

RECOMENDACIONES E INDICACIONES
PARA SITIOS WEB INSTITUCIONALES
GOBIERNO DE CHILE





CONTENIDOS

Indicaciones generales	3
Accesibilidad	6
Recomendaciones SEO	7
Dominio Gob.cl	16
Usabilidad y Contenido	18
UX/UI	22
Recursos gráficos	28



INDICACIONES GENERALES

Recomendaciones e indicaciones generales

Al realizar un sitio web o Landing Page hay que asegurarse de definir clara y adecuadamente los siguientes puntos:

- **Objetivos:** definir las metas del proyecto web y para qué se necesita la plataforma.
- **Audiencia:** hacia quién está dirigido el sitio.
- **Tecnología:** en qué gestor de contenidos estará, qué temas y plugins tendrá, servidor y seguridad.
- **Diseño web:** considerar desde el primer momento una buena estructura de navegación, con un diseño limpio y usabilidad para que la experiencia de usuario sea óptima e inclusiva.
- **Estructura semántica:** definir los títulos, subtítulos, párrafos, listas, etc. Esto con el objetivo de contar con una estructura visualmente ordenada y clara de la página, que a su vez contribuirá con una optimización adecuada del sitio web que genera confianza en los rastreadores de motores de búsqueda.
- **Desarrollo web:** luego de tener definidos los puntos anteriores, decidir quien desarrollará el sitio (personal interno o agencia).

Al tener claros estos aspectos, el proyecto será más enfocado y permitirá dirigir los recursos a desarrollar lo que efectivamente queremos comunicar.



Indicaciones Generales

En caso de externalizar el proyecto con una agencia, por ejemplo, debemos considerar:

- Establecer plazos y estimaciones claras
- Solicitar entregas parciales que permitan detectar a tiempo posibles errores
- Seguimiento de horas y de avances
- Impedimentos técnicos
- Entregables
- Accesos al sitio web y pantalla de edición



Indicaciones Generales

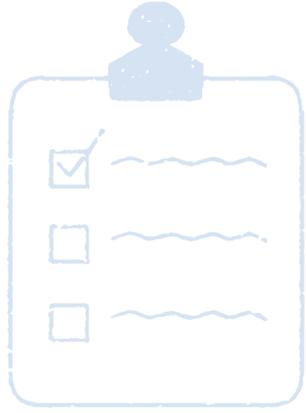
También el externo debe proporcionar **información y experiencia** demostrable sobre los siguientes puntos:

- Tecnologías
- Seguridad y https
- Presentación de diseños y desarrollos previos
- SEO
- Responsividad
- Accesibilidad

Al momento de externalizar una página web **es importante tomar contacto con el departamento de Marketing de Secom**, ya que cuenta con brief y solicitudes específicas que deben ser resueltas antes de cada contratación.



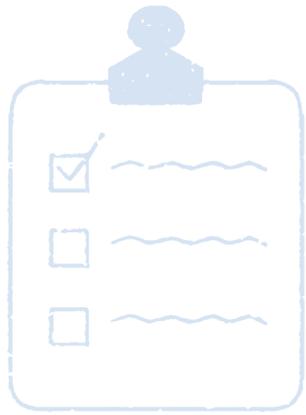
ACCESIBILIDAD



Herramientas de accesibilidad

- Para entregar accesibilidad a los usuarios de páginas web, se deben considerar herramientas como lector de texto, además de otras que permitan **ajuste del tipo y tamaño de fuente**, contraste del texto, altura de la línea, espaciado o hasta dislexia amigable.
- Para todo lo anteriormente mencionado existen plataformas disponibles, tanto gratuitas como pagadas. Una de ellas es ReadSpeaker, la que considera un pago anual, pero que entrega importantes herramientas de accesibilidad para los usuarios. Actualmente es utilizada por la página web del Gobierno de Chile (www.gob.cl).
- User Way es otra alternativa disponible, que ofrece una serie de herramientas, incluso para **hacer más amigable la lectura** para personas con dislexia. Esta es gratuita, por lo que se recomienda su uso, ya que además es muy práctica para utilizar. Actualmente es usada por el ministerio Secretaría General de Gobierno y organismos como Corfo.





RECOMENDACIONES SEO

SEO significa "Search Engine Optimization" (Optimización para Motores de Búsqueda) y se **enfoca en aumentar la visibilidad de un sitio web** en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo, entre otros.

