

Cómo Migrar De Wodpress.com A WordPress.org Paso A Paso

En mi caso, empecé con un blog **WordPress.com** y tuve que migrar mi **blog** a **WordPress.org**. Ahora mismo, en el caso de tener una intención de desarrollo de una marca propia, incluso sin saber mucho de las tecnicidades de las nuevas tecnologías, aconsejaría desde un principio empezar con **wordpress.org**.

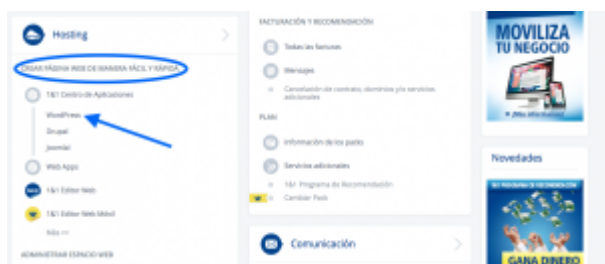
Alojamiento

Como vimos en el post "[WordPress](#)" hay que comprar un alojamiento que ofrezca : **compatibilidad con wordpress.org**, base de datos **Mysql** y lenguaje **PHP** (el coste es aprox. 40€/año).

Características Principales	Español más	100 MB	1 GB	5 GB	10 GB
Integración automática de WordPress	–	–	–	–	–
100 dominios	–	–	–	–	–
Nombre de dominio web	–	–	–	–	–
100 aplicaciones (WordPress, Joomla, Drupal)	–	–	–	–	–
Base de datos MySQL	–	–	–	–	–
PHP	–	–	–	–	–
MySQL	–	–	–	–	–
Base de datos MySQL	–	–	–	–	–

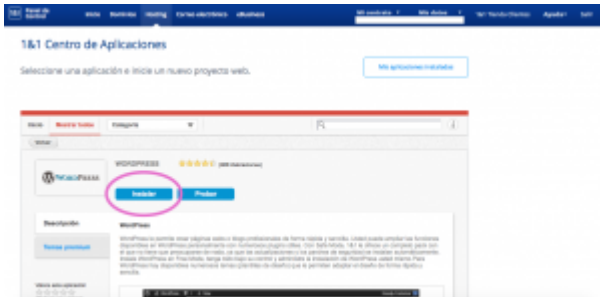
Instalar Wordpress.org desde el alojador

Una vez la cuenta creada en el alojador, vamos a nuestro perfil y buscamos en la sección "**Hosting**", "**Crear página web de manera fácil y rápida**" y le damos clic al botón "**WordPress**" debajo de "**Centro de aplicaciones**".



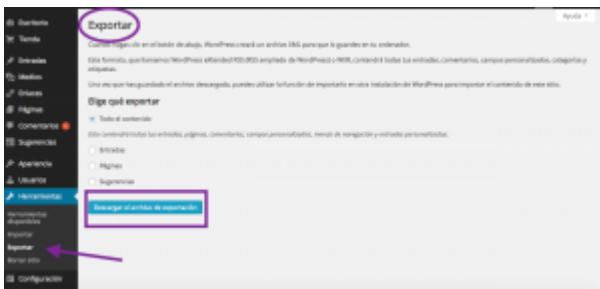
Nos encontramos con la posibilidad de probar o instalar la

aplicación “WordPress”. Le damos clic a **instalar**.



Exportar contenidos de WordPress.com

En la parte administración de tu blog en wordpress.com, a la izquierda en el menú aparecen diferentes botones y uno se denomina “**Herramientas**”. Le das clic a la opción **Exportar**. Entonces en la ventana “Exportar” seleccionas la opción “**Todo el contenido**” y pulsas el botón “**Descargar el archivo de explotación**”.



