



Gestión Multisite:

5 Mejores Prácticas para el Éxito

Introducción

Hay muchas razones por las que tu organización puede necesitar gestionar varios sitios web, por ejemplo, para dar soporte a distintas líneas de productos, comunicarse con clientes de distintos países o llevar a cabo campañas o iniciativas concretas. O puede que se hayan adquirido otras empresas o se opere a través de franquicias, redes de distribuidores o modelos B2B2C que requieran varios sitios. Sea cual sea el motivo, sin una estrategia bien definida y la tecnología adecuada, la gestión de esta compleja red de sitios puede resultar muy complicada.

Esto se debe a que todas las cosas que debes tener en cuenta para gestionar un sitio, como garantizar la coherencia de la marca, proporcionar localización, realizar un seguimiento de las métricas y hacer que los sitios sean accesibles a través de diferentes dispositivos y canales, se complican exponencialmente cuando gestionas varios sitios.

Simplifica tu entorno multisite con una DXP

Las herramientas como los creadores de sitios, los sistemas de gestión de contenidos, las consolas de administración, los plugings de traducción, los análisis y las herramientas de solución de incidencias, pueden ayudar en la gestión de múltiples sitios. Una Plataforma de Experiencia Digital (DXP), sin embargo, proporciona y consolida todas las funcionalidades que tienen estas herramientas y muchas más en una sola interfaz.

Una DXP es una plataforma que puede ofrecer capacidades nativas para la creación de sitios, la gestión de contenidos y una amplia variedad de otras funciones dentro de una arquitectura modular, por lo que puedes intercambiar otras tecnologías según sea necesario.

Esta guía te mostrará cómo una DXP puede ayudarte a controlar la gestión multisite a través de cinco buenas prácticas:

01. Lanzar nuevos sitios rápidamente y realizar cambios en todos de forma eficaz

02. Proporcionar coherencia en todos los sitios y canales

03. Acelerar la localización de sitios

04. Centralizar la gestión del sitio para facilitar la administración

05. Externalizar el hosting y las operaciones web

Estas cinco mejores prácticas pueden permitirte desplegar una estrategia multisite cohesionada y de éxito.

1. Lanza nuevos sitios rápidamente y realiza cambios en todos ellos con eficacia

El lanzamiento de nuevos sitios y la introducción de cambios no deberían ser un proceso complejo, sitio por sitio. Sin embargo, según un reciente artículo de Forbes, la creación de un sitio web puede llevar entre 10 y 14 semanas. Una DXP sólida debería permitirte crear rápidamente nuevos sitios utilizando plantillas existentes o incluso clonando sitios enteros, lo que reduciría significativamente el tiempo de desarrollo. Y si el modelo de negocio de tu organización requiere la creación y el mantenimiento constante de varios sitios, tu plataforma debe admitir estructuras de sitios jerárquicas para que puedas gestionar y controlar las actualizaciones de forma eficaz.

Busca una plataforma que te permita:

Utilizar plantillas para lanzar nuevos sitios rápidamente

Las plantillas ofrecen un diseño prediseñado con opciones de personalización predefinidas. Perfectas para sitios de campañas, eventos o blogs, las plantillas permiten a los creadores de contenidos añadir contenido al sitio sin preocuparse de cómo deben formatearse las páginas o dónde deben colocarse los banners y los artículos. Algunas DXP permiten aplicar plantillas a un grupo de sitios, lo que facilita las actualizaciones futuras. Por ejemplo, si has aplicado una plantilla a un grupo de sitios, cualquier cambio que realices en la plantilla puede aplicarse a todos tus sitios automáticamente.

Clonar y personalizar

La clonación de sitios es la mejor opción cuando se busca replicar el diseño y la funcionalidad de un sitio web existente casi por completo, ahorrando tiempo y esfuerzo en la construcción desde cero, lo que resulta útil si vas a crear varios sitios similares con pequeñas variaciones. La clonación de sitios es una buena opción para duplicar





un microsite, un sitio online de productos o uno de marca, ya que la clonación te ofrece la posibilidad de configurar el diseño, la navegación y la estructura rápidamente y, a continuación, personalizar el sitio con nuevos gráficos e información según sea necesario.

