

DIRECCIÓN GENERAL  
DE VINCULACIÓN  
CON EL MEDIO



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

# Manual de SEO y redes sociales



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
RECOMENDACIONES PARA EL MEJORAMIENTO DE SEO (Search Engine Optimization)	4
MANUAL DE ESTILO PARA REDES SOCIALES DE LA PUCV	6
Características de las redes sociales PUCV	6
Voz y tono	6
Uso del lenguaje	7
Formatos	7
Emojis y hashtags	9
Uso de elementos multimedia	10
Uso de gráficas	11
Frecuencia de publicación	11
Anexo: Listado tags PUCV	12

# INTRODUCCIÓN

Este manual, creado por la Coordinación General de Comunicación Institucional de la Dirección General de Vinculación con el Medio, tiene por objetivo orientar respecto a estrategias para consolidar una presencia más efectiva en la web, tanto de la PUCV como de sus unidades académicas y administrativas.

Por un lado, contempla recomendaciones prácticas para aplicar en los sitios web que tendrán como resultado un mejor posicionamiento en los resultados de los motores de búsqueda, como Google, entre otros.

En segundo lugar, es un manual de estilo para publicaciones en redes sociales, con la intención de fortalecer la voz e identidad de marca, potenciando a la vez el flujo de información entre los sitios de la Universidad y las unidades académicas.

Sigue las redes PUCV:

-  PUCV: @pucv\_cl
-  PUCV: /pucv.cl
-  PUCV: @pucv\_cl
-  Admisión PUCV: @admisiónpucv
-  Admisión PUCV: /AdmisiónPUCV
-  Alumni PUCV: @alumnipucv
-  Alumni PUCV: /alumnipucv
-  Postgrado PUCV: @postgrados\_pucv
-  Postgrado PUCV: /postgradosPUCV



# RECOMENDACIONES PARA EL MEJORAMIENTO DE SEO (Search Engine Optimization)

## ¿Qué es el SEO?

Es el posicionamiento de temáticas o marcas en buscadores y motores de búsqueda, mejorando la visibilidad digital de un sitio web específico. También se le conoce como los “resultados orgánicos” de los buscadores (aquellos que no son pagados). Un correcto uso de estas herramientas aumenta las posibilidades de aparecer más arriba como resultado de las búsquedas, lo cual tiene un impacto directo en la cantidad de usuarios que ingresan a la página web.


## Teniendo esto en consideración, para mejorar el SEO se debe:

1. **Conseguir enlaces de calidad hacia el sitio web institucional.** Los sitios de unidades académicas, direcciones, programas o centros deben contar con un link visible hacia el sitio [www.pucv.cl](http://www.pucv.cl) y a los sitios de las carreras de pregrado de la web PUCV, en los casos que corresponda. Es necesario que las unidades académicas informen cuando haya actualizaciones en sus sitios para confirmar que la información que se maneja en el sitio [www.pucv.cl](http://www.pucv.cl) sea coincidente.

2. Cuando se mencionan las carreras o unidades académicas, se debe hacer [link a la página de pregrado como a las de las unidades académicas](#) de manera de potenciar el tránsito entre contenidos.

3. **Incorporar gráficas dentro de las notas.** Hacer un cruce entre los contenidos que se publican y el uso de gráficas diseñadas con fines de marketing institucional. El uso de elementos visuales hace más atractivo un contenido y como consecuencia mejora el SEO de la web. Por lo mismo, es necesario integrar gráficas, tales como tablas comparativas o infografías en el cuerpo de las noticias que complementen el texto.





