

Google Search Appliance

Guía sobre la experiencia de usuario

Agosto de 2014



Guía sobre la experiencia de usuario

Este documento es una guía para crear la experiencia de usuario para Google Search Appliance. El éxito de una implementación depende no solo de la amplitud y profundidad del sistema de búsqueda, sino también de lo satisfactorio y eficaz que sea la experiencia de búsqueda para los usuarios. El objetivo de esta guía es explicar todo lo que se puede hacer para mejorar la satisfacción del usuario y aumentar el uso de la solución de búsqueda.

Acerca de este documento

La información y recomendaciones que se exponen en este documento se recopilieron gracias al trabajo que realizamos con distintos clientes y entornos del sector. Nos gustaría agradecer a nuestros clientes y partners que hayan compartido sus experiencias y puntos de vista con nosotros.

Temas tratados	En este documento se explica qué herramientas mejoran la experiencia de búsqueda, como elegir el método de presentación adecuado y habilitar distintas funciones de GSA para mejorar la experiencia del usuario
Público objetivo principal	Administradores de GSA inexpertos y también con experiencia, así como desarrolladores y diseñadores web que colaboren en la interfaz de usuario y en la experiencia de búsqueda
Entorno de TI	Google Search Appliance
Fases de la implementación	Configuración inicial y posterior de la experiencia de usuario de GSA
Otros recursos	<ul style="list-style-type: none">• En Crear la experiencia de búsqueda encontrará información sobre cómo usar las funciones de Google Search Appliance para crear la experiencia de búsqueda para los usuarios finales• Learngsa.com proporciona recursos formativos sobre GSA• En la documentación de producto de GSA se ofrece toda la información sobre la solución• El Portal de asistencia de Google for Work proporciona acceso a la asistencia de Google• En el Centro de ayuda de GSA encontrará una gran variedad de recursos sobre GSA

Índice

[Acerca de este documento](#)

[Capítulo 1 Métodos de presentación](#)

[Descripción general](#)

[Capa de presentación de Google Search Appliance](#)

[Capa de presentación de la aplicación](#)

[Capítulo 2 Conceptos básicos y uso de interfaces](#)

[Descripción general](#)

[Presentación/diseño](#)

[Filtrado y mejora del contenido](#)

[Resumen: ¿Qué método de presentación debería usar?](#)

[proxystylesheet y parámetros de cliente](#)

[Capítulo 3 Usar las funciones de mejora](#)

[Descripción general](#)

[Lista de funciones](#)

[Consideraciones clave](#)

[Capítulo 4 Usar colecciones e interfaces para gestionar la experiencia de usuario](#)

[Descripción general](#)

[Decidir el contenido de la colección](#)

[Agrupar colecciones e interfaces](#)

[Capítulo 5 Experiencia de usuario con la búsqueda pública y la búsqueda segura](#)

[Descripción general](#)

[Búsqueda pública](#)

[Búsqueda segura](#)

[Diferencias entre la experiencia de búsqueda pública y segura](#)

[Capítulo 6 Mejorar la experiencia de usuario mediante informes](#)

[Descripción general](#)

[Tipos de informes de búsqueda](#)

[Tiempo de retención del informe de búsqueda](#)

[Informes de búsqueda avanzados](#)

[Casos en los que se usan los informes de búsqueda avanzados](#)

[Informes de varios dispositivos GSA](#)

[Capítulo 7 Comentarios de los usuarios](#)

[Descripción general](#)

[Comentarios implícitos](#)

[Enlace para enviar comentarios](#)

[Encuesta al usuario](#)

[Encuesta de satisfacción con la búsqueda](#)

[Resumen](#)

[Apéndice: información adicional](#)

[Soluciones técnicas para problemas habituales](#)

[Personalizar interfaces](#)

[Relevancia de los documentos](#)

Capítulo 1 Métodos de presentación

Descripción general

Cuando se envía una consulta de búsqueda a Google Search Appliance (GSA), los resultados se muestran en formato XML sin procesar. Para poder presentar estos resultados XML al usuario final, GSA los analiza, junto con una hoja de estilo XSLT, y se genera una página web HTML.