Introducir cambios automáticamente en todas las webs mediante jerarquías de sitios

Las jerarquías de sitios te ofrecen un control centralizado de la marca y los contenidos principales a nivel corporativo, al tiempo que permiten a los franquiciados o agentes locales gestionar los elementos de sus sitios que son más concretos de cada región. Por ejemplo, los grandes bancos, minoristas, aseguradoras, inmobiliarias y otras organizaciones suelen tener un sitio corporativo y decenas o cientos de sitios locales para atender así mejor a sus clientes.

Con las jerarquías de sitios, puedes realizar cambios de marca y contenido en el sitio principal (corporativo) y enviar automáticamente las actualizaciones pertinentes a todos los sitios secundarios (locales). También puedes dar permiso a los propietarios de los sitios locales para que actualicen el contenido de las secciones o páginas designadas, como una página de información local o de contacto.

2. Proporcionar coherencia en todos los sitios y canales

Mantener la coherencia de la marca en varios sitios web y canales puede ser un reto, pero el esfuerzo merece la pena. Un estudio de Forbes muestra que una presentación coherente de marca en todas las plataformas puede aumentar las ventas en hasta un 23%. Este aumento de los ingresos demuestra la relación entre cómo ven los clientes tu marca y el valor de la misma.¹

Afortunadamente, una DXP flexible puede ayudar a tus equipos de marketing a crear sitios web que se ajusten a las directrices de la marca y, al mismo tiempo, agilizar tus esfuerzos de creación y entrega de contenidos al proporcionar un CMS híbrido multisite headless. La gestión de contenidos headless separa el contenido de los elementos de diseño para que el contenido aprobado y acorde con la marca pueda mostrarse en diferentes canales mediante APIs headless. Además, las funciones nativas de creación de sitios ofrecen características importantes para garantizar que las directrices de la marca se apliquen de forma coherente en las páginas del sitio web.

¹ Crear reconocimiento de marca a través del contenido y las herramientas de BI

Entre las principales características que se deben buscar en un CMS híbrido se incluyen:

Plantillas

Las plantillas permiten a tus equipos definir exactamente cómo debe mostrarse el contenido al público en tu sitio. Puedes especificar qué elementos, como encabezados, gráficos, texto y banners, deben aparecer en una página y dónde deben aparecer. Deberías poder aplicar plantillas a todo tu sitio o a una colección de contenidos similares, como artículos, comunicados de prensa, entradas de blog y páginas de productos. El uso de plantillas no sólo acelera la creación de sitios web, sino que también ayuda a reforzar la coherencia de marca y reduce el riesgo de incoherencias en el diseño.

Guías de estilo

Para reforzar aún más la coherencia de marca, aplica guías de estilo complejas. Estas guías deben esbozar directrices concretas para todos los elementos visuales, incluida la tipografía, las paletas de colores, las imágenes y el espaciado. Aunque tu CMS puede proporcionarte algunas guías de estilo para empezar, también deberías dar a tus diseñadores web la posibilidad de introducir tu propio CSS y crear tus propias guías de estilo. Estas pueden ayudar a tus equipos a mantener un aspecto coherente en todos los sitios web, independientemente de su finalidad o público.





Componentes reutilizables

Crea componentes reutilizables para encabezados, pies de página, barras de navegación, botones y mucho más para estandarizar elementos y acelerar la creación de páginas. Al utilizar estos componentes prediseñados, también ayudas a garantizar que todos tus sitios web se ajustan a los mismos estándares visuales, lo que se traduce en una experiencia de marca unificada y profesional para los usuarios.