Algunas ventajas principales del SEO

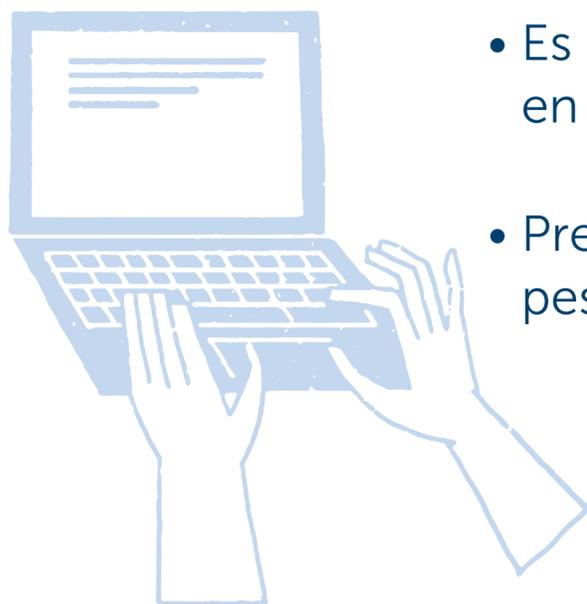
- **Aumento del tráfico orgánico sin pagar por publicidad:** Al mejorar la clasificación de un sitio web en los motores de búsqueda, se atrae un mayor número de visitantes de forma orgánica, es decir, sin tener que pagar por publicidad. El tráfico orgánico tiende a ser más relevante ya que atrae a usuarios que buscan los contenidos que ofrecen nuestros sitios.
- **Incremento de la credibilidad y autoridad:** Los sitios web bien optimizados y que aparecen en los primeros resultados de búsqueda suelen generar más confianza y credibilidad en los usuarios. Aparecer en la parte superior de los resultados de búsqueda implica que los motores de búsqueda consideran el sitio como relevante y confiable, lo que puede aumentar la percepción de autoridad.



Recomendaciones SEO

Consideraciones SEO básicas para la web

- Optimizar las metaetiquetas de título y descripción de cada página. Estas **deben ser descriptivas, relevantes y contener palabras clave**. Así se ayuda a los motores de búsqueda y a los usuarios a comprender de qué trata cada página y el sitio.
- URLs amigables: Utiliza URLs descriptivas y amigables para los usuarios y los motores de búsqueda. **Utilizar palabras clave relevantes en la estructura de las URLs.**
- Incluir **enlaces internos** desde y hacia notas antiguas para facilitar la indexación de las páginas por parte de Google, **mejorar la experiencia del usuario** e incrementar su tiempo en el sitio.
- Es importante que el hipervínculo **se abra en una nueva pestaña** para que el usuario permanezca en nuestro sitio.
- Preferir utilización de **imágenes en formato WEBP o AVIF** que son optimizados para web, con peso no superior a los 100 KB.



Recomendaciones SEO

Consideraciones SEO básicas para la web

- Las imágenes deben tener un **nombre de archivo relacionado con lo que se muestra en ellas** y utilizar, en lo posible, la palabra clave principal relacionada con el contenido.
- En el nombre de archivo de las imágenes se deben evitar números de dimensiones y caracteres especiales, así como espacios. **Reemplazar en el nombre de la imagen las “ñ” por “n” y utilizar el guión medio (-) para separar las palabras.** Se recomienda evitar fechas, tamaños, códigos, palabras como “banner” u otra información que no aporta semánticamente al contenido de la página.
- Incluir ALT Text en las imágenes, el que **debe ser descriptivo del contenido gráfico** y, en lo posible, usar palabra clave.



Recomendaciones SEO

Contenido y estructura SEO

El contenido SEO se refiere a la **creación y optimización de contenido web** con el objetivo de mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda.

El contenido SEO se basa en la investigación de palabras clave relevantes para el tema o la industria en la que se enfoca el sitio web.

Las palabras clave en SEO son términos o frases que las personas suelen buscar en los motores de búsqueda relacionadas con algún tema específico.

Al incluir las **palabras clave estratégicamente en el contenido**, se aumenta la probabilidad de que el sitio web aparezca en los resultados de búsqueda cuando las personas realicen esas consultas.