Una de las primeras decisiones que hay que tomar con respecto a la experiencia de usuario es qué método de presentación se quiere usar. Es decir, en qué plataforma se presentará la interfaz de búsqueda a los usuarios.

Puede proporcionar la experiencia de búsqueda a sus usuarios a través de estos dos métodos destacados:

- [Capa de presentación de Google Search Appliance](#)
 - Directamente en GSA
 - Mediante un marco insertado
- [Capa de presentación de aplicación](#)

La información de este apartado le ayudará a escoger un método adecuado en función de los requisitos técnicos y de los resultados que desee obtener.

Capa de presentación de Google Search Appliance

Google Search Appliance utiliza una hoja de estilo XSLT para la capa de presentación.

Consideraciones clave

Esta capa de presentación integrada tiene varias [ventajas](#), pero también algunas [limitaciones y desventajas](#).

Ventajas

Estas son las ventajas de usar la capa de presentación de GSA:

- La presentación ya viene integrada y se proporciona directamente al usuario. El dispositivo de búsqueda no necesita hardware adicional para gestionar la presentación.
- Las funciones de usuario integradas, como Sugerencias de consulta, Vista previa del documento, Traducción, Resultados de usuario, Búsqueda experta, Agrupación de resultados dinámica, etc., se pueden habilitar y proporcionar a los usuarios en forma de casilla de verificación.
- Se puede proporcionar una experiencia de usuario relativamente sofisticada con transformaciones de declaraciones XSLT personalizando la hoja de estilo directamente.
- La experiencia de búsqueda se puede proporcionar muy rápidamente y aunque se tengan conocimientos mínimos de código XSLT, XML o HTML.
- Mediante los marcos insertados, podrá presentar la interfaz de búsqueda en el contexto de una página web estática distinta.
- Permite simplificar la configuración de la autenticación de la búsqueda segura gracias a que hay menos pasos en el sistema de seguridad.

Limitaciones y desventajas

No obstante, existen limitaciones a la hora de usar la capa de presentación de GSA. Concretamente, las interfaces de usuario muy sofisticadas, interactivas o basadas en JavaScript son más complicadas de presentar. Esto se debe principalmente a la naturaleza del código XSLT y a las restricciones de seguridad que impiden subir contenido al dispositivo de búsqueda.

Estos son los inconvenientes de usar la capa de presentación de GSA:

- No se recomienda para experiencias de usuario muy sofisticadas.
- Todo el lenguaje JavaScript debe insertarse directamente en las páginas HTML de resultados, lo cual que puede reducir la eficacia del navegador.
- Los recursos adicionales, como las hojas de estilo, los archivos JavaScript, las imágenes, etc., se pueden alojar en un servidor aparte y presentarse en navegadores cliente como recursos integrados. Esto mejora la percepción de rendimiento de los usuarios.
- Si el diseño XSLT debe ajustarse a un determinado sitio web, habrá que mantener el código adicional.
- La URL de búsqueda es pública para el usuario final y se puede manipular.

Si desea obtener información sobre cómo usar la capa de presentación de Google Search Appliance, consulte [Crear la experiencia de búsqueda](#).

Capa de presentación de aplicación

Google Search Appliance ofrece resultados de búsqueda, metadatos incluidos, directamente en XML. Este código se puede procesar y mostrar en un servidor de aplicaciones aparte o en un portal.

Consideraciones clave

La capa de presentación de aplicación tiene varias [ventajas](#), pero también algunas [limitaciones y desventajas](#).