Biblioteca Digital

Del mismo modo que los componentes pueden utilizarse en diferentes sitios, las bibliotecas de activos digitales pueden compartirse entre sitios para que todos ellos utilicen las mismas imágenes, vídeos, documentos y otro tipo de contenidos. También puedes utilizar estas bibliotecas para agrupar y organizar contenidos para distintos departamentos, equipos o proyectos y campañas individuales que requieran una colección concreta de activos aprobados.

Headless Delivery

Si es importante que el contenido de tu sitio web aprobado y acorde con la marca esté disponible en diferentes dispositivos y canales, necesitas un entorno de publicación que admita el delivery headless. Las APIs headless permiten a los desarrolladores de front-end crear y ofrecer experiencias de usuario más ricas, rápidas y con mayor capacidad de respuesta en torno a tu contenido con tu tecnología preferida (por ejemplo, React, Angular, Vue o la que sea más popular el día de mañana). Estas experiencias digitales incluyen móviles, aplicaciones, chatbots, wearables y dispositivos IoT/inteligentes.

3. Acelerar la localización de sitios

A medida que intentas hacer crecer o reforzar tu negocio en mercados internacionales y multilingües, la necesidad de conectar con los clientes en su idioma se convierte en algo fundamental. De hecho, el 76% de los compradores digitales prefieren comprar productos en sitios web en su idioma, y el 40% nunca compraría en sitios que no estén en su idioma.²

Facilita la localización de sitios utilizando tecnología que ofrezca las funciones nativas de creación de sitios múltiples, gestión de contenidos y traducción que necesitas para crear y dar soporte a varios sitios web en distintos idiomas.

Si quieres ser eficaz en mercados internacionales, ten en cuenta las siguientes características:

Edición de contenidos multilingües

Los editores pueden alternar entre distintos idiomas dentro de la interfaz del CMS para editar y revisar contenidos en varios idiomas simultáneamente.

Traducción asistida por IA

Con la traducción asistida por IA integrada, los equipos de contenidos pueden generar traducciones para varios idiomas con un solo clic, lo que puede servir como punto de partida para iniciar un proyecto de traducción.

Workflows de traducción

Muchos DXPs se integran con sistemas externos de gestión de la traducción (TMS), lo que permite a los usuarios enviar contenidos directamente para su traducción, recibir versiones traducidas y gestionar el proceso de revisión dentro del sistema de gestión de contenidos del DXP.



² El 76 % de los compradores online prefiere comprar productos en sitios web en su idioma



Configuraciones regionales

Un CMS puede ajustar automáticamente la fecha, la hora, la divisa y otros elementos específicos de la localización en función del idioma seleccionado por el usuario.

Gestión de URL

Gestiona y configura diferentes URL para los idiomas que necesites. Configura URL amigables para que los clientes puedan recordarlas fácilmente y para que los motores de búsqueda y otras herramientas rastreen tu sitio.

4. Centraliza la gestión del sitio para facilitar la administración

Gestionar muchos sitios web puede suponer un reto importante. Tanto si tienes varios sitios corporativos, blogs o sitios de campañas, hacer un seguimiento de los distintos dominios, sistemas de gestión de contenidos y plataformas de hosting es un proceso difícil que puede convertirse rápidamente en un desafío. Al consolidar todos tus sitios en una única plataforma, un DXP puede ayudarte a agilizar la gestión de sitios, especialmente cuando se implementa en la nube.

A través de una interfaz central, puedes acceder a todos tus sitios mediante un único inicio de sesión, lo que te permite alternar fácilmente entre los distintos sitios y realizar importantes funciones administrativas en un solo lugar.