Además de las palabras clave, el contenido SEO también **se centra en proporcionar información valiosa** y relevante para los usuarios.

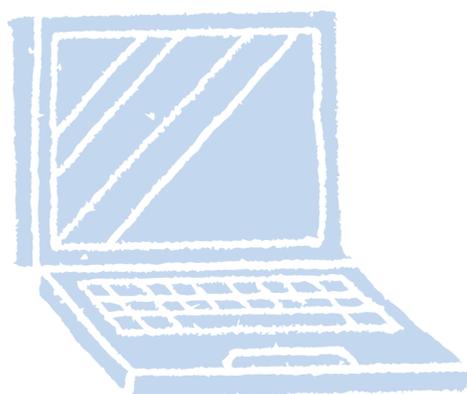
Los motores de búsqueda apuntan a ofrecer los mejores resultados a sus usuarios, por lo que premian el contenido de calidad. Esto implica crear contenido original, útil, bien estructurado y fácil de leer.



Recomendaciones SEO

Estructura de artículos web SEO

1. **Título atractivo y optimizado:** Se recomienda elegir un título que sea relevante, atractivo y que incluya la palabra clave principal. Es aconsejable colocar la palabra clave al principio del título para mayor relevancia (Ejemplo: "Influenza aviar: Conoce los síntomas más comunes". Palabra clave principal: influenza aviar). Además, se debe tratar que el título tenga entre 55 y 60 caracteres para que se muestre correctamente en los resultados de búsqueda.
2. **Introducción atractiva:** En los primeros párrafos del artículo, se debe procurar captar la atención del lector y proporcionar una breve introducción al tema. Intentar incluir la palabra clave principal en la introducción (ojalá primer párrafo) de manera natural y coherente.
3. **Estructura de encabezados:** Utiliza encabezados HTML (H1, H2, H3, etc.) para organizar el contenido en secciones y subsecciones. El encabezado H1 debe ser utilizado como el titular del artículo, y los encabezados H2 y H3 se pueden utilizar para las subsecciones principales y secundarias respectivamente. Se deben utilizar palabras clave relevantes en los encabezados, ya que los motores de búsqueda los consideran señales que indican la semántica del texto (el tema del que habla).
4. **Párrafos y formato de texto:** Es aconsejable dividir el contenido en párrafos cortos y ágiles. Esto hace que el texto sea más legible y atractivo para los usuarios. Utilizar oraciones con sintaxis simple (sujeto+predicado) y evitar frases subordinadas. Utilizar viñetas, listas numeradas o negritas para resaltar puntos importantes o elementos clave dentro del contenido. Esto también ayuda a mejorar la estructura y la escaneabilidad del artículo por parte de los buscadores.



¿Cómo ubicar palabras clave estratégicamente en contenidos SEO?

- **Incluir palabras clave en el título:** Es recomendable incluir la palabra clave principal en el título del contenido. Esto ayuda a los motores de búsqueda a comprender rápidamente de qué trata el contenido y puede mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda.
- **Ubicar palabras clave en los encabezados:** Incluir las palabras clave en los encabezados (H1, H2, H3, etc.) del contenido. Esto no solo ayuda a los motores de búsqueda a comprender la estructura y el tema del contenido, sino que también mejora la legibilidad para los lectores.
- **Distribución natural de palabras clave:** Usar palabras clave de manera natural en el contenido. Evita el exceso de optimización o la sobreexplotación de palabras clave, ya que esto puede tener un impacto negativo en el posicionamiento del sitio web.
- **Uso de palabras clave en el cuerpo del texto:** Incluye las palabras clave en el cuerpo del contenido, pero asegúrate de que fluyan de manera coherente y lógica. El objetivo es proporcionar información valiosa y relevante para los lectores, por lo que el contenido debe ser fácil de leer y comprender.



¿Cómo ubicar palabras clave estratégicamente en contenidos SEO?