4. **Correcto etiquetado en todas las noticias, secciones de la página y actualizaciones.** El etiquetado se realiza en la cabecera del artículo en Prontus u otros gestores de página web. En el caso de las unidades académicas, las etiquetas deben estar en **sincronía con las institucionales**, más las propias que definan que sean afines a sus disciplinas. Acá debe estar incorporado el **uso de los nombres o menciones a las carreras**, de manera de apoyar la optimización de éstas como palabras claves que potencien las campañas de admisión. El listado de las etiquetas será anexado a este archivo y para mantener esta sincronía, solicitamos que los etiquetados que definan las unidades académicas sean informados a la Coordinación General de Comunicación Institucional para también incluirlos en los artículos de la web pucv. cl cuando sea pertinente.

5. **La meta descripción o etiqueta HTML que se utiliza para describir un artículo o página web óptima debe apuntar a ser de 160 caracteres.** Para esto, es necesario ver desde qué parte de la página está tomado el texto para la meta descripción y modificarlo desde la web.

6. **Optimizar el tamaño HTML de la página web al recomendado que es de 33,** se recomienda ocupar la herramienta GZIP **junto a un programador o el encargado del sitio web.** Para disminuirlo también es importante usar las fotografías en los tamaños indicados y en formato web. En la actualidad, la resolución de pantalla más común en notebooks de 14', laptops de 15,6' y monitores 18,5' es de 1366x768 pixeles, por lo que se recomienda que la resolución de la fotografía sea acorde al porcentaje de espacio de pantalla que va a ocupar en la publicación.

7. **Utilizar el SEO en sincronía con las Redes Sociales,** pues los hashtags populares y palabras claves que se utilicen en RR.SS ayudarán a **potenciar el posicionamiento de nuestras keywords y etiquetas de la web.** Es necesario **incluir estas palabras en los títulos y las descripciones.**

8. **Evitar el uso del guión bajo ( \_ ) dentro de las URL,** pues también forma parte de los elementos que son castigados en las búsquedas.

# MANUAL DE ESTILO PARA REDES SOCIALES DE LA PUCV

## CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES PUCV

- Es una marca cercana, motivante y entusiasta.
- Propone ideas innovadoras para acercarse desde plataformas multimedia al usuario.
- Explica e informa lo que se necesita saber para procesos y actividades relacionados a la Universidad y sus unidades académicas y administrativas.
- Es una ayuda para cualquier interesado o interesada en obtener información.
- Siempre se habla en primera persona plural cuando se realiza una publicación como equipo PUCV.
- Utiliza una redacción simple y fácil de recordar.
- Los detalles pueden ser explicados en links o gráficas.
- Se mantienen en constante actualización con nuevo contenido de interés.
- Siempre se responde a las preguntas que se reciban.

## VOZ Y TONO

Nuestra voz es amena, empática y consejera. Debe plasmar **cercanía** con los usuarios. Esto implica traspasar la sensación que hay similitud de grupo **etéreo** con los usuarios, pero en balance con demostrar formalidad y conocimientos profundos en los temas que se abordan.

Nuestro tono es de camaradería y ayuda. Se debe demostrar **compromiso** con la solución de problemas y transmitir seguridad de que los casos o consultas que nos lleguen no quedarán sin contestar.



## USO DEL LENGUAJE

Nuestro estilo se basa en una **redacción simple** con un **lenguaje formal**, que no tome por sentado que los usuarios manejan la información pertinente a cada posteo. Si alguien quiere datos, reclama o necesita sugerencias, los guiaremos con palabras animosas y profesionales.

Estas son algunas de las situaciones que surgen en el día a día y cómo las afrontamos al momento de escribir:

- Si se quejan con nosotros, nos comprometemos a que haremos lo posible para solucionarlo o derivarlo a quien corresponda dentro de la Universidad.
- En el caso de necesitar **información de otros servicios**, se contestará dirigiendo a canales oficiales donde pueda encontrarla.
- Cuando haya **comentarios ofensivos o que atenten contra la dignidad de las personas**, no habrá respuesta alguna ni positiva ni negativa, no se borrarán las publicaciones.

## FORMATOS

Apuntar a un formato donde la **cantidad de texto escrito no sea más de tres párrafos** de cinco líneas. Las opciones a continuación representan ejemplos de formatos que puede tener la publicación para ser **más atractivo como contenido de redes sociales**.