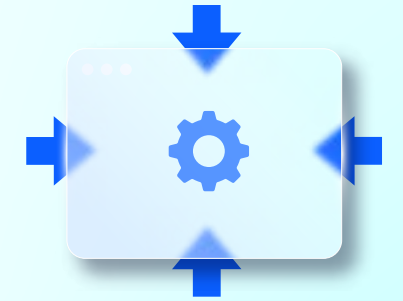
Este control simplifica la administración del sitio y ofrece una plataforma completa para que puedas:

Configurar funciones y permisos

Los elementos clave de un sistema de funciones y permisos debe incluir:

- **Diferentes tipos de roles**, como administrador del sitio, editor de contenidos, colaborador y roles personalizados, con la posibilidad de asignar diferentes permisos a cada rol.
- **Permisos granulares sobre acciones de contenido**, como especificar quién tiene derecho a crear, revisar, editar, eliminar o publicar.
- **Opciones de permisos de grupo** para asignar permisos entre equipos o departamentos.
- **Visibilidad** clara de quién tiene acceso a la plataforma.
- **Permisos a nivel de contenido individual** para garantizar que sólo los usuarios autorizados puedan realizar las acciones asignadas en activos específicos de tu sitio.

Además de todo lo anterior, tu DXP también debe ser capaz de sincronizar y verificar usuarios a través de LDAP, SCIM, SAML 2.0 u OpenID Connect.





Proporcionar métricas del sitio web

Los DXP facilitan la búsqueda de métricas de rendimiento clave en un solo lugar y las hacen accesibles a las partes interesadas que puedan ver dónde se necesitan mejoras. Mientras que algunos DXP se integran con proveedores tipo Google Analytics y Semrush, otros DXP también proporcionan sus propios paneles de análisis, poniendo a disposición datos útiles como los siguientes:

- **Métricas de comportamiento.** El análisis de tráfico y rutas proporciona información sobre los patrones de navegación y muestra dónde se atascan los clientes.
- **Métricas del sitio.** Las páginas vistas, las páginas más visitadas, los términos e intereses de búsqueda y los visitantes por día pueden ayudar a informar qué páginas son más críticas y cuáles deben actualizarse con mayor regularidad.
- **Métricas de activos.** El número de descargas y los niveles de engagement de los diferentes activos, incluidos los archivos descargados, proporcionan información sobre qué contenidos encuentran los clientes más útiles y qué activos deben priorizarse.



Monitorizar el rendimiento del sitio

Cuando tienes un problema con tu sitio, necesitas herramientas para diagnosticar y resolver problemas técnicos rápidamente. Tu entorno de hosting puede proporcionarte herramientas de monitorización cloud del rendimiento del sitio web que pueden ayudar a tus equipos de administración y desarrollo a realizar un seguimiento de las actividades del proyecto, configurar los servicios y resolver problemas técnicos. Estas herramientas pueden incluir:

- **Métricas de aplicación** que pueden realizar un seguimiento de la memoria de la aplicación, el uso de la CPU y la transferencia de datos de red.
- **Alertas en tiempo real** que notifican a los administradores eventos inesperados, como un consumo de memoria superior al normal y problemas de conexión a la base de datos.
- **Registros del entorno**, que pueden ayudar a diagnosticar y resolver problemas técnicos mediante el registro de información de tiempo de ejecución, orquestación y desarrollo.
- **Shell Access** que permite ver el interior de las aplicaciones y los detalles que no se detectan fácilmente en los registros.

5. Externalizar el hosting y las operaciones web

Cuando gestionas y alojas tus propios sitios web, eres el único responsable de cosas como la gestión de tu software DXP o CMS y las actualizaciones de seguridad, el mantenimiento del servidor y otras tareas críticas que afectan al tiempo de actividad de tu sitio. Si tus recursos de TI son limitados, la externalización de estas responsabilidades a un proveedor cloud te permite centrarte en el crecimiento de tu negocio en lugar de gestionar, alojar y escalar tu aplicación web e infraestructura por ti mismo.

Estas son algunas de las operaciones clave de hosting y web que el partner adecuado puede proporcionarte:

Actualizaciones de aplicaciones web

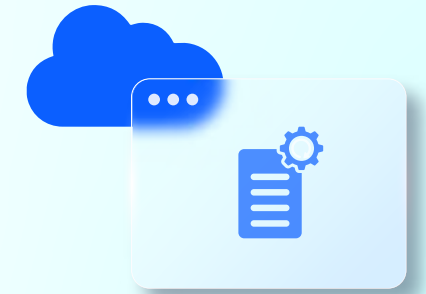
Las actualizaciones periódicas de tu DXP, las correcciones o las actualizaciones garantizan que tu software de aplicación web funcione sin problemas y que tu equipo tenga acceso a todas las funciones más recientes que mejoran la productividad.