Ventajas

Estas son las ventajas de usar la capa de presentación de aplicación:

- La presentación se beneficia de todas las ventajas que ofrece la flexibilidad y la riqueza de los lenguajes de programación modernos como Java, Python, .NET o incluso Flash, para proporcionar una interfaz de usuario extremadamente completa e interactiva.
- Al eliminar el procesamiento de contenido del dispositivo de búsqueda, se eliminan también los procesos que exige el dispositivo de búsqueda.
- Los recursos adicionales, como las hojas de estilo, los archivos JavaScript, las imágenes, etc., se pueden alojar en un servidor aparte y presentarse en navegadores cliente como recursos integrados. Esto mejora la percepción de rendimiento de los usuarios.
- La seguridad se puede gestionar desde la aplicación, que debe determinar qué colecciones e interfaces puede ver un usuario.
- El diseño se puede mantener con plantillas de sitio de alojamiento.

Desventajas

No obstante, estos son los inconvenientes de usar la capa de presentación de aplicación:

- La arquitectura de implementación es más complicada porque se requiere más hardware.
- Es más complicado gestionar la seguridad de los documentos porque las credenciales deben obtenerse en la capa de aplicación y reenviarse al dispositivo de búsqueda.
- La incorporación de algunas funciones clave puede exigir mayor esfuerzo en la interfaz. Por ejemplo, habilitar la función Agrupación de resultados dinámica con la capa de presentación del dispositivo de búsqueda es tan fácil como hacer clic en una casilla de verificación en la Consola del administrador. Habilitar esta función con una capa de presentación de aplicación requiere implementación manual en la aplicación. Por ahora, las funciones que se indican a continuación no están optimizadas para implementarse por separado (a través de un servidor de aplicaciones aparte):
 - Vista previa del documento
 - Resultados de usuario
 - Búsqueda experta
 - Agrupación de resultados dinámica

Si desea obtener información sobre los resultados de búsqueda en XML, consulte [Resultados en XML](#) en [Referencia del protocolo de búsqueda](#).

Capítulo 2 Conceptos básicos y uso de interfaces

Descripción general

La función de Google Search Appliance que permite crear distintas experiencias de búsqueda para los usuarios es la interfaz. Una interfaz es el medio que gestiona la mayoría de los elementos de una sola experiencia de búsqueda.

Según la función, se pueden clasificar en estas dos categorías generales:

- [Presentación/diseño](#)
- [Filtrado y mejora del contenido](#)

Presentación/diseño

Incluye muchas de las funciones que se describen en [Capítulo 3 Usar las funciones de mejora](#). Si utiliza una capa de presentación personalizada, quizá le interese omitir la presentación y el diseño por completo.

Cambiar el diseño de la interfaz puede ser tan sencillo como ajustar la configuración global, como el tipo o el tamaño de fuente, y activar las funciones de presentación mediante la Herramienta de modificación del diseño de página. O puede ser tan sofisticado como personalizar más las hojas de estilo.

El parámetro de búsqueda `proxystylesheet` controla el procesamiento de los resultados de búsqueda. En la tabla siguiente se incluye información detallada sobre `proxystylesheet`.

Parámetro	Valor posible	Descripción
<code>proxystylesheet</code>	omitido	Los resultados se muestran en formato XML.
	nombre de la interfaz	Los resultados se muestran en formato HTML personalizado. La hoja de estilo XSL asociada con la interfaz especificada se utiliza para transformar el resultado.

Ejemplo

```
http://GSA_HOSTNAME/search?site=default_collection&client=default_frontend&ou  
tput=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&proxycustom=%3CHOME/%3E
```

Filtrado y mejora del contenido

En esta categoría también se incluyen muchas de las funciones descritas en [Capítulo 3 Usar las funciones de mejora](#). Estas funciones mejoran significativamente la eficacia de las búsquedas del usuario. Dado que muchas de ellas introducen cambios en el código XML de los resultados, deberían utilizarse independientemente de si la presentación es integrada o si se hace por medio de una capa de presentación aparte, porque por lo general funcionan en el nivel de aplicación.

