podrás tener un control más preciso de la clasificación de los resultados de búsqueda. La modificación del orden de los resultados de búsqueda mediante el peso de las etiquetas. Por ejemplo, si deseas crear un motor de búsqueda sólo para tu sitio Web, marca un único sitio con una etiqueta que tenga el modo FILTER . Los resultados de búsqueda incluirán únicamente las páginas de tu sitio Web.
BOOST	Incluye todos los sitios Web en tu motor de búsqueda, pero promueve o rebaja la posición de los sitios con esta etiqueta. El grado de promoción o rebaja de un sitio depende del peso que se le asigne.	Deseas un motor de búsqueda que destaque algunos sitios, pero que no excluya otros. Por ejemplo, si deseas crear un motor de búsqueda con una amplia cobertura, pero eres partidario de tu propio sitio Web (¡el mejor sitio Web del mundo!), utiliza las etiquetas con el modo BOOST .

³ Datos obtenidos del manual de API de la Búsqueda personalizada de Google.
<http://code.google.com/intl/es/apis/customsearch/docs/ranking.html#weight>

En la siguiente tabla se muestra cómo se ajustan los resultados en función del modo y del peso de una etiqueta:

Modo	Peso	Efecto
BOOST	+1.0	<p>Promueve enormemente el sitio. No obstante, no significa necesariamente que el sitio etiquetado vaya a aparecer siempre en la parte superior de la lista de resultados ni que se vayan a excluir otros sitios. No es lo mismo que establecer el modo en FILTER. Es posible que sigan apareciendo resultados, incluso aunque ninguno de ellos coincida con la etiqueta. Además, los resultados que sean significativamente más importantes para la consulta de búsqueda seguirán superando a tus sitios muy favorecidos pero irrelevantes.</p> <p>Si crees firmemente que los sitios con etiquetas de peso elevado deben ser los que aparezcan en primer lugar y que se deben excluir los demás resultados, debes utilizar una etiqueta "filter" en lugar de una etiqueta "boost". Pero si sólo quieres conseguir un impulso masivo sin que se lleguen a excluir los demás sitios, puedes utilizar el atributo top. Si tienes un interés muy especial, puedes utilizar tanto el atributo top como la etiqueta "boost" con un peso elevado.</p>
BOOST	-1.0	<p>Rebaja enormemente la posición del sitio. No obstante, no es lo mismo que establecer el modo en ELIMINATE, porque los resultados que sean muy relevantes pueden seguir apareciendo. El sitio tendrá que luchar contracorriente para lograr una clasificación bastante elevada, pero no quedará bloqueado por completo.</p>
BOOST	Sin definir	<p>Si no defines el peso (por ejemplo, <code><Label name="standard" mode="BOOST"/></code>), se asignará un peso implícito de +0.7.</p>
FILTER	+1.0	<p>Promueve enormemente el sitio seleccionado. Si el modo se establece en FILTER, la Búsqueda personalizada sólo mostrará los sitios que coincidan con la etiqueta. Por tanto, si ninguno de tus sitios seleccionados es relevante para la consulta del usuario, no se mostrará ningún resultado.</p>
FILTER	-1.0	<p>Bloquea de forma eficaz el sitio seleccionado en los resultados. Este bloqueo se producirá aunque el sitio tenga una etiqueta "eliminate".</p>
FILTER	Sin definir	<p>Si no defines el peso (por ejemplo, <code><Label name="standard" mode="FILTER"/></code>), se asignará un peso implícito de +0.7.</p>
ELIMINATE	Sin peso	<p>Bloquea el sitio. Los sitios que se correspondan con la etiqueta no aparecerán. Si todos los resultados relevantes tienen una etiqueta "eliminate", es posible que se obtenga una página de resultados vacía. Hay más probabilidades de que esto ocurra con los motores de búsqueda con etiquetas de tipo "filter" que con los motores de búsqueda con etiquetas de tipo "boost".</p>

En la siguiente tabla se muestra cómo las puntuaciones pueden ajustar la influencia de las etiquetas:

Modo	Peso	Puntuación	Efecto
Cualquiera	Cualquiera	Ninguna	Igual que proporcionar a la anotación una puntuación de 1.0 . La etiqueta se aplica al sitio completo.
BOOST	+1.0	-1.0	Igual que invertir la etiqueta "boost" y proporcionar un peso de -1.0 . Rebaja enérgicamente la posición del sitio.
BOOST	-1.0	-1.0	Igual que invertir la etiqueta "boost" y proporcionar un peso de +1.0 . Promueve enérgicamente el sitio.
FILTER	+1.0	-1.0	Igual que utilizar una etiqueta "eliminate" en el sitio. Excluye el sitio por completo.
FILTER	-1.0	-1.0	Igual que invertir la etiqueta "filter" y proporcionar un peso de +1.0 . Promueve enérgicamente el sitio.
ELIMINATE	Sin peso	-1.0	Igual que convertir la etiqueta "eliminate" en una etiqueta "filter" con una puntuación de +1.0 . Promueve enérgicamente el sitio.

Jornada para Webmasters
de la UNAM

Anexo 2. Tablas con valores para los elementos secundarios de Facet.⁴

Elemento	Atributo	Descripción	Valor
FacetItem	title	El enlace de mejora que aparece en la parte superior de la página de resultados.	<p>El título del enlace. En el ejemplo, sería el enlace "Formatos" que aparecen en la parte superior de la página de resultados.</p> <p>El título debe ser descriptivo y lo más breve posible. Los enlaces de mejora se pueden truncar para ahorrar espacio, en concreto si la página de resultados de búsqueda tiene muchos enlaces de mejora.</p> <p>También se puede utilizar el término \$q, que mostrará la consulta del usuario como enlace de mejora. Por ejemplo, si los usuarios buscan "panceta", el enlace de mejora también será "panceta".</p>
		El nombre de la etiqueta de mejora. Se utiliza este nombre para etiquetar sitios en el archivo de anotaciones. Además, la Búsqueda personalizada añade el nombre de la etiqueta a las consultas de los usuarios después de que hayan hecho clic en un enlace de mejora.	<p>Un nombre descriptivo para la etiqueta. Cuando se consulte el archivo de anotaciones, sería aconsejable que se pueda ser capaz de discernir el propósito de las etiquetas sin tener que consultar los archivos de contexto.</p> <p>Se debe seguir la siguiente convención para la nomenclatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar únicamente caracteres en minúscula. • Sustituir la puntuación y las conjunciones (por ejemplo, "y", "/" y "o") por guiones bajos ("_"). • Utilizar un nombre lo más corto posible.
Label	name	Los modos de las etiquetas del motor de búsqueda y de las etiquetas de mejora funcionan de la misma forma.	<p>Especificar un valor mode para cada etiqueta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BOOST- si los usuarios hacen clic en el enlace de mejora, se concederá prioridad a los sitios con etiquetas frente al resto de resultados sin etiquetas. • FILTER- si los usuarios hacen clic en el enlace de mejora, sólo se mostrarán los sitios marcados con la etiqueta en cuestión. El resto de sitios se excluirán.
		Se pueden crear los tres tipos de restricciones de resultados ("boost", "filter" y "eliminate") dentro del mismo motor	

⁴ Datos obtenidos del manual de API de la Búsqueda personalizada de Google.
<http://code.google.com/intl/es/apis/customsearch/docs/refinements.html#create>

de búsqueda.

- ELIMINATE - si los usuarios hacen clic en el enlace de mejora, los sitios marcados con esta etiqueta se excluirán por completo. Este tipo de etiquetas no necesitan asignación de peso.

La eliminación de estas restricciones resulta bastante útil si deseas pedirle a la Búsqueda personalizada que muestre todos los resultados relevantes excepto los que tengan la etiqueta en cuestión. Por ejemplo, es posible que se desee permitir que los usuarios vegetarianos excluyan los sitios relacionados con la carne en sus búsquedas de recetas de cocina.

- Pon a los enlaces de mejora títulos claros. En el ejemplo anterior, un buen título podría ser "vegetarianos" o "eliminar carne".

Sólo para las etiquetas "boost" y "filter". Cualquier valor comprendido entre -1.0 y + 1.0. Si no se define ningún valor, la etiqueta tendrá un valor implícito de +0.7. Aunque se puede aplicar un intervalo amplio de pesos a una etiqueta, es mejor aplicar un peso elevado para promover la obtención de resultados restringidos.

Los pesos de las etiquetas de mejora y del motor de búsqueda funcionan de la misma forma.

weight

Si se desea restringir los resultados de búsqueda para que sólo aparezcan determinados sitios, utilizar un peso próximo o igual a +1.0.