Dependiendo del tipo de publicación y su contenido, puede ocuparse alguno de los propuestos o variantes, pero siempre teniendo en cuenta que la idea es **que no haya un bloque de texto** junto y vaya intercalando con contenido digital.

- Título + emoji + bajada + descripción (con o sin links en ella) + hashtags + link + foto
- Título + emoji + bajada + descripción + hashtags + foto (Sin links)
- Emoji + título + bajada + descripción (con o sin links en ella) + emojis + link + foto
- Emoji + descripción (con o sin links en ella) + emoji + link + gif
- Emoji + descripción + foto

Ejemplos de publicaciones:

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO**

**COLUMNA**

# El trabajo como servicio en tiempos de "pandemia" del desempleo

**Padre Gonzalo Bravo Álvarez**  
Académico de la Facultad Eclesiástica de Teología Pontificia Universidad Católica de Valparaíso  
Párroco La Matriz, Valparaíso

[pucv.cl](http://pucv.cl)

**Pontificia Universidad Católica de Valparaíso**  
Publicado por Nicolás Jara [?]  
-30 de abril

**COLUMNA | "El trabajo como servicio en tiempos de 'pandemia' del desempleo"** por Padre Gonzalo Bravo Álvarez, decano de la Facultad Eclesiástica de Teología PUCV y Párroco de la Iglesia La Matriz de Valparaíso.

Disponible acá <https://bit.ly/3fcRbyT>

Etiquetar foto · Agregar ubi... · Editar

1,749 Personas alcanzadas · 28 Interacc

[Promocionar publicación](#)

7

Me gusta · Comentar · Compartir

Comentar como Pontificia ...

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN CONSTRUCCIÓN** · **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO**

## CONSTRUYE FUTURO

**TORNEO PARA LA CONSTRUCCIÓN**  
A PARTIR DE IDEAS CREATIVAS E INNOVADORAS

SI TIENES UNA IDEA QUE PERMITA RESOLVER UN PROBLEMA RELACIONADO CON ALGUNO DE LOS SIGUIENTES FOCOS DEL ÁREA DE LA CONSTRUCCIÓN:

- EDIFICACIÓN SUSTENTABLE
- RECURSOS NATURALES
- PRODUCTOS INNOVADORES
- CAPITAL HUMANO

POSTULA TU IDEA EN:  
[WWW.EMPRENDEICC.CL](http://WWW.EMPRENDEICC.CL)

HASTA EL 15 DE MAYO DEL 2020

Esta iniciativa ha sido financiada con aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad PIC-019 del Gobierno Regional de Valparaíso.

**Pontificia Universidad Católica de Valparaíso**  
Publicado por Nicolás Jara [?]  
-28 de abril

Si tienes alguna propuesta para resolver problemas en el ámbito de la construcción relacionados con:

- Edificación sustentable
- Recursos naturales
- Procesos innovadores
- Capital humano

Entonces te invitamos a participar en el torneo "Construye Futuro" desarrollado por la Escuela de Ingeniería en Construcción de la PUCV.

Postula tu idea en [www.emprendeicc.cl](http://www.emprendeicc.cl)

Etiquetar foto · Agregar ubi... · Editar

1,580 Personas alcanzadas · 38 Interacc

[Promocionar publicación](#)

5 · 2 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Comentar como Pontificia ...



## EMOJIS Y HASHTAGS

Se recomienda un uso de **máximo 7 emojis** por publicación, intercalados en su aparición en el texto. Cada emoji debe ser pertinente a la temática de la publicación y no apuntar a una sobrerreacción respecto a su contenido.

