



Universidad  
Finis Terrae



## CONTROL DE VERSIÓN

Para mantener el control y la trazabilidad de los cambios realizados en el presente reglamento, a continuación, se presenta la estructura de registro que se debe completar cada vez que el contenido del mismo se modifique:

VERSIÓN SEGÚN AÑO Y FECHA DE MODIFICACIÓN			OBSERVACIONES / MODIFICACIONES REALIZADAS	AUTOR
Acta	Versión	fecha		
Nº 0	1.0	04/08/2025	Versión 1	--



# Introducción

## SEO como herramienta clave para el posicionamiento digital de la Universidad Finis Terrae

En el actual ecosistema digital, la visibilidad es sinónimo de relevancia. En un entorno saturado de contenidos, lograr que la información institucional llegue de forma efectiva a nuestros públicos clave depende en gran medida de la optimización de cada una de nuestras comunicaciones digitales. En este contexto, el **posicionamiento SEO (Search Engine Optimization)** se transforma en una herramienta estratégica y transversal, que no solo mejora el alcance de nuestras publicaciones, sino que también fortalece el posicionamiento académico, social y valórico de la Universidad Finis Terrae.

La Universidad se ha propuesto como uno de sus objetivos estratégicos ser reconocida por la calidad de su propuesta formativa, su impacto en la sociedad y su compromiso con la verdad y el bien común. Para alcanzar esta meta es fundamental que todos los contenidos que emanan desde las facultades —especialmente aquellos de carácter periodístico o informativo— sean coherentes, estén bien estructurados y sean fácilmente encontrables por los motores de búsqueda. Esta tarea no recae únicamente en los equipos técnicos, sino que periodistas y encargados de comunicación de cada facultad y área tienen un rol protagónico en asegurar la presencia y permanencia digital de la Universidad.

### Por qué este manual

Este manual surge como una guía práctica y concreta para integrar el SEO como parte del flujo de trabajo cotidiano de redacción y publicación de contenidos. Su objetivo es entregar lineamientos claros y aplicables que permitan a los equipos de comunicaciones:

- Entender los fundamentos del SEO orientado a contenidos periodísticos e institucionales.
- Aplicar buenas prácticas que mejoren el posicionamiento orgánico en buscadores.
- Alinear cada publicación con los valores y objetivos de visibilidad institucional.
- Asegurar la consistencia, claridad y calidad de los contenidos digitales en todos los canales oficiales.

Reforzar las buenas prácticas en SEO no es simplemente una tarea técnica: es una acción estratégica que **contribuye activamente a fortalecer la marca universitaria, aumentar su credibilidad y atraer nuevas audiencias** interesadas en nuestra oferta académica, investigaciones, extensión y labor formativa.

Este manual es, por tanto, una invitación a trabajar en comunidad hacia un mismo fin: construir una presencia digital robusta, articulada y coherente con la misión de la Universidad Finis Terrae.

**Dirección de Posicionamiento, Comunicaciones y Marketing**

Santiago, agosto 2025.

# Guía Práctica de SEO en WordPress

Exploremos los beneficios clave de una optimización inicial en WordPress.

Optimizar un sitio WordPress no solo atrae más visitas, sino que fortalece la autoridad del dominio y mejora la experiencia de usuario, especialmente en entornos institucionales donde la visibilidad de noticias y artículos es crítica.

Ref. Autoridad de Dominio <https://moz.com/learn/seo/domain-authority>

La Autoridad de Dominio es una puntuación de posicionamiento en buscadores desarrollada por Moz. Predice la probabilidad de que un sitio web se posicione en las páginas de resultados de búsqueda (SERP) en comparación con la competencia.

## 1. Meta Tags (Título y Descripción)

Aprendemos a escribir meta tags que atraigan clics y posicionan mejor.

- Title Tag: Único, atractivo, entre 50–60 caracteres, incluye la keyword principal.
- Meta Description: 155–160 caracteres, describe el contenido y llama a la acción. Incluir keyword de forma natural.

Los meta tags son el primer contacto con los usuarios en los resultados de búsqueda. Una buena etiqueta de título y descripción puede aumentar significativamente el CTR (Click Through Rate), lo que envía señales positivas a Google sobre la relevancia del contenido.

## 2. Uso de Palabras Clave

Este apartado explica cómo seleccionar e integrar las keywords de forma efectiva.

- Definir una keyword principal por página. (Keyword Research)
- Incorporar en: title, meta description, H1, al menos un H2/H3, alt de imágenes y a lo largo del texto.
- Usar sinónimos y variaciones para evitar keyword stuffing.

La correcta inclusión de keywords ayuda a que los motores de búsqueda comprendan de qué trata la página, mejorando su capacidad de mostrarla ante búsquedas relevantes. Usar sinónimos y variaciones semánticas también mejora el posicionamiento en búsquedas por IA o lenguaje natural.

### 3. Estructura de Encabezados

La estructura de encabezados ayuda a la jerarquía del contenido y a la experiencia de lectura.

- Solo un H1 por página (título de entrada).
- Usar H2 para secciones principales y H3 para subsecciones.
- Mantener jerarquía lógica y encabezados claros (~60 caracteres).

Las etiquetas de encabezado son elementos HTML (<h1> a <h6>) que se utilizan para definir títulos y subtítulos dentro de una página web. Cumplen dos funciones principales:

- a) Estructurar el contenido para los usuarios: ayudan a organizar la información en secciones jerárquicas, haciendo que el contenido sea más fácil de leer y entender.
- b) Mejorar la comprensión para los motores de búsqueda: los buscadores como Google usan estas etiquetas para interpretar la relevancia y jerarquía del contenido, lo que puede influir en el posicionamiento SEO.