El parámetro de consulta `client` controla la interfaz que se utiliza para mostrar los resultados de búsqueda. En la tabla siguiente encontrará información detallada sobre el parámetro `client`.

Parámetro	Valor posible	Descripción
client	omitido	Parámetro obligatorio. Si el valor de este parámetro no es válido, los demás parámetros de la cadena de consulta no funcionarán debidamente.
	nombre de la interfaz	<p>Una cadena que indica una interfaz válida y las políticas que se han definido al respecto. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Concordancia de palabra clave ● Consultas relacionadas ● Filtros: habilitar las políticas de Ampliación de consultas y de Personalización de resultados. El contenido se filtra por metadatos, idioma, tipo de documento o dominio. ● Eliminar URL ● Módulos OneBox ● Navegación dinámica <p>Tenga en cuenta que el procesamiento de la interfaz viene determinado por el parámetro <code>proxystylesheet</code>.</p>

Ejemplo

`http://GSA_HOSTNAME/search?site=default_collection&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&proxycustom=%3CHOME/%3E`

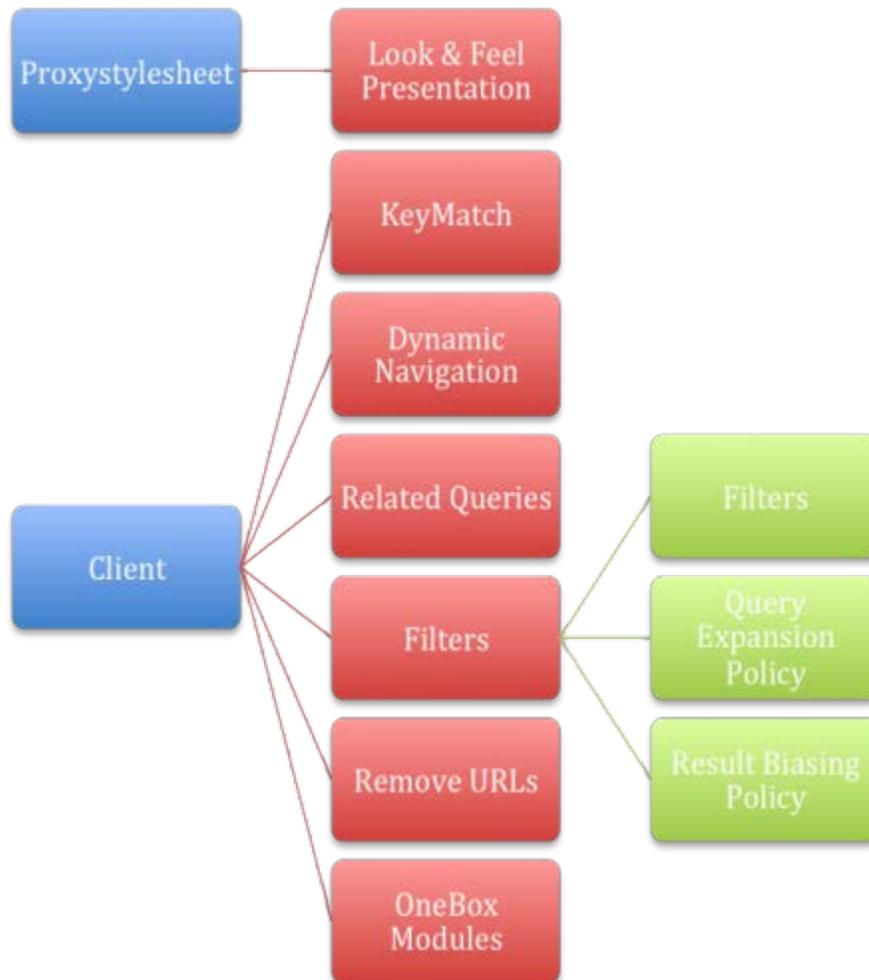
Resumen: ¿Qué método de presentación debería usar?