Importar contenidos a WordPress.org

Siguiendo la misma lógica, vamos al menú a la izquierda, buscamos el botón “**Herramientas**”, damos clic a “**Importar**”, seleccionamos **WordPress** entre todas las opciones propuestas por WordPress que son tantos **gestores de contenidos** desde los cuales la importación es factible. Sale la ventana en la cual vamos a buscar el archivo de exportación previamente guardado, dando clic a “**Seleccionar archivo**”; una vez el archivo esté seleccionado, pulsamos el botón “**Subir e importar**”.

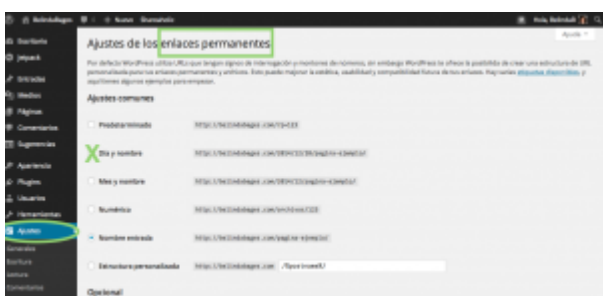


Asignamos el contenido al usuario que es el usuario de referencia en el nuevo blog y le damos clic a la casilla que solicita la descarga y la importación de los archivos adjuntos.

Entonces se habrá añadido todos el contenido generado en WordPress.com, además del típico contenido de inicio en WordPress.org, como el "Hello word" y demás que se podrá eliminar o modificar a gusto.

Las URLs de los posts importados

Averiguamos la url del blog inicial, es decir que escogemos uno de los post publicados en WordPress.com, vemos que aparece el **nombre del dominio + día + el nombre del post**. Entonces para asegurar que la redirección se haga correctamente, vamos al blog de WordPress.org, menú a la izquierda, buscamos los "Ajustes", seleccionamos "enlaces permanentes", y configuramos la URL igual que estaba en WordPress.com, es decir : **nombre del dominio + día + el nombre del post**.



Redirigir del antiguo al nuevo Blog

Este paso es necesario si se ha estado trabajando mucho tiempo en WordPress.com y se ha conseguido un **posicionamiento** bueno gracias a ello. Consiste en pagar wordpress para redirigir el antiguo blog al nuevo.



Se puede recurrir a esta opción de pago **al menos para el primer año**. Insistir en que redirigir la antigua url a la nueva conviene si es que realmente hemos conseguido un buen posicionamiento en **Google**. De no utilizar la redirección, debemos ser conscientes que partiremos desde cero con nuestro nuevo Blog a nivel de posicionamiento. Google entenderá esta nueva dirección como un nuevo blog, no guardará en memoria todo el trabajo realizado con el blog anterior. Si, no se hubiera conseguido mucho con el blog anterior, entonces este último paso es prescindible.

En conclusión, hemos pasado de WordPress.com a WordPress.org pagando un alojamiento (aprox. 40€/año) y en caso de haber recurrido a la redirección, esta migración habrá generado un **coste total de 50€ para un año**. Cuando **WordPress** propone la migración con su producto de pago "transferencia guiada" por unos **130\$**. Parece más interesante seguir el post \square

WordPress.com

Vs

WordPress.org



Como comentaba en el post anterior, titulado : [WordPress](#), una vez estrenado como **bloggero**, entran ganas de hacer más cosas. Muchas veces, estando en **WordPress.com**, hacemos la solicitud de tal tema o tal función y la respuesta suele ser o un coste adicional o que simplemente no está disponible (ni pagando). ¿Entonces por qué lo hemos visto en otros blogs? pues porque están en **wordpress.org**, con temas y plug-ins exclusivamente diseñados para este **CMS**. Entonces es cuando nos planteamos seguir **cómodos** pero **limitados** con wordpress.com o arriesgarnos a entrar en el mundo **más técnico** pero también **más libre** de wordpress.org.