Si se desea utilizar pesos negativos con las etiquetas "filter", es posible que se obtengan resultados vacíos. Las etiquetas "filter" limitan la búsqueda a un número limitado de sitios, y un peso de -1.0 excluye todos los sitios. Es posible que los usuarios se queden atónitos cuando vean un enlace de mejora que proporciona resultados vacíos.

Anexo 3. Funciones avanzadas de la búsqueda de Google™ .⁵

En el artículo *Ayuda básica para las búsquedas* se tratan todas las incidencias más comunes, pero en ocasiones es necesario disponer de más información. En este anexo se destacan las funciones más avanzadas de la Búsqueda web de Google™. Ten en cuenta que incluso los usuarios que realizan búsquedas muy avanzadas como, por ejemplo, los miembros del grupo de búsqueda de Google™, dedican menos del 5% del tiempo al uso de estas funciones. Normalmente basta con realizar búsquedas sencillas básicas. Como siempre, utilizamos corchetes [] para indicar las consultas, de modo que [ser o no ser] es un ejemplo de una consulta, y [ser] o [no ser] son dos ejemplos de consultas.

- **Búsqueda de frases ("")**

Al escribir un conjunto de palabras entre comillas, estás indicando a Google™ que tenga en cuenta esas palabras exactas en ese mismo orden sin realizar ninguna modificación. Google™ ya tiene en cuenta el orden de las palabras y el hecho de que aparezcan juntas se interpreta como una clara señal que sólo se ignorará por motivos justificados, por lo que normalmente no será necesario utilizar comillas. Si insistes en utilizar esta función, es posible que se omitan resultados relevantes de forma accidental. Por ejemplo, si se utilizan comillas para buscar ["Alexander Bell"], se omitirán las páginas que hagan referencia a Alexander G. Bell.

- **Búsquedas en un sitio web específico (site:)**

Google™ te permite especificar que los resultados de búsqueda procedan de un sitio web determinado. Por ejemplo, la consulta [iraq site:elpais.com] sólo devolverá páginas relacionadas con Iraq cuya fuente sea elpais.com. Consultas más sencillas, como [iraq elpais.com] o [iraq El País], suelen ser igual de correctas, aunque también pueden devolver resultados de otros sitios que mencionan El País. También puedes especificar una clase entera de sitios (por ejemplo, [iraq site:.gov] sólo devolverá resultados de un dominio .gov y [iraq site:.iq] sólo devolverá resultados de sitios iraquíes).

- **Términos que desees excluir (-)**

Si incluyes un signo menos delante de una palabra, estarás indicando que no quieres que aparezcan páginas que contengan ese término en los resultados. El signo menos debe incluirse delante de la palabra y debe ir precedido de un espacio. Por ejemplo, en la consulta [software anti-virus], el signo menos se utiliza como un guión y no se interpretará como un símbolo de exclusión, mientras que en la consulta [anti-virus -software] se buscarán las palabras "anti-virus", pero se excluirán las referencias al término "software". Puedes excluir todas las palabras que desees incluyendo el signo - delante de ellas (por ejemplo, [jaguar -coches -natación -sincronizada]). El signo - no sólo se utiliza para excluir palabras. Por ejemplo, puedes incluir un guión delante del operador "site:" (sin espacio) para excluir un sitio específico de los resultados de búsqueda.

⁵ Datos obtenidos del manual de API de la Búsqueda personalizada de Google. <http://code.google.com/http://www.google.com/support/websearch/bin/answer.py?answer=136861>

- **Rellenar espacios en blanco (*)**

El símbolo * o asterisco, es una función poco conocida que puede resultar muy útil. Si incluyes un asterisco * en una consulta, estarás indicando a Google™ que intente considerar ese símbolo como un marcador de posición de términos desconocidos y que, a continuación, busque los mejores resultados. Por ejemplo, la búsqueda [Google™ *] devolverá resultados de muchos productos de Google™ (puedes consultar páginas y páginas de productos). La consulta [Obama votó * el proyecto de ley *] devolverá resultados sobre diferentes votos relacionados con distintos proyectos de ley. Ten en cuenta que el operador * sólo funciona con palabras completas, no con términos incompletos.