- **Optimización de metadatos:** Utiliza palabras clave en los metadatos, como la etiqueta de título y la descripción meta del código HTML. Cada página debe tener una etiqueta de título única y descriptiva que incluya palabras clave relevantes. Las meta descripciones también deben ser informativas y atractivas, ya que junto al texto de la etiqueta title se muestran en los resultados de búsqueda y pueden influir en la tasa de clics.
- **Enlazado interno:** Utiliza palabras clave en los textos de anclaje de los enlaces internos. Los enlaces internos son enlaces que conectan diferentes páginas dentro del mismo sitio web. Se recomienda utilizar enlaces internos para establecer una estructura coherente y ayudar a los motores de búsqueda a descubrir e indexar todas las páginas del sitio. También puedes utilizar enlaces internos para guiar a los usuarios a contenido relacionado y mejorar la experiencia de navegación. Esto ayuda a los motores de búsqueda a comprender la relevancia y la temática del contenido vinculado.



Recomendaciones SEO

Herramientas SEO

- **SEMrush:** Es una herramienta de SEO todo en uno que proporciona datos sobre la competencia, palabras clave, análisis de enlaces, análisis de la posición en los resultados de búsqueda y mucho más.
- **Ahrefs:** Una plataforma completa para el análisis de backlinks, investigación de palabras clave, seguimiento de rankings y análisis de competidores. Ahrefs también ofrece herramientas para el análisis de contenido y la exploración de palabras clave.
- **Google Search Console:** Esta herramienta gratuita de Google proporciona datos valiosos sobre tu sitio web, como el rendimiento en los resultados de búsqueda, errores de rastreo, estadísticas de indexación y más. También puedes enviar y verificar el archivo de robots.txt y el mapa del sitio XML.
- **Google Analytics:** Aunque no es una herramienta específica de SEO, Google Analytics te ofrece información detallada sobre el tráfico de tu sitio web, el comportamiento de los usuarios, la adquisición de tráfico y mucho más. Puedes utilizar estos datos para mejorar tu estrategia de SEO y tomar decisiones basadas en información concreta.



Recomendaciones SEO

Herramientas SEO

- **Screaming Frog:** Es una herramienta de rastreo de sitios web que te permite obtener información sobre la estructura de tu sitio, identificar errores técnicos, analizar los datos de las metaetiquetas y mucho más. Esta herramienta es especialmente útil para auditorías de SEO.
- **Yoast SEO:** Un plugin de SEO muy popular para sitios web de WordPress. Proporciona sugerencias y análisis en tiempo real mientras creas contenido, ayudándote a optimizar tus páginas y artículos para las palabras clave seleccionadas.
- **Pagespeed:** permite conocer la velocidad del sitio e identificar cuáles son los problemas que pueden estar ocasionando un retraso al cargar la página, con consejos y aspectos a solucionar.
- **Generador SERP de Sistrix:** permite obtener una vista previa sobre cómo se vería el title y meta description en las SERP de Google.



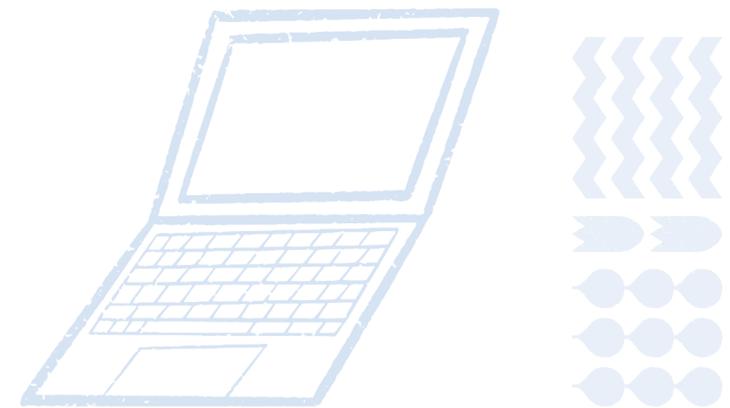
DOMINIO GOB.CL

Adquisición y administración de dominios

Para obtener un dominio que termine en gov.cl se debe ingresar al sitio [Nic de Gov.cl](#), completar el formulario y así solicitar el dominio requerido.

En ese sitio, está todo lo relacionado a los dominios terminados en gov.cl.

La coordinación técnica y administración de la jerarquía GOB.CL está a cargo de la División Informática del **Ministerio del Interior**.