WordPress.com

Es una opción muy pertinente si es que **no tenemos formación en programación y desarrollo de programas en internet** y que queremos expresarnos en el **2.0**, compartir conocimientos e interactuar con otros internautas. Efectivamente, el WordPress.com es como el binomio del bloggero, siendo el primero el desarrollador del otro cuyo papel es la elaboración de contenido. La ventaja de WP.com es que uno no se tiene que preocupar por un **alojamiento**, ni por **instalar plug-ins**. Esta herramienta ofrece las funciones básicas que son la de **editar**,

modificar y compartir contenidos. Si se quiere más pero quedándose en el límite de WP.com, entonces se puede recurrir a los **packs de pago.** En contrapartida, habrá **anuncios en nuestro blog,** sin que podamos decidir ni qué anuncio, ni cuando y sobre los cuales no cobraremos nada. También cabe notar que siempre estaremos **limitados en la personalización** de nuestro blog.

WordPress.org

Si quieres **destacar, personalizar tu blog / marca / empresa** y te interesa aprender sobre lo que representa un blog a nivel más técnico, entonces WordPress.org es una buena opción. Lo primero que hay que hacer para acceder a WordPress.org, es encontrar un **“Hosting”** o alojamiento **compatible con WP,** con **base de datos MySQL** y con **lenguaje PHP integrado.** Desde mi experiencia, [1&1](#) es buena opción por tres razones principales:

- + Ofrecen la **aplicación WordPress.org** en su pack de alojamiento. Antes, había que saber bastante o invertir mucho tiempo en instalar la aplicación wordpress en la web alojada. Ahora, se conecta el alojamiento directamente con la aplicación lo que facilita mucho la instalación.
- + En el pack está incluido el **dominio** (www.tudominio.com en vez de www.tudominio.wordpress.com)
- + El servicio de soporte es eficiente.

A partir de este momento uno dispone de su propia web wordpress, con su base de datos, sus plug-ins, y una gran comunidad susceptible de contestar a las dudas que podamos tener. La cosa se complica, cuando ya tenemos un blog WP.com y que lo queremos pasar a WP.org, esto lo veré en un próximo post.

WordPress



Empezar un Blog

A la hora de crear un Blog, uno tiene que elegir entre los diferentes “**Content Management Systems**” (CMS o sistemas de gestión de contenidos), disponibles en el mercado como : [WordPress](#), [Blogger](#) (CMS de Google), [Pagekit](#), [Joomla](#), entre otros. La duda se suele plantear entre los dos primeros, es decir WordPress o Blogger, sobretodo porque lo que interesa es la **visibilidad** y el **posicionamiento** del Blog en **motores de búsqueda** como **Google** (que es el más utilizado). Como bien se sabe Google **favorece los usuarios de sus aplicaciones**, en el momento de proponer y ordenar resultados de búsqueda. Por lo que la duda es totalmente legítima. A esto WordPress responde con un **SEO fuerte** y **plug-ins SEO** en el caso de utilizar **WordPress.org**.

WordPress.com

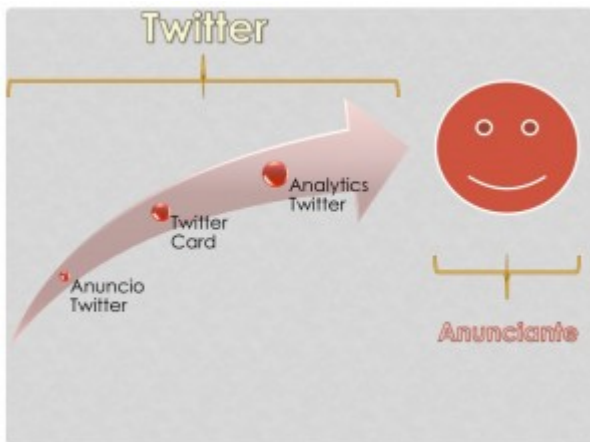
Al ser principiante, te decantas por WordPress.com. ¿Por qué?. Pues simplemente porque este CMS, es **intuitivo**, y **resuelve casi todas las cuestiones técnicas y tecnológicas**. Efectivamente, la gran mayoría de **Bloggeros** no son ni **desarrolladores**, ni **programadores**, ni entienden de lenguaje