Con la información de la tabla siguiente podrá elegir el método que más se ajuste a sus necesidades.

Método	Cuándo usarlo
Hoja de estilo XSLT	Utilice esta opción cuando quiera mostrar resultados con formato directamente desde el dispositivo de búsqueda. Utilice la Herramienta de modificación del diseño de página para hacer cambios de manera fácil y rápida como añadir un logotipo propio, cambiar el encabezado y el pie de página, así como opciones de resultados básicas. También puede modificar la hoja de estilo XSLT directamente; esto le permitirá personalizar cada uno de los aspectos de la página de resultados. También resulta útil para mostrar su propio esquema XML, RSS o JSON.
Resultados XML	Si excluye el parámetro <code>proxystylesheet</code> de la URL de solicitud, el dispositivo de búsqueda muestra resultados XML sin procesar. Esto es útil para arquitecturas de varios niveles y para gestionar la presentación uno mismo.

Parámetros proxystylesheet y client

En el diagrama siguiente se muestran los factores que controla cada uno de estos parámetros.



Si desea obtener más información sobre interfaces, consulte [Crear la experiencia de búsqueda](#).

Capítulo 3 Usar las funciones de mejora

Descripción general

Google Search Appliance cuenta con varias funciones de mejora con las que se puede personalizar los resultados de búsqueda y mejorar la experiencia de usuario. De esta manera, se asegura de que los usuarios vean los resultados de búsqueda en función de sus intereses, responsabilidades, departamentos, ubicaciones, idiomas u otros factores.

Le recomendamos realizar un taller para probar e investigar estas funciones y determinar su idoneidad para los usuarios finales. Las funciones no tienen que implementarse al mismo tiempo, pero se puede hacer de manera iterativa para que los usuarios se familiaricen con cada una de ellas.

Lista de funciones

En la tabla siguiente se enumeran varias de las funciones de mejora de Google Search Appliance.

Función	Descripción
Sugerencias de consulta	<p>Cuando se habilitan las sugerencias de consulta, las consultas de búsqueda se autocompletan y se muestran sugerencias de consulta con los términos más buscados a medida que el usuario escribe en el cuadro de búsqueda. A partir de la versión 6.14 hay una página relacionada en la Consola del administrador. En la versión 7.2 se encuentra en Búsqueda > Funciones de búsqueda > Sugerencias. En esta página podrá saber qué sugerencias de consulta utiliza el dispositivo de búsqueda exportándolas y, además, gestionar la lista negra de sugerencias.</p>
Concordancia de palabra clave	<p>Se utiliza a modo de publicidad para mostrar URLs concretas y texto para frases y consultas determinadas. Las URL que se muestran como resultado de la función Concordancia de palabra clave no son realmente parte del índice y no se rigen por las reglas del patrón de rastreo.</p> <ul style="list-style-type: none">● Externo: utilice Concordancia de palabra clave para destacar productos nuevos o áreas específicas de su sitio.● Interno: "anuncie" las nuevas prestaciones para sus empleados o destaque páginas de destino muy importantes.
Agrupación de resultados dinámica	<p>Muestra distintos temas para un término de búsqueda en concreto. Con estos temas, los usuarios se centran en áreas de interés y omiten la información irrelevante. Cuando el usuario hace clic en alguno de ellos, el dispositivo de búsqueda muestra unos resultados más específicos.</p>