Administración de Dominios:

Ingrid Inda

División Informática, Ministerio del Interior Teatinos 92, Piso 6 - Santiago

Teléfono: +56-224863864

Infraestructura Tecnológica y Continuidad Operacional, División Informática, Ministerio del Interior

Teatinos 92, Piso 6 - Santiago

Teléfono: +56-224863864 Email: nic@interior.gov.cl

Dudas, consultas o aportes, diríjase a: nic@interior.gov.cl



USABILIDAD Y CONTENIDO

Sitio web centrado en el usuario

La web es un **canal prioritario para las personas**, donde buscan información sobre trámites, beneficios, contacto con la institución, autoridades, noticias, etc. Por lo tanto, el contenido de un sitio o landing también debe estar centrado en el usuario.

Lo más importante es que el sitio sea **inclusivo**, que tenga los estándares mínimos de accesibilidad de [W3C](#) como: lectores de pantalla, aumento/reducción de texto, contraste.

Además es importante que los sitios sean diseñados y desarrollados con la técnica **Mobile first**, considerando que más de 70% de ellos se conecta desde su celular.



Usabilidad y contenido

Recomendaciones de contenido

1. Conoce y entiende al usuario:

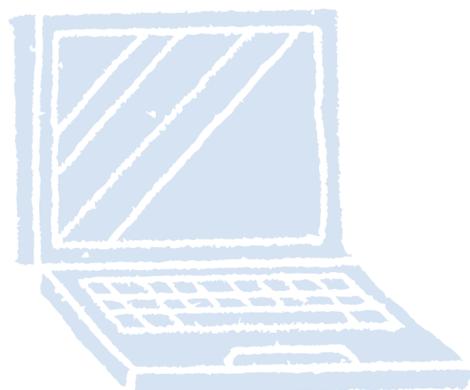
Una buena herramienta para conocer y entender al usuario es **Google Analytics**: ¿Con qué palabras clave llega el usuario al sitio?, ¿qué contenidos son los que más visita?, ¿busca trámites? Si es así, resulta recomendable poner visible el contenido relacionado con la intención del usuario, como botones que dirigen a trámites online.



Usabilidad y contenido

2. Noticias en la web:

- Titulares informativos y en un lenguaje **cercano a las personas**. Prescindir de las citas de las autoridades.
- **Agregar una bajada** que sea complementaria al titular.
- Cuerpo de la nota precisa, estilo pirámide invertida, ya que en web la gente **NO LEE** textos muy largos.
- No abusar de las cuñas de las autoridades dentro de la nota.
- Entregar información ciudadana y **no enfocada en la autoridad**.
- Cuando se mencionan otros sitios/landing/etc. linkear la información relacionada en una pestaña nueva.
- Tomar fotografías de cobertura de la pauta pero también imágenes genéricas para tener de archivo. Idealmente que el apoyo visual **no supere los 100 kb**.
- Cuando tomen fotos a personas o hagan videos, pedir que firmen **SIEMPRE una autorización de imagen**.



3. Información institucional:

- Contar quiénes somos y qué hacemos en pocas palabras y en lenguaje ciudadano y no técnico.
- Misión y visión.
- Biografía de autoridades cortas y con contacto (twitter, correo, etc).
- Contacto visible: redes sociales, OIRS, email, dirección, call center.
- Contar siempre con un buscador.
- Si el sitio requiere de algún tipo de interacción o acciones específicas, es necesario hacer las pruebas técnicas anteriormente para ver si cumple esa función.



UX/UI

Experiencia de Usuario e interfaces

Para la experiencia de usuario se debe tener claro el alcance que tendrá el proyecto.

Por ejemplo, si queremos difundir un cierto beneficio, proyecto de ley o campaña, podemos hacer un sitio tipo Landing page (página de aterrizaje) por ser más simple y concreto y que requiere menos recursos.

De ser un proyecto con grandes alcances y que tomará muchos recursos, tiempo y que requerirá de varios perfiles profesionales, es necesario que se cumpla el siguiente paso a paso para asegurar la correcta salida de un producto 360°:

- Para implementar la gestión de la experiencia de usuario al o los servicios, se debe trabajar en **etapas que implican detectar problemas y proyectar futuras soluciones**. Estas etapas son fundamentales porque, mediante ellas, podremos saber qué solucionar, dónde y con qué. Implica, además, la cooperación y el cruce de varias disciplinas y perfiles profesionales que otorguen una



visualización en su totalidad. Por esa razón, recomendamos que los perfiles designados para trabajar en el proyecto, dominen, en distintos niveles y ejes, los temas que mencionamos.