HTML, y otros muchos, que hacen posible la presencia en internet. La propuesta WordPress funciona porque justamente se encarga de todas estas gestiones y **deja al usuario centrarse únicamente en su contenido**. Para empezar un Blog con WordPress.com, lo único que tienes que hacer es **registrarte**, elegir una **url** (que en la versión gratuita se presentará como `www.tudominio.wordpress.com`), luego elegir entre los **temas** disponibles y ya sale tu **Blog publicado**, sólo espera a que le añadas los contenidos que desees. Ahora bien, como todo principiante, vamos aprendiendo hasta que vamos entendiendo más y el WordPress.com nos queda limitado. Entonces valoramos la versión **Premium** (de pago) de WordPress.com o cambiarnos a **WordPress.org** (en la que el único coste es el **alojamiento** y ya que estas el nombre de tu **dominio propio**).

WordPress.com Premium o WordPress.org

[WordPress.com Premium](#) ofrece **diferentes tarifas** en función de lo que se necesite; se puede pagar por: un **dominio propio** (para que aparezca como `www.tudominio.com` y no `www.tu dominio.wordpress.com`), un **tema en concreto** (que no este entre los gratuitos), un **pack completo** con **más memoria**, ayuda directa en **soporte técnico** y también la posibilidad de instalar **e-commerce** (todas las tarifas están en el enlace de WP Premium). La otra opción es WordPress.org que sólo necesita un [alojamiento](#) (aprox. unos 5€/mes) compatible con WordPress.org, con **base de datos MySQL** y **lenguaje PHP**. Como ya se sospecha, harán falta unas cuantas horas para empezar a sentirse cómodo con el WordPress.org. Cuanto más lo utilizamos, más a gusto nos sentiremos porque más libres estaremos (más temas, más plug-ins, y una gran comunidad que da respuestas a las preguntas que hagamos y en un plazo corto.)

Twitter Y Tu Marca / Blog / Empresa



Desde su creación en 2006 **Twitter** se ha convertido en una **red social** inmensa, y casi imprescindible para promocionar el **Blog** o la **marca** de cada uno. En este post destaco lo que creo importante para llevar a cabo la **estrategia** ganadora, que lleva al alcance de **objetivos** diversos como pueden ser : Mejor **notoriedad**, gestionar **reputación**, aumentar **tráfico** y hasta aumentar **ventas**.

Visibilidad de la cuenta : obviamente cuanto más **seguidores**, más **retweets** en twitter, mejor se llevará la empresa. ¿Cómo se hace eso? Twitter nos lo pone muy fácil con las **herramientas** que va creando tanto para el usuario, como para el **anunciante**.

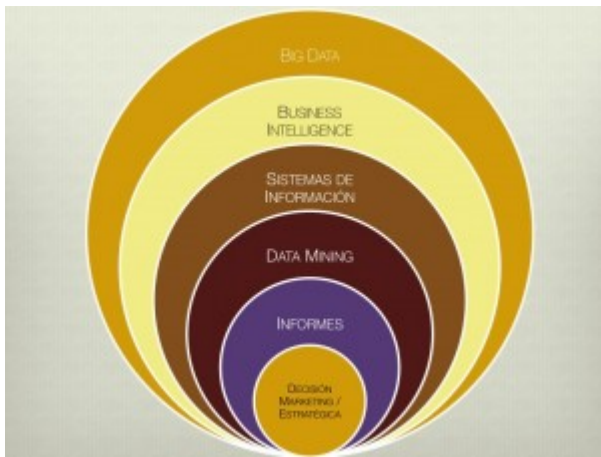
+ **Analytics (gratuito)** : nos proporciona **medidas** como las **impresiones** (que son las veces que se enseñan nuestros tweets a los demás usuarios), las **interacciones** (que son las respuestas que damos cuando un usuario reacciona con respecto a nuestra cuenta), y por supuesto los **clics**, **retweets** y **favoritos** que se consiguen cada día. Son medidas muy interesantes a la hora de descubrir los temas de interés sobre nuestras publicaciones y es un punto a tomar en cuenta en la estrategia empresarial.