<p>Personalización de resultados (por fuente, colección, fecha, metaetiquetas y entidades)</p>	<p>Permite influir en cómo el dispositivo de búsqueda clasifica un resultado a partir de la URL, de la fecha del documento, de los metadatos o de las entidades incluidos en los resultados o relacionados con estos. Utilice esta función para aumentar o disminuir las puntuaciones de determinadas fuentes o tipos de fuente en el índice de búsqueda y segmentar la personalización a grupos concretos de usuarios, ya que las políticas de la función se pueden aplicar a cada interfaz por separado.</p>
<p>Resultados de usuario</p>	<p>Esta función permite a los usuarios añadir resultados de búsqueda para ciertas palabras clave, y a los administradores la posibilidad de moderar estos resultados que se añaden. Con esta función, los documentos designados aparecen siempre en las páginas de resultados para las búsquedas de palabras clave que se indiquen.</p> <p>A partir de la versión 7.0, Resultados de usuario sustituye a Resultados añadidos por el usuario.</p>
<p>Alertas</p>	<p>Permite a los usuarios supervisar temas de interés al recibir los resultados de búsqueda de dichos temas en mensajes de correo electrónico. Se puede recibir una alerta cada hora, una alerta a la semana o al mes. Tenga en cuenta que esta función solo se puede activar para datos que sean públicos. El contenido protegido no se muestra en las alertas.</p>
<p>Módulos OneBox</p>	<p>Mediante la función de federación, la consulta se envía a otro servicio y la respuesta se incluye en los resultados de búsqueda normales.</p> <p>Google.com utiliza módulos OneBox para mostrar datos en tiempo real de una gran variedad de fuentes (tiempo, cotizaciones, vuelos, etc.). Utilice la misma tecnología en el dispositivo de búsqueda.</p> <p>Un uso muy habitual de OneBox es la búsqueda en directorios de empleados.</p>
<p>Consultas relacionadas</p>	<p>Esta función es parecida a las sugerencias de ortografía. Ofrezca otras consultas a los usuarios. Si un usuario busca la palabra "galletas", una consulta relacionada podría ser "También puede probar <i>aperitivos</i>".</p>
<p>Ampliación de consultas (Datos de sinónimos, Listas negras, Palabras sin contenido semántico, Parámetros de consulta, Generación de fragmentos, Resultados de enlaces y Ortografía)</p>	<p>Esta función amplía automáticamente los términos de búsqueda para incluir otros términos. Ampliación de consultas modifica la consulta real y, en consecuencia, los resultados que se muestran. Por ejemplo, si el término de búsqueda es "árbol", la búsqueda se amplía a "árboles", "arboleda" o "arboledas". En la mayoría de los casos, habría que habilitar Ampliación de consultas. Aunque esta función puede tener un efecto positivo en la relevancia y en la calidad de los resultados de búsqueda, está inhabilitada de forma predeterminada. Normalmente, Google recomienda la opción completa de Ampliación de consultas que, junto con sus propios diccionarios, se aplican los diccionarios activos que proporciona Google. Cree sus propios diccionarios para Ampliación de consultas si quiere proporcionar sinónimos</p>