- **Búsqueda exacta (+)**

Google™ utiliza sinónimos de forma automática, por lo que encuentra páginas que incluyen términos relacionados con la consulta (por ejemplo, puede encontrar "antivirus" para la consulta [anti-virus] (con guión) o "historia española" para la consulta [historia de España]). Sin embargo, en ocasiones, Google™ devuelve demasiados resultados y muestra sinónimos que no deseas que aparezcan. Si incluyes un signo + delante de una palabra (ten en cuenta que no debes añadir un espacio detrás del símbolo +), estarás indicando a Google™ que busque resultados exactos de la palabra que has escrito. Puedes conseguir el mismo resultado si escribes una única palabra con comillas dobles.

- **El operador OR**

De forma predeterminada, Google™ tiene en cuenta todas las palabras de una búsqueda. Si quieres especificar una o varias palabras en los resultados de búsqueda, puedes utilizar el operador OR (ten en cuenta que debes escribir "OR" con mayúsculas). Por ejemplo, la consulta [Real Madrid 2004 OR 2005] devolverá resultados de uno de esos dos años, mientras que la consulta [Real Madrid 2004 2005] (sin el operador OR) mostrará páginas en las que se incluyan ambas fechas. El operador OR se puede sustituir por el símbolo |. (AND, que significa 'y', es el operador predeterminado, por lo que no es necesario incluirlo).

Excepciones

No es muy común que una búsqueda sea absoluta. Los motores de búsqueda utilizan una serie de técnicas que permiten imitar el pensamiento de los usuarios y aproximarse a su comportamiento. De esta forma, la mayoría de las reglas tienen excepciones. Por ejemplo, Google™ no interpretará [hotel or blanc] como una consulta con un operador OR, sino como una frase que coincide con el nombre de un hotel. Para la consulta [34 * 87] , Google™ mostrará resultados matemáticos en lugar de utilizar el operador de asterisco. En ambos ejemplos, los resultados obtenidos cumplen el objetivo de la consulta. A continuación se indica una lista de excepciones a algunas reglas y directrices incluidas en este documento y en el artículo de ayuda básica para las búsquedas:

Excepciones a la regla "todas las palabras son importantes"

- Las palabras comunes, también denominadas "palabras vacías", como artículos y preposiciones, se suelen ignorar. Sin embargo, esta excepción también tiene sus propias excepciones. Es probable que la búsqueda [el mundo] haga referencia al periódico, mientras que la consulta [mundo] puede referirse simplemente al planeta Tierra, por lo que Google™ no ignorará el artículo "el" de la primera consulta.

- Los sinónimos pueden sustituir a algunas palabras de la consulta original. (Si añades un signo + delante de una palabra, inhabilitarás el uso de sinónimos).
- Es posible que una palabra específica no aparezca en una de las páginas de resultados si existen suficientes referencias que demuestran que esa página es relevante. Estas referencias pueden proceder del análisis lingüístico realizado por Google™ o de otras muchas fuentes. Por ejemplo, la consulta [vista satélite de mallorca] devolverá imágenes de satélite de páginas que no incluyen la palabra "vista".

Algunos signos de puntuación no se ignoran

- No se ignoran términos populares, en cuyo nombre se incluye algún signo de puntuación, que tienen un significado específico (por ejemplo, [C++] o [C#] son los nombres de dos lenguajes de programación).
- El signo del dólar (\$) se utiliza para indicar precios (por ejemplo, las consultas [nikon 400] y [nikon \$400] devolverán resultados diferentes).
- En ocasiones, el guión - indica que dos palabras están muy relacionadas entre sí, a menos que haya un espacio delante y detrás de este símbolo, en cuyo caso se considera un signo menos.
- El guión bajo _ no se ignora cuando conecta dos palabras (por ejemplo, [página_web]).

Anexo 4. Tablas con valores para los atributos del elemento Colors.⁶

Atributo	Define el color de...	Valor predeterminado
url	URL situada en la parte inferior de cada fragmento de resultados	#008000
background	Página de resultados completa	#FFFFFF
border	Líneas que delimitan los resultados de búsqueda, el cuadro de búsqueda y los anuncios	#CCCCCC
title	Título de cada fragmento de resultados	#0000CC
text	Cuerpo de texto del fragmento de resultados	#000000

⁶ Datos obtenidos del manual de API de la Búsqueda personalizada de Google. <http://code.google.com/intl/es/apis/customsearch/docs/ui.html#select>

Anexo 5. Añadir un logotipo a la página de resultados.