Respecto a los **hashtags**, se propone utilizar entre **3 y 5** máximo por publicación. Dependiendo del tipo de formato, se pueden agrupar los hashtags al final de la publicación o divididos en el texto

Cómo y cuándo usamos **emojis**:

- Para destacar información **importante**
- Para **enumerar** de manera gráfica y agradable
- Para transmitir **emociones**

Cómo y cuándo usamos **hashtags**:

- Para **potenciar las palabras claves** de nuestra institución en la web. Éstas deben estar en sincronía con la batería de etiquetas utilizadas en nuestra página [www.pucv.cl](http://www.pucv.cl), adjuntas a este documento.
- Siempre utilizar el **#PUCV**
- Para destacar a **unidades académicas**
- Siempre que la **contingencia** lo amerite (**#quedateencasa**)
- Para **campanas** específicas (**#admission2021**) (**#AlumniPUCV**)
- Para destacar a **otras instituciones** involucradas en el tema del posteo (**#DEMRE**)
- Cuando sean posteos enfocados a comunidades escolares, utilizar el **#SERPUCV**
- Cuando sean temáticas relacionadas con ex alumnos/as recomendamos utilizar **#SoyAlumniPUCV**



## USO DE ELEMENTOS MULTIMEDIA

Estos son los lineamientos al momento de utilizar elementos multimedia:

### Video para campañas específicas:

- Para Instagram, máximo 15 segundos para historias y máximo 10 minutos para IGTV dependiendo el contenido. Por ejemplo, si se trata de contenido más bien cultural o deportivo puede ser más largo, en cambio, en contenido más “duro” o “académico” es ideal que no pase de los 5 minutos.
- Facebook y Twitter, mínimo 20 segundos, máximo 2 minutos dependiendo del contenido.

### Fotografías

- En cada posteo que incluya testimonio.
- En caso de eventos, se sube el álbum con fotos seleccionadas.
- Tiene que notarse la diferencia de gráficas informativas o campañas de pago.
- En el caso de las campañas de pago, si tenemos fotos con personas tomadas en la Universidad, es necesario contar la debida autorización de uso de imagen.