	<p>de acrónimos, jerga y términos específicos de la empresa.</p> <p>Se puede configurar una política para Ampliación de consultas específica de metaetiquetas. Utilícela para seleccionar las partes del par nombre/valor de una metaetiqueta que el dispositivo de búsqueda amplíe con sinónimos.</p> <p>Listas negras: sirven para controlar la ampliación de consultas. Son una serie de palabras que se excluyen de la ampliación de consultas. Puede ser útil para eliminar resultados de búsqueda no deseados que provienen de coincidencias con sinónimos y aclaraciones de palabras especiales que se usan en su entorno.</p> <p>Palabras sin contenido semántico: la función Ampliación de consultas también incluye datos sobre palabras sin contenido semántico. Se trata de un término de búsqueda que el dispositivo de búsqueda ignora. Por ejemplo, "para" "de" o "el". Se pueden subir datos personalizados de palabras sin contenido semántico.</p> <p>Parámetros de consulta: permite modificar el número máximo de términos de consulta. Debe ser un número entero entre 0 y 150, ambos incluidos.</p> <p>Generación de segmentos: un fragmento es un pequeño trozo de texto de un resultado de búsqueda. En algunos casos, posiblemente vea resultados de búsqueda en los que no se han generado fragmentos para algunos documentos. Restáurelos mediante Generación de fragmentos o modifique la longitud.</p> <p>Resultados de enlaces: permite a los administradores configurar el número de resultados que debe mostrarse cuando se utilice una consulta de enlace. El prefijo de consulta <code>link</code>: muestra páginas web con enlaces a la página web especificada.</p> <p>Ortografía: de forma predeterminada, el dispositivo de búsqueda no ofrece sugerencias ortográficas para palabras marcadas de manera interna como palabras incorrectas o con tilde diacrítica. Utilice la configuración de Ortografía en Ampliación de consultas para permitir la equivalencia de términos con tilde diacrítica en sugerencias ortográficas y mostrar sugerencias ortográficas para palabras incorrectas.</p>
Navegación dinámica	<p>Esta función es muy eficaz y permite a los usuarios explorar los resultados de búsqueda mediante atributos de metadatos específicos. Cuando un usuario hace clic en un valor de atributo, los resultados de búsqueda se filtran para incluir resultados de la consulta de búsqueda original que también contengan ese valor de atributo en particular. También se pueden configurar intervalos para que los usuarios puedan realizar búsquedas por intervalo de fecha o de precio. Al hacer clic en el atributo name-bars, se abre un cuadro de búsqueda con la función de autocompletar con el que usuario puede hacer búsquedas de todos los valores de atributo. Se trata de una búsqueda del tipo "contains".</p>

	<p>La función Navegación dinámica también permite añadir atributos basados en las entidades que descubra Reconocimiento de entidades.</p>
Vista previa del documento	<p>Esta función ayuda a aumentar la productividad y permite a los usuarios obtener la vista previa de las páginas de un documento sin salir de los resultados de búsqueda. Independientemente del dispositivo que utilice el usuario (móvil, tablet, ordenador), podrá abrir y consultar los documentos directamente en el navegador sin necesidad de tener instalada la aplicación nativa. El dispositivo de búsqueda ofrece la vista previa de documentos de Microsoft Word (doc, docx), de Microsoft PowerPoint (ppt, pptx) y de Adobe Portable Document Format (pdf).</p>
Traducción	<p>Gracias a la potencia del Traductor de Google, la función Traducción permite a los usuarios traducir títulos y fragmentos de los resultados de búsqueda, así como documentos almacenados en caché, al idioma del usuario en tiempo real. El idioma del usuario es el que tiene predeterminado en el navegador. Deberá disponer de conexión a Internet para el Traductor de Google, ya que la traducción no se hace desde GSA.</p>
Búsqueda experta (elemento de la barra lateral)	<p>Esta función permite a los usuarios encontrar a expertos en la organización a través de la búsqueda de palabras clave. Cuando el usuario introduce el término de búsqueda aparece una lista de expertos en una barra lateral, junto a los resultados de búsqueda. La lista puede incluir fotos, nombres y números de teléfono. Además, puede incluirse una lista de expertos más detallada en una página distinta que enlace a la página de resultados de búsqueda. Los expertos de su organización están identificados por los metadatos incluidos en una colección que únicamente contiene información de perfiles. Las fuentes de datos de esta colección pueden incluir Microsoft SharePoint, LDAP o cualquier otro contenido de perfil con metadatos que puedan rastrearse o añadirse al índice de búsqueda.</p> <p>A partir de la versión 7.0, la función Búsqueda experta sustituye a Búsqueda de perfiles.</p>
Resultados de Google Apps (elemento de la barra lateral)	<p>Google Apps ofrece a su organización herramientas para colaborar en documentos, hojas de cálculo, presentaciones, sitios, etc. Configure el dispositivo de búsqueda para aplicar la función de federación a los resultados de búsqueda de Google Apps. La función Integración de contenido personal muestra contenido público y privado que el usuario puede ver directamente desde el dominio de Google Apps.</p>
Resultados de	<p>Google Site Search es una solución de búsqueda alojada para contenido</p>