Pasos a seguir

A continuación, se detallan 4 grandes etapas que pueden servir de orientación:

1. INMERSIÓN (research): Esta etapa es donde se debe investigar los contextos, procesos, sistemas, personas, tecnologías, etc., que permitan levantar la máxima cantidad de información posible mediante distintos métodos de investigación y así, poder detectar necesidades y oportunidades. Estos pueden ser:

- **Cuantitativos:** Este tipo de investigación te hablará de lo que está sucediendo. Dará resultados en grandes cantidades y te ayuda a predecir comportamientos. Ej: Encuestas, investigación de usabilidad, métricas, estudios de atractividad, etc.
- **Cualitativos:** Este tipo de investigación provee del porqué pasa lo que pasa. Se da por interpretación y no hay números. Ej: Entrevistas, inmersiones contextuales, mapas de empatía etc.



2. IDEACIÓN: Con la recopilación de información y ya familiarizados con el problema(s), se hace explícita la identificación de estos y se generan ideas o conceptos. Lo ideal es levantar insights y patrones que generen oportunidades. Estos pueden ser por medio de:

- Kano análisis
- Co-diseño participativo
- Card sorting
- Arquetipos

3. PROTOTIPAR: Con las ideas ya definidas, se generan prototipos que visualicen las soluciones que se eligieron.

Hay métodos que se pueden utilizar y nos van a orientar en la implementación:

- Evaluación PURE
- Heurísticas
- Pruebas de usabilidad
- Primer clic



4. EVALUAR: Evalúa con tus usuarios utilizando los prototipos para verificar la eficiencia de ellos y qué dificultades o dolores experimentan cuando interactúan con ellos.

Los métodos que se pueden utilizar:

- A/B testing
- Mapas de calor
- Estudios de atractividad

Siempre debe haber una **definición de objetivos y límites de contenidos** que tendrá el sitio.

La experiencia de usuario no es un método, es **entender y comprender que se trabaja para y con los usuarios**. Los profesionales que trabajarán en UX deben comprender que se está para crear soluciones a medida y esto implica **utilizar toda la creatividad y mantener una actitud observadora y curiosa**.



UX/UI

User Experience / User Interface

Como la UX reúne a distintos profesionales, por tanto, es necesario contar con un equipo multidisciplinario.

Cuando los ministerios o servicios deban hacer un **sitio web, landing page o minisitio para campaña**, pueden pedir asesoría al equipo **UX/UI de Secom**, para que les entreguen observaciones de usabilidad y experiencia de usuario. Esto tiene como propósito que todas las páginas web de gobierno estén alineadas.



Recomendaciones para desarrollar un sitio

- 1. Benchmark:** Analizar lo que otros están haciendo en el mercado como orientación.
- 2. Identificar a los usuarios del sitio:** Sin ellos, no podemos implementar soluciones acorde.
- 3. Entrevista a usuarios (presenciales y form):** Permite empatizar con ellos.
- 4. Card Sorting:** Permite entender cómo piensan y cómo perciben.
- 5. Arquitectura de la Información:** La organización de la información no debe quedar al azar. Existe una lógica que es necesaria para orientar al usuario en el sitio.
- 6. Diseño de Interfaces:** Actividad clave en el desarrollo del sitio, ya que implica tener en cuenta temas importantes como es la accesibilidad, usabilidad, lecturabilidad, contraste, etc.
- 7. A/B Testing:** Siempre recurrir al A/B testing cuando se barajen 2 opciones y no se tenga claridad de cuán eficaz es una sobre la otra.
- 8. Implementación ClaveÚnica:** Todos los sitios que impliquen postulaciones a subsidios, beneficios, etc., deberán integrar sus sistemas a ClaveÚnica.





RECURSOS GRÁFICOS

Recursos y guías de estilos gráficos

En el kit digital de gobierno, se pueden encontrar todos los recursos necesarios para guiar la correcta realización del proyecto web.

Los más usados para las finalidades webs son:

- Plantillas web (Framework kit): <https://framework.digital.gob.cl>
- Recomendaciones UX/UI para sitios institucionales
- Tipografía
- Medidas de Accesibilidad

También puedes comunicarte con tu Sectorialista Digital de Secom para revisar cualquier duda que puedas tener..





Gobierno
de Chile

gob.cl