### 4. Formato de Texto y Negritas

El formato y uso de negritas mejora la legibilidad y destaca puntos clave.

- a) Párrafos cortos (3–5 líneas).
- b) Negritas moderadas para conceptos clave o cifras relevantes.
- c) No abusar: máximo 1–2 fragmentos en negrita por párrafo.

Los párrafos cortos y el uso estratégico de negritas mejoran la legibilidad, reducen la tasa de rebote y guían al lector visualmente hacia los puntos clave del contenido.

## 5. Enlaces Internos y Externos

Los enlaces internos y externos distribuyen autoridad y complementan la información.

- Internos: Facilitan navegación y distribuyen autoridad. Anchor text descriptivo.
- Externos/PDF: Abrir en nueva pestaña, enlazar solo a fuentes confiables.

Los enlaces internos ayudan a distribuir la autoridad SEO en el sitio y a mantener al usuario navegando más tiempo. Los enlaces externos, cuando apuntan a fuentes confiables, incrementan la credibilidad de tu sitio ante los motores de búsqueda

## 6. Optimización de Imágenes

Optimizar imágenes acelera la carga y mejora la accesibilidad.

- Nombre de archivo descriptivo y con guiones (ej. proyecto-energia.webp).
- Formato WebP y peso <200 KB. Usar imágenes en formato de próxima generación eleva el rendimiento del sitio y por tanto mejora la experiencia de usuario.
- Texto ALT descriptivo, útil y con keyword si aplica.
- Usar relaciones de aspecto consistentes (16:9 para destacadas). El nuevo modelo de sitios está orientado a satisfacer esta necesidad de manera automática.

Las imágenes mal optimizadas ralentizan la carga, lo cual penaliza el SEO y empeora la experiencia de usuario. Además, el texto alternativo (ALT) es utilizado por lectores de pantalla y por buscadores para comprender el contenido visual

## 7. Plugin SEO (AIOSEO / YOAST)

Configurar correctamente un plugin SEO facilita la revisión y el control de errores.

- Revisión final antes de publicar: semáforo en verde.
- Completar campos: title, description, keyword foco.
- Corregir advertencias de legibilidad y enlaces.
- 

Herramientas como YOAST o AIOSEO permiten detectar errores técnicos o de contenido antes de publicar. Su uso mejora la calidad del contenido y ayuda a mantener buenas prácticas constantes.

## 8. URL Amigable (Slug)

Crear slugs amigables mejora la comprensión de URLs por usuarios y buscadores.

- Breve, claro, sin stop words, con guiones y keyword.
- Evitar cadenas largas; máximo 2–5 palabras relevantes.

Las URLs claras y descriptivas facilitan que los usuarios comprendan de qué trata la página, y permiten que los buscadores las indexen correctamente. También son más fáciles de recordar y compartir

## 9. SEO para Modelos de IA

Para destacar en búsquedas impulsadas por IA, es necesario adaptar contenido a sus requerimientos.

- Contenido Estructurado: Usa encabezados claros (H1, H2, H3), listas y tablas para facilitar la extracción de respuestas concisas por IA. ([bullseyestrategy.com](https://www.bullseyestrategy.com))
- Lenguaje Conversacional y Semántico: Responde preguntas frecuentes en formato Q&A. Ejemplo:
  - P: "¿Cómo optimizar imágenes en WordPress?"
  - R: "Renombra archivos, usa WebP, alt descriptivos..." ([searchengineland.com](https://www.searchengineland.com))
- Autoridad y Confianza: Mantén contenido actualizado, añade datestamps y biografías de autores. Incorpora citas a fuentes originales.
- Datos Estructurados (Schema.org): Implementa marcado FAQ, HowTo o Article para que los modelos reconozcan secciones específicas y las destaquen en respuestas generadas.
- Documentos llms.txt y Metadatos AI-friendly: Explora incluir archivos llms.txt y metaetiquetas que indiquen la relevancia de tu dominio para sistemas RAG (Retrieval-Augmented Generation). ([en.wikipedia.org](https://en.wikipedia.org))

# Checklist SEO básico WordPress

## Meta Tags (Título y Descripción)

- ✓ Título SEO (Title) entre 50–60 caracteres
- ✓ Meta descripción entre 120–155 caracteres
- ✓ Ambas etiquetas incluyen keyword principal y son atractivas.

## Encabezados (Headings)

- ✓ El H1 contiene la keyword principal
- ✓ Hay al menos un H2
- ✓ Heading jerarquizado (H1 → H2 → H3, sin saltos)

## Imágenes

- ✓ Nombre del archivo con guiones medios (-)
- ✓ Formato WebP
- ✓ Texto Alt descriptivo + keyword (si aplica)
- ✓ Incluye imágenes en el cuerpo, además de la destacada

## Links

- ✓ Links internos abren en la misma pestaña
- ✓ Links externos abren en otra pestaña
- ✓ PDFs abren en otra pestaña
- ✓ Links anclados a palabras o frases estratégicas
- ✓ Links externos son confiables

## Contenido

- ✓ Párrafos de máx. 5–6 líneas
- ✓ Extensión adecuada: hasta 4.000 caracteres aprox.



## SEO General

- ✓ Meta tags completados (title + description)
- ✓ Se añadió keyword principal



# Universidad Finis Terrae