



informática

ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS: RAZONES Y EFICACIAS PARA EL DISEÑO DE UN SITIO WEB

"El contenido es la razón número uno para que las personas regresen a un sitio web"
Forrester Research

Resumen / Abstract

Con el aumento de los negocios en línea, la exigencia de los clientes crece continuamente. Muchas empresas son juzgadas por la imagen que logran mantener en internet. Por otro lado, los sitios web han pasado a desempeñar un papel importantísimo en el desarrollo de muchas empresas, se han convertido en la cara con que la organización se muestra al mundo. Si se saben utilizar pueden ser el mejor promotor de los negocios, mecanismos activos en la comunicación con los clientes tanto para atraer nuevos como para mantener los viejos; es el calzo que todo negocio on-line necesita. Pero este aumento en importancia y exigencia de los sitios web algo viene a hacerse vital y decisivo: el flujo de información. La probabilidad de tener un sitio desactualizado aumenta por minuto, trayendo funestas consecuencias para sus dueños. Quizás por ello un nuevo concepto ha surgido en internet: soluciones de administración de contenidos.

Enterprises have in the internet a way to keep their image of power and distinction. Web sites have become in tools of communication with their clients, but this tool could be either the best promoter or the worst. Everything depends of actuality of the information. To find old contents affects credibility and could have influence in the financial accounts of the enterprise. However, the movement and actuality of relevant information is not something easy. Contents grow up day after day. In a few hours, they become old, out of date. The probability to have a desactualized web site progress every minute, bringing pernicious consequences for the owners. Maybe for that a new concept was born in the internet: content management solutions.

Palabras clave / Key words

Contenidos, información administración

Management, solutions, internet

INTRODUCCIÓN

Con el aumento de los negocios en línea la exigencia de los clientes crece continuamente. Los visitantes llegan a un sitio web en busca de información fiable, asesoría para sus compras o cualquier otro tipo de contenido valioso y actualizado que les ayude a tomar decisiones. Las empresas son juzgadas por la imagen que logran mantener en internet. Subestimar el papel del contenido en un *e-business* puede ser el peor error para cualquier organización que intente consolidar sus posiciones en el campo del comercio electrónico.

Por otro lado, los sitios web han pasado a desempeñar un papel importantísimo en el desarrollo de muchas empresas, se han convertido en la cara con que la organización se muestra al mundo. Si se saben utilizar pueden ser el mejor promotor de los negocios, mecanismos activos en la comunicación con los clientes tanto para atraer nuevos como para mantener los viejos; son el calzo que todo negocio *on-line* necesita.

Inés del Carmen Hernández López,
Ingeniera en Sistemas Automatizados
de Dirección, Empresa de Servicios
Informáticos del Ferrocarril (SIFER),
Camagüey, Cuba
e-mail: ines@cinfer.ferronet.cu

Recibido: octubre del 2002

Aprobado: diciembre del 2002

Pero en todo este aumento en importancia y exigencia de los sitios web algo viene a hacerse vital y decisivo: el flujo de información. Y no se habla de cualquier información, sino de información relevante y oportuna, de contenidos constantemente actualizados; algo que para poder lograrlo requiere de mucho esfuerzo. Y no es tarea fácil porque los contenidos aumentan por día, y en horas se hacen obsoletos, fuera de fecha. La probabilidad de tener un sitio desactualizado aumenta por minuto, trayendo funestas consecuencias para sus dueños. Entonces, ¿qué hacer al respecto? Un nuevo concepto ha surgido en internet. Su nombre: **soluciones de administración de contenidos** (*content management solutions*).

DESARROLLO

Las soluciones de administración de contenido no son más que mecanismos automatizados que garantizan eficientes sistemas de manejo de los contenidos en un sitio web, desde la creación o modificación de la información hasta su publicación y eliminación cuando queda desactualizada. La administración de contenidos distribuye la responsabilidad y autoridad para el manejo de la información, permitiendo que sean sus propios creadores quienes la actualicen directamente en el sitio, sin necesidad de esperar por el webmaster, ni tener que dominar HTML, lenguajes de script u otras herramientas relacionadas con la creación de páginas web, que aunque cada día son más amigables requieren de cierto conocimiento especializado para lograr sitios de calidad. Tampoco implica que se vaya a perder la uniformidad y consistencia del sitio. Por el contrario, una solución de administración de contenidos no es buena si no brinda vías para garantizar el mantenimiento de los elementos básicos del diseño, para garantizar una independencia total contenido-forma.¹