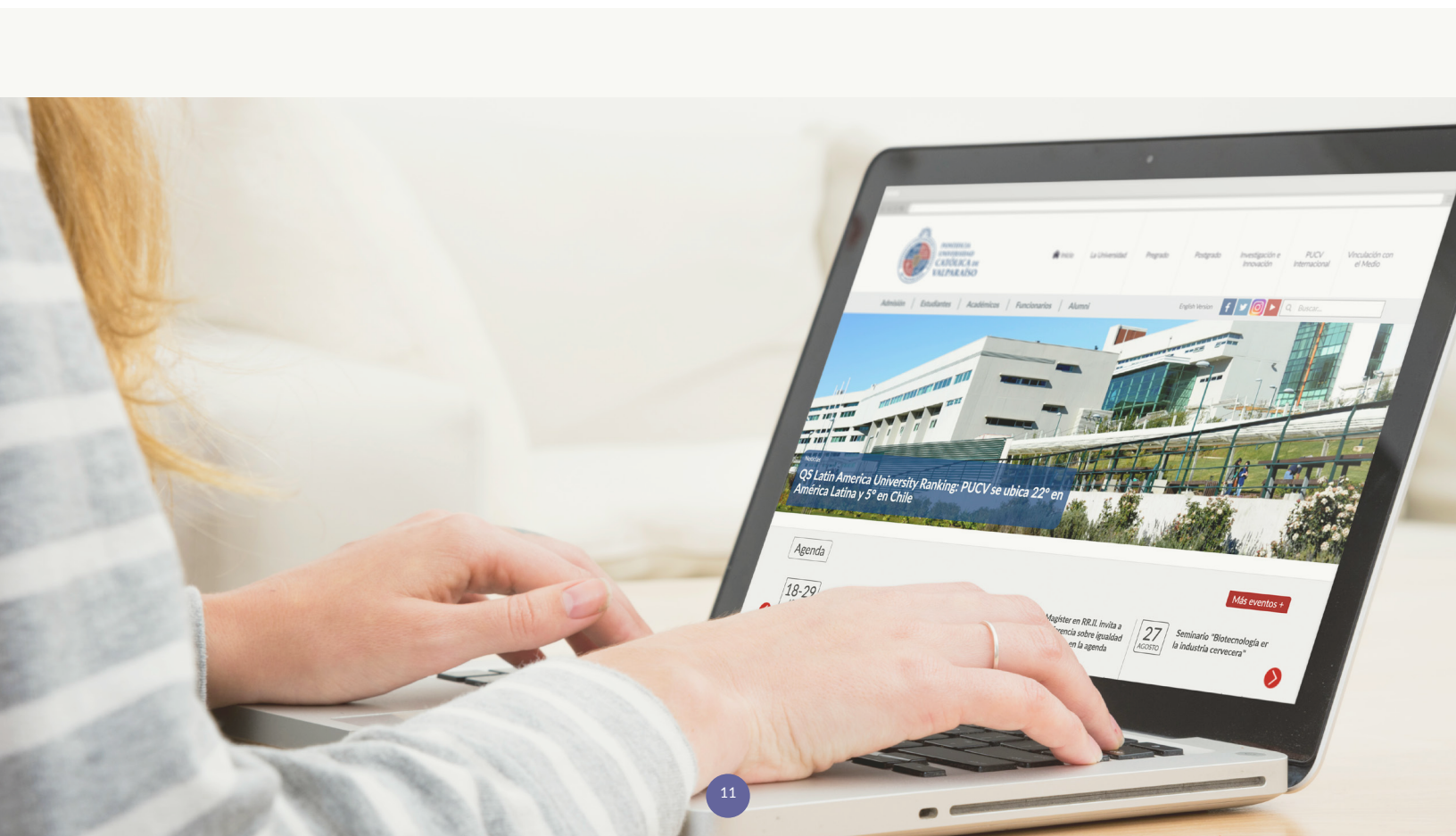


## USO DE GRÁFICAS

- Deberán contener el logo de la universidad en la parte superior.
- Basarse en el [manual de normas gráficas](#) como articulador: [Ver normas gráficas PUCV](#)
- En períodos de campaña publicitaria pagada se optará por poco texto en la imagen y por más texto en el cuerpo de la publicación. Es fundamental utilizar la [herramienta que determina la calidad del anuncio](#) en la medida que respete el
- 20% del texto: [Ver recomendaciones de facebook](#)
- En comunicados informativos se extiende la cantidad de texto en la gráfica, para no saturar de palabras el posteo inicial. La letra debe estar centrada.
- En afiches de eventos se puede optar por más texto en la imagen, siempre que no sean publicaciones pagadas (hora, lugar, detalles, entre otros).
- Optar por colores sobrios con la intención de facultar el uso de las letras en color blanco.

## FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN

La frecuencia de las publicaciones depende del contenido y plan de trabajo, sin embargo, siempre es recomendable mantener actividad diariamente, siendo 3 el número máximo de posteos recomendados por día, esto evita saturar a los seguidores con excesivo contenido.



## ANEXO: LISTADO TAGS PUCV (aplicables a hashtags)

Consideraciones sobre las categorías:

- Categorías sirven para realizar una agrupación del contenido. Deben entenderse como una visión general que nos permite ayudar a los visitantes a encontrar lo que quieren leer.
- En las categorías la repetición es fundamental. Mientras más artículos cuenten con un mismo tag, mejor. Por lo mismo, si un tag se utiliza solo una vez, es mejor prescindir de él y utilizar otro en pos de reforzar la reiteración.
- Es ideal que los conceptos de los tags también sean parte del texto del artículo en cuestión.
- Criterio a la hora de elegir un tag: ¿con qué categoría puede explicar el contenido de mi nota? Idealmente entre 3 y 5 por artículo.
- Tener un número más alto que lo mencionado es perjudicial, pues satura a Google en un mar de categorías.

### Tags generales web pucv.cl

PUCV  
Universidad  
Católica Valparaíso  
Educación Superior  
Vida universitaria  
Pregrado  
Postgrado  
Estudiantes  
Futuros estudiantes  
Acreditación

### Portada Universidad

PUCV  
Universidad  
Católica Valparaíso  
Educación Superior  
Rector

### Portada Funcionarios

PUCV  
Funcionarios  
Recursos Humanos  
Beneficios  
Capacitación  
Convenios  
Intranet  
Bienestar  
Seguro  
Concursos

### Portada Investigación

Investigación  
Innovación  
Centros Emprendimiento  
Transferencia Tecnológica  
Incubadora

### **Portada PUCV Internacional**

Intercambio  
Idiomas  
Convenios  
Internacional  
Estudio

### **Portada Admisión**

Admisión  
Admisión 2021  
Becas  
Beneficios  
Ingreso Complementario  
Ingreso Especial  
Intercambio  
Carreras  
Sedes  
Fondos Concursables  
Pastoral

### **Portada Postgrado** Doctorado

Magíster Postítulo Diplomado  
Postgrados  
Becas CONICYT

### **Portada Académicos**

Capítulo Académico  
Acreditación  
Docencia  
Calidad  
Educación  
Investigación  
Innovación

### **Portada Estudiantes**

Estudiantes  
Certificados  
Becas  
Beneficios  
Horario  
Matrícula  
Arancel  
DAE  
DPD  
Talleres  
Deporte

### **Portada Alumni**

Alumni  
Ex alumnos  
Trabajo  
Empleos  
Capacitación  
Práctica  
Talleres  
Emprendimiento

### **Portada Vinculación**

Vinculación con el Medio  
Sostenibilidad  
Responsabilidad Social  
Extensión  
Cultura  
Arte  
Cineteca  
Concierto  
Orquesta

## Portada Pregrado

Arquitectura  
Diseño  
Arte  
Kinesiología  
Bachillerato en Ciencias  
Tecnología Médica  
Pedagogía  
Pedagogía en Biología  
Biología  
Ingeniería  
Estadística  
Física  
Astronomía  
Pedagogía en Física  
Matemáticas  
Pedagogía en Matemáticas  
Bioquímica  
Pedagogía en Química  
Química Industrial  
Agronomía  
Ingeniería de Alimentos  
Oceanografía  
Geografía  
Contador Auditor  
Comercio  
Ingeniería Comercial  
Periodismo  
Trabajo Social  
Derecho  
Educación Parvularia  
Educación Básica  
Pedagogía Básica  
Educación Especial  
Educación Diferencial  
Educación Física  
Psicología  
Pedagogía en Filosofía  
Filosofía  
Historia

Ciencia Política  
Pedagogía en Historia  
Pedagogía en Castellano  
Lingüística  
Literatura  
Literatura Hispanoamericana  
Pedagogía en Inglés  
Inglés  
Interpretación  
Traducción  
Pedagogía en Música  
Música  
Composición  
Ingeniería  
Ingeniería Civil  
Ingeniería Civil Bioquímica  
Ingeniería en Bioprocesos  
Ingeniería Civil Eléctrica  
Ingeniería Civil Electrónica  
Ingeniería Eléctrica  
Ingeniería Electrónica  
Eléctrica  
Electrónica  
Ingeniería Civil Informática  
Informática  
Ingeniería en Construcción  
Construcción  
Ingeniería Civil Industrial  
Ingeniería de Transporte  
Transporte  
Ingeniería Civil Mecánica  
Ingeniería Mecánica  
Mecánica  
Ingeniería Civil Química  
Ingeniería Civil Metalurgia  
Metalurgia  
Ingeniería Civil de Minas  
Minas  
Ciencias Religiosas  
Bachillerato Canónico en Teología





DIRECCIÓN GENERAL  
DE VINCULACIÓN  
CON EL MEDIO



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