Nuevo motor de búsqueda...

Mis motores de búsqueda

Select search engine...

Panel de control

Información básica

Sitios web

Indexación

Mis motores de búsqueda

Select search engine...

Panel de control

Información básica

Sitios web

Indexación

Más datos

Resultados promocionados

Sinónimos

Diseño

Obtener código

Colaboración

Obtener ingresos

Cuenta empresarial

Opciones avanzadas

Vista previa

Estadísticas

Resources

Documentación

Marcador de Google

Blog

Grupo de debate

Centro de asistencia

Seleccionar una opción de alojamiento

- Search Element:** ofrece el mayor número de opciones de personalización y de estilos.
- Iframe:** ofrece una personalización limitada y muestra los resultados de tu sitio en otra página.
- Página alojada en Google:** los resultados se alojan en Google.

Seleccionar un diseño para Search Element

Ancho total Compacto Dos columnas

Selecciona o personaliza un estilo

Mi estilo Bubblegum

Restablecer estilo

Este estilo es personalizado.

Estilos globales Controles de búsqueda Resultados Resultados promocionados **Logotipo**

Añade un logotipo a la página de resultados alojada en Google de tu motor de búsqueda.

URL del logotipo (opcional):

 Formatos de imagen admitidos: JPG, PNG o GIF (máximo 100 píxeles de altura)

Enlace del logotipo (opcional):

 por ejemplo, <http://www.google.es/cse/>

Altura del logotipo (valores predeterminados establecidos en 100 píxeles):
 píxeles de altura
 Máximo 100 píxeles de altura

Ancho del logotipo:
 El ancho se establece de forma automática en función de la altura y de la proporción guardadas.

¿Quieres realizar más acciones? Amplía el elemento con [CSS](#) y con [JavaScript](#) o consulta la [guía para programadores](#)

En la sección de "Diseño" dentro del "Panel de control", debes elegir como opción de alojamiento "Página alojada en Google™".

En la opción "Logotipo", introducir la URL de la imagen (debe ser un archivo .jpg, .png o .gif alojado en un sitio Web que no presente restricciones de derechos de autor).

seminario

Ann looking for a Búsqueda en la web

Se muestra el logo personalizado.

www.papalabra.com.mx Domine el Arte de Hablar en Público Somos Los Especialistas desde 1989

Asista a Cursos
 www.amamex.org.mx ilimitados durante un año pagando unicamente \$28,500.00 + IVA

Resultados 1 - 10

Define mejor los resultados para **seminario**:

[materias](#) [titulacion](#)

Titulacion en la facultad de Ciencias

En esta parte se coloca texto descriptivo

Ajustes de Google Analytics > Configuración del perfil

Configuración del perfil: [redacted].mx

Número de identificación del perfil: 38173797

✓ Recepción de datos (Comprobar estado)

Información del perfil del sitio web principal		Editar
URL del sitio web:	http://fosar.com.mx	
Página predeterminada ? :		
Zona horaria ? :	(GMT-08:00) Hora del Pacífico	
Excluir parámetros de consulta de URL:		
Sitio web de comercio electrónico:	No	
Búsqueda de sitios ? :	Realizar seguimiento de la búsqueda del sitio	
Moneda mostrada como:	dólar estadounidense (USD US\$)	

Intelligence Beta

- Usuarios
- Fuentes de tráfico
- Contenido
 - Visión general
 - Contenido principal
 - Contenido por títulos
 - Detalles del contenido
 - Páginas de destino principales
 - Principales páginas de salida
 - Análisis de páginas Beta
 - Buscar en el sitio**
 - Visión general
 - Utilización
 - Términos de búsqueda
 - Páginas de inicio
 - Páginas de destino
 - Categorías
 - Tendencias
- Seguimiento de eventos
- Objetivos

Visión general de la búsqueda del sitio

01/01/2011 - 31/01/2011

Gráfico realizado por:

Ahora podrás llevar el control de las búsquedas de tu sitio a través de Google™ analytics.

0,00% visitas han utilizado la búsqueda de sitios.