+ **Twitter card (gratuito, aunque me costó lo mío**

configurarla) : resulta que son tarjetas de diferentes formatos entre los que puede elegir el anunciante y permiten **sobrepasar** las limitaciones de twitter que son **los 140 caracteres** y el formato **audiovisual**. Prácticamente un **anuncio gratuito** de su Blog para cada publicaciones que vaya a hacer, porque contiene **texto** y **fotos** cuyas dimensiones se configuran a medida (casi). Por último con las twitter card, es importante notar que hacen los **tweets más atractivos**, dado que numerosos **estudios** demuestran que el usuario le da clic más fácilmente a las publicaciones con fotos y con vídeo.

+ Anuncios (de pago) : en el momento de configurar la **campaña**, twitter **automatiza y acompaña mucho al anunciante principiante**; sin embargo **deja libertad a los más expertos** para diseñar su propia campaña. El principiante irá orientado en la elaboración de la campaña dado que desde el segundo paso de parametrage, se detallan los diferentes objetivos que se quiere alcanzar como : aumentar **interacciones**, generar más **clics**, más **conversiones**, instalar la **aplicación móvil** de la **marca**, aumentar **seguidores**, **clientes potenciales** y **base de datos**.

Sistemas De Información Y Business Intelligence



Como es costumbre, para recurrir e **implementar** un sistema de información se requiere realizar un **estudio** de los siguientes puntos: **necesidades** de la **empresa**, **beneficios** que se quiere conseguir a través del sistema de información, **formar** a los empleados para que utilicen el sistema idóneamente. En los siguientes puntos, se seleccionan y explican algunos de los sistemas de información del BI.

Base de Datos

Para elaborar bases de datos completas y en adecuación con las necesidades de la empresa, se utiliza un **programa** capaz de **cumular** un gran volumen de información, **categorizarla**, sacar **gráficos**, todo ello con **rapidez** de ejecución. **MySQL** o **SAP DataBase**, son los adecuados y cumplen con los puntos anteriores.

ETL (Extraction, Transformation, Load)

Básicamente consiste en **extraer datos** de varias **fuentes** tanto **externas** como **internas** para **cargarlos** en el **almacén** de información. En este caso, algunos programas que permiten el ETL establecen **gráficos**, sin embargo no los proporcionan. El usuario / la empresa debe entonces, entender el **lenguaje técnico** del programa para obtener la información deseada.

Data Warehouse

Se trata del sistema de información más completo dado que

realiza las siguientes fases : **extracción** la información desde varias fuentes de datos; **selección, segmentación y organización** de la información; **almacenamiento** para consultas posteriores. Cabe destacar que este sistema de información necesita un **equipo de soporte y mantenimiento competente** dado que toda la información queda almacenada en una estructura (un servidor) instalada generalmente en la misma empresa.

OLAP

Especialmente apreciado por los profesionales de **Marketing** el (OnLine Analytical Processing) o **Proceso Analítico en Línea**, permite el análisis según varias fases en **preguntas multidimensionales**. Es decir que obtiene **varias respuestas en varios sectores** distintos. Por lo que es un sistema **veloz** con el que se resuelven **temas complejos a corto plazo**. El **ROLAP** almacena datos de tipo **relacionales**, en el caso del **MOLAP** son **multidimensionales** y finalmente el **HOLAP** es una **fusión** de los dos anteriores.