Mantenimiento de infraestructuras de servidor

Tu proveedor puede garantizar que tus servidores tengan suficiente capacidad de procesamiento y memoria para todos tus sitios web. El proveedor también puede gestionar las actualizaciones de tu base de datos, servidor web y búsqueda, y optimizar diversos aspectos del rendimiento.

Medidas de seguridad

Los análisis de seguridad y las actualizaciones periódicas identifican y parchean rápidamente las vulnerabilidades. Las medidas de seguridad también pueden proporcionar prevención DDoS para frenar a los ciberdelincuentes. Además, las opciones de autorreparación, alta disponibilidad y recuperación automatizada ante desastres pueden hacer que tu entorno sea aún más fiable y resistente.





Autoescalado

Tu entorno hosting puede escalar automáticamente los recursos del servidor en función de las demandas de éste, lo que permite que tu sitio siga funcionando sin problemas incluso cuando se produce un aumento repentino del tráfico.

Backup y recuperación

Los procedimientos de backup comprobados periódicamente y las copias de seguridad automatizadas garantizan la recuperación de los datos en caso de emergencia.

Supervisión y alerta del tiempo de actividad

La supervisión en tiempo real del rendimiento del servidor y la disponibilidad del sitio web, junto con las alertas automáticas, avisan a los administradores de posibles problemas.

Cómo puede ayudar un DXP adecuado

Gestionar varios sitios web ya no tiene por qué ser una tarea difícil o que consuma mucho tiempo. Con una potente Plataforma de Experiencia Digital como Liferay DXP, puedes agilizar y ejecutar una estrategia multisite de éxito.

Aprovecha el CMS híbrido y multisite de Liferay DXP para crear rápidamente nuevos sitios, realizar actualizaciones en varios sitios y garantizar que tus activos digitales mantienen una identidad de marca coherente independientemente del dispositivo o canal. Además, utiliza el sistema de permisos integrado de Liferay DXP, los informes analíticos y las herramientas de rendimiento para simplificar las tareas diarias.

Por último, despliega tus sitios de la forma que necesites con los modelos de despliegue SaaS y PaaS que pueden descargar parte o la totalidad de tus operaciones hosting y web a nuestros expertos en cloud.

Sin embargo, dominar la gestión multisite podría ser sólo uno de tus objetivos. Descubre cómo un DXP también puede ayudarte a mejorar la agilidad, aumentar la seguridad y permitir el autoservicio o el commerce en tus sitios web.

[Descargue nuestro ebook ahora](#)



AGIA acelera la comercialización de los sitios web de más de 300 clientes

Antes de renovar sus sitios, AGIA disponía de una plataforma básica basada en SaaS para crear y gestionar sus sitios web. La plataforma era difícil de usar sin soporte de TI y dificultaba el lanzamiento rápido de nuevos sitios o funciones. Al sustituir su plataforma por la DXP de Liferay, AGIA no sólo terminó el despliegue de más de 300 sitios web en sólo 9 meses, sino que también redujo el tiempo necesario para crear sitios web nuevos y personalizados de semanas a días.

[Descubre cómo lo consiguieron aquí.](#)



Liferay ayuda a las organizaciones a hacer frente a su futuro mediante la creación y gestión de soluciones escalables sobre la flexible Plataforma de Experiencias Digitales (DXP) de Liferay. Miles de empresas en todo el mundo en múltiples sectores confían en la plataforma de experiencia digital (DXP) y open-source de Liferay que permite el desarrollo de páginas web corporativas y de e-commerce, portales de clientes, intranets, entre otros. Descubre cómo podemos utilizar la tecnología para cambiar el mundo juntos en liferay.com/es

© 2025 Liferay, Inc. Todos los derechos reservados.