- 0 Visitas con búsqueda
- 0 Total de búsquedas únicas
- 0,00 Visitas de páginas de resultados/Búsqueda
- 0,00% Abandonos de búsqueda
- 0,00% Más datos de búsqueda
- 00:00:00 Tiempo posterior a la búsqueda

Visitas: ¿Quién ha realizado búsquedas y cuándo las ha realizado?

¿Cuándo han utilizado los usuarios la búsqueda del sitio?
¿En qué se diferencian los usuarios que han realizado búsquedas de los que no?

Búsquedas: ¿Qué han buscado los usuarios?

¿Qué términos de búsqueda utilizaron los usuarios?
¿Qué categorías han buscado los usuarios?

Anexo 7. Información que ofrece el informe Términos de búsqueda⁷.

Visión general de los términos de búsqueda: Este informe ofrece una visión general del volumen de términos de búsqueda en su sitio. Puede segmentar los datos de los términos de búsqueda para obtener más información sobre los usuarios que realizaron esta búsqueda en su sitio. Además, puede acceder a otros informes de términos de búsqueda desde el menú desplegable "Analizar".

Categoría: ¿En qué categorías buscaron los usuarios el término de búsqueda que usted escogió? Si el término de búsqueda abarca varias categorías de su sitio, puede visualizar la información de dicho término desglosada según las categorías relevantes. Para obtener más información sobre la búsqueda, haga clic en una categoría concreta de la lista.

Navegación en las búsquedas: ¿Desde dónde empezaron la búsqueda los usuarios que buscaban un término concreto, y a dónde se dirigieron después de realizarla? Este informe se divide en tres secciones: el lugar donde encontraron los usuarios la búsqueda de su sitio, la página de resultados de búsqueda del término escogido, y el lugar donde se dirigieron después de explorar la página de resultados. Podrá visualizar a dónde llegaron los usuarios después de usar su motor de búsqueda de sitios haciendo clic en una de las páginas de la primera sección,

Página de destino: ¿A dónde se dirigen los usuarios que buscan un término concreto después de la búsqueda? Este informe es similar al informe de Navegación de búsqueda, salvo porque se toman en cuenta todas las páginas en las que los usuarios iniciaron la búsqueda de sitios. Podrá ver las páginas de destino más utilizadas de los términos de búsqueda, así como más información referente a la búsqueda relacionada.

Más datos de términos de búsqueda: ¿Cómo precisaron mejor los usuarios su búsqueda? Este informe muestra los términos que los usuarios buscaron después de su primera búsqueda y los "refinamientos" más populares. Si muchos de sus usuarios realizan búsquedas de un mismo refinamiento, deberá pensar en modificar la página de resultados para presentar información relacionada con los datos adicionales que buscan.

⁷ Datos obtenidos del manual de API de Google analytics.

<http://www.google.com/support/analytics/bin/answer.py?hl=es&answer=75961>

Anexo 8. Datos que incluyen las consultas de búsqueda⁸.

Consultas: hace referencia al número total de consultas de búsqueda que han devuelto páginas de resultados de su sitio durante un período determinado (es posible que estas cifras se redondeen y no sean exactas).

Consulta: indica una lista de las consultas de búsqueda más habituales que han devuelto páginas de su sitio.

Impresiones: hace referencia al número de veces que se han consultado las páginas de su sitio en los resultados de búsqueda y al aumento o a la disminución porcentual de las impresiones medias diarias con respecto al período anterior (el número de días predeterminado es 30, pero esta cifra se puede modificar en cualquier momento).

Clics: indica el número de veces que se ha hecho clic en la entrada de su sitio en los resultados de búsqueda de una consulta determinada y el aumento o la disminución porcentual de la media diaria de clics con respecto al período anterior.

Porcentaje de clics: hace referencia al porcentaje de impresiones que han dado lugar a que se acceda a su sitio y al aumento o a la disminución porcentual del porcentaje de clics medio diario con respecto al período anterior.

Posición media: indica la posición media de su sitio en la página de resultados de búsqueda cuando se realiza una consulta determinada y el cambio con respecto al período anterior. El color verde indica que la posición media de su sitio está mejorando.

Para calcular la posición media, tenemos en cuenta la clasificación de su sitio respecto a una determinada consulta (por ejemplo, si al realizar una búsqueda, el sitio aparece como primer y segundo resultado, la posición media será 1,5).

⁸ Datos obtenidos del manual de API de Google webmaster Tools.
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=es&answer=35252>