Google Site Search (elemento de la barra lateral)	público. Puede configurar la búsqueda en su sitio web externo, en sitios de partners o en otros sitios relevantes para su organización. Puede habilitar el dispositivo de búsqueda para que muestre resultados de Google Site Search en la barra lateral de la página de resultados. Para ello, deberá especificar su identificador de motor de búsqueda personalizado.
---	---

Consideraciones clave

Cuando planifique la experiencia de usuario, tenga en cuenta qué características funcionarán de forma conjunta y cuáles no. Además, algunas funciones solo están disponibles para buscar contenido público y otras exigen las credenciales de los usuarios. En la tabla siguiente se indican advertencias para algunas de las funciones de mejora que se describen en este capítulo.

Función	Advertencia
Navegación dinámica	<ul style="list-style-type: none"> ● A partir de la versión 6.12, funciona en las búsquedas seguras. No funciona para búsquedas seguras en la versión 6.10 y anteriores. ● No funciona si la opción Agrupación de resultados dinámica está habilitada en las interfaces predeterminadas de GSA. Debe activarse obligatoriamente la función de personalización. Desaconseje el uso conjunto de estas funciones sobre todo para la búsqueda segura, ya que incrementa la carga en GSA. ● La agrupación de GSA presenta ciertas limitaciones. El cliente debe tener la misma configuración en todos los módulos Onebox (el mismo atributo y las mismas interfaces). Si hay varias interfaces, deberá crear la misma interfaz en los módulos Onebox secundarios (es decir, no puede haber resolución de interfaz remota). El administrador debe ajustar la configuración en todos los módulos (no se admite la autopropagación). ● No funciona si los elementos de la barra lateral están habilitados. ● Los intervalos de moneda solo admiten el formato exacto \$NN, por ejemplo, \$23. No pueden utilizarse valores como 23\$ o \$ 23 en las consultas de intervalos. ● La función Navegación dinámica no suma los recuentos de atributos de metadatos parecidos o similares. Por

	<p>ejemplo, aunque "ed" y "publicación" representen el mismo atributo de metadatos, sus recuentos respectivos no se sumarán. No obstante, puesto que se admite la ampliación de consultas de metadatos, podría añadir un archivo de sinónimos con la entrada {ed, publicación} para conseguir ese objetivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puede afectar al rendimiento de la búsqueda segura si hay muchos usuarios que realizan consultas a la vez. • Se recomienda únicamente para búsquedas seguras si se utiliza LCAs en la autorización.
Agrupación de resultados dinámicos	<ul style="list-style-type: none"> • No funciona si la opción Navegación dinámica está habilitada en las interfaces predeterminadas de GSA. Debe activarse obligatoriamente la función de personalización. Desaconseja el uso conjunto de estas funciones sobre todo para la búsqueda segura, ya que incrementa la carga en GSA. • Debe mostrarse al frente para poder funcionar con elementos de la barra lateral a través de la Herramienta de modificación del diseño de página. • Puede afectar al rendimiento, sobre todo para búsquedas seguras.
Alertas	<ul style="list-style-type: none"> • No funciona para contenido protegido. • No se puede modificar la página de gestión de alertas. • Se necesita integración con LDAP.
Resultados de usuario	<ul style="list-style-type: none"> • Solo funciona para URLs web. Es decir no funciona para rutas smb://.
Elementos de la barra lateral <ul style="list-style-type: none"> • Resultados de Búsqueda de perfiles • Resultados de Google Apps • Resultados de Google Site Search 	<ul style="list-style-type: none"> • No funciona si la opción Navegación dinámica está habilitada en las interfaces predeterminadas de GSA. Debe activarse obligatoriamente la función de personalización. • Agrupación de resultados dinámicos debe mostrarse al frente para poder funcionar con los elementos de la barra lateral.
Sugerencia