Adoptar una solución de administración de contenidos no es trabajo de pocos días. Es todo un proceso investigativo, que requiere entre muchas otras cosas un análisis exhaustivo de las condiciones específicas de cada organización. Como en otras tecnologías, el manejo de los contenidos web no siempre admite la misma solución. Lo que constituye una solución ideal para una entidad no tiene por qué funcionar para otra, incluso ni en la misma entidad con una situación diferente. Las empresas deben estar conscientes de que este es un proceso delicado. Seleccionar una solución errónea, que no se ajuste a sus requerimientos, lejos de ayudar, puede provocar un caos total, hacer que disminuya la productividad tanto de los proveedores de la información como de los especialistas IT, que nunca estén en correspondencia los cambios reales con los cambios de los contenidos en el sitio. Por el contrario, el ahorro de tiempo y dinero, el mejoramiento de la comunicación y de las relaciones de negocios, no solo con los clientes y visitantes, sino también con los proveedores y entre los propios empleados y la existencia de la flexibilidad y escalabilidad necesarias para ajustarse a los cambios futuros, son solo algunos de los beneficios que trae la adopción de una solución correcta.

Es por todo ello que se plantea, por muchos especialistas, la necesidad de tomarse un tiempo en la selección de la o las soluciones a implementar. La idea es: "busque su propia solución pero invierta el tiempo en encontrarla, no en recuperarse de una decisión precipitada".²

Aunque las soluciones no son comunes para todos, sí lo son los aspectos a tener en cuenta para llegar a ellas. Lo primero es realizar un análisis de la situación actual y determinar los requerimientos del sitio en cuanto a objetivos que se persiguen volúmenes y tipo de información a publicar, distribución física de los proveedores de información, equipamiento con que cuentan y herramientas que utilizan, calificación y experiencia del personal de web; en fin, todos los requisitos que deberá tener la solución a adoptar. Una vez terminado este análisis se sabrán las características que debe tener la solución a buscar, la que debe satisfacer, como mínimo, los requerimientos de mayor prioridad.

Es recomendable que la búsqueda de la solución comience por las existentes en el mercado,^{3,4} lo que no implica que la implementación de una solución propia sea una decisión errónea. Es perfectamente posible que las peculiaridades de una entidad no se satisfagan con ninguna de las soluciones que estén a alcance, y si dicha entidad cuenta con las condiciones técnicas podrá lanzarse a una implementación propia, siempre que la relación costo-beneficio sea positiva.

Un aspecto importante que debe tenerse bien claro es que una vez implantada la solución de administración de contenido el personal se divide en dos grandes grupos: el **equipo web** y los **proveedores de contenido**.

El equipo web está formado por los especialistas informáticos administradores de red y otros especialistas web encargados de garantizar la infraestructura tecnológica del sitio. Mientras que el grupo de proveedores de contenido está compuesto por el personal que genera y aprueba la información, y que deberá actualizarla directamente en el sitio sin mediación del equipo web.

Pero, ¿cómo saber si es o no adecuada una solución de administración de contenido? Para que una solución sea candidata debe cumplir primeramente con gran parte de los requerimientos del sitio determinados en el análisis de la situación actual, y en segundo, lugar -y no por ello menos importante- existen tres aspectos generales que no se pueden olvidar:

1. Simplificar el proceso de actualización de contenidos.

Lo que significa:

- Distribuir la autoría. La solución debe permitir el aprovechamiento de las capacidades de actualización con que cuenta la organización.

- Brindar a los proveedores de información, herramientas e interfaces sencillas de utilizar.

- Simplificar tanto como sea posible la aprobación de los contenidos. En muchos casos se propone la formación de áreas de autonomía que podrán aprobar por sí mismas los contenidos siempre que se asegure la confiabilidad y credibilidad de los mismos.

- Eliminación de cuellos de botellas. Los autores no deben depender del personal de web para actualizar sus contenidos en ninguna etapa del flujo informativo.

- Automatizar la publicación y eliminación de contenidos atendiendo a la fecha y hora en que deben salir al aire y a la fecha / hora de su caducidad, garantizando que el proceso se realice sin necesidad de presencia física del personal.

2. Mantener separados el contenido de las formas de presentación.

Podría decirse que este aspecto es imprescindible en cualquier solución de administración de contenidos. La separación del contenido y su forma de presentación garantiza, entre otras cosas, a uniformidad del sitio a pesar de la variedad de personas que actualizarán la información, y la fácil adaptación a los cambios constantes de necesidades.

Para lograr esta independencia es necesario:

- Concentrar el diseño, o sea, mantener centralizados los conceptos generales de diseño gráfico del sitio, así como la autoridad para cambiarlos.

- Utilizar plantillas predefinidas en la actualización de contenidos como otra forma de garantizar la coherencia en el diseño y en la presentación de la información.

- Almacenar los contenidos en formatos que garanticen la visualización de los contenidos en diferentes dispositivos.

- Utilizar una base de datos compartida, que unifique el almacenamiento de la información: contenidos, aplicaciones, plantillas, formas de presentación, permitiendo la reutilización de los recursos.

3. Brindar mecanismos para un control de acceso adecuado.

Para que el proceso sea completo una solución de administración de contenido debe garantizar diferentes niveles de acceso de los usuarios, tanto para los autores como para los visitantes.

Un riesgo que se corre con esto de diversificar las capacidades de actualización es la sobreescritura y pérdida de información. Es muy conveniente evitar la navegación por los archivos físicos. Ningún usuario, ni siquiera el webmaster, debe tener acceso a los contenidos directamente, sino a través de interfaces que sean las que operen con los mismos.

Existen otras muchas posibilidades que pueden brindar las soluciones de administración de contenido, y que serán más o menos importantes en la medida que cada problema específico requiera de ellas.

Entre ellas se encuentran:

- Permitir el control de versiones y los análisis retrospectivos.
- Generación de los informes para los administradores generales del sitio.

- Recordatorio de tareas pendientes

- Personalización a clientes

Para llegar a la definición final de cuál solución adoptar, es imprescindible un análisis costo-beneficio, en el que debe valorarse:

- Cantidad de personas que forman el equipo web y su capacitación.

- Necesidades de capacitación del personal proveedor de información en las nuevas herramientas a utilizar.

- Necesidad de desviar recursos humanos para el mantenimiento de los contenidos en el sitio actual en lo que se implementa la nueva versión.

- Costo que implicaría la selección de software nuevo: sistema operativo, sistema de bases de datos, herramientas de diseño, herramientas de creación de contenidos, etcétera.

- Recursos técnicos necesarios una vez implantada la solución de administración de contenidos.

CONCLUSIONES

La adopción de una solución de administración de contenidos acorde con las necesidades de cualquier entidad que esté vinculada al comercio electrónico -o trate de sacar partido a las actuales posibilidades de las redes informáticas- garantiza el suministro constante de información actualizada y con ello la credibilidad del sitio web. El uso de este moderno concepto repercute directamente en el aumento de las visitas y el logro de mayores índices de efectividad comunicativa, así como el aumento de las ventas, ya que se logra la confianza de los clientes y el regreso de los visitantes nuevos.

Indicar que otras de las grandes ventajas de la automatización del flujo informativo a través de la solución de administración de contenidos están dadas por la posibilidad que adquieren las empresas de adaptarse rápidamente a los cambios, y de liberar al equipo web para asumir otras tareas técnicas, tales como la implementación de servicios ya sea gratuitos o cobrados, de análisis estadísticos de visitas, informes de tareas pendientes, entre muchas más.

Por último, señalar que la solución de administración de contenidos puede llevar al logro de la máxima eficacia del uso de los sitios web, razón dada, indiscutiblemente, por el uso de información relevante y oportuna. ☒

REFERENCIAS

1. **MCCLUSKY-MOORE, NANCY:** *Untangling Web Content Management*, s/f.
2. *Basic Elements and Best Practices for Web Sites*, PricewaterhouseCoopers LLP.
3. <http://www.intel.com/eBusiness/Intel Business Computing>, sitio web de Intel dedicado al comercio electrónico.
4. <http://www.ektron.com/Sitio web de Ektron>, empresa líder en el desarrollo de soluciones para simplificar la dinámica de la administración de contenidos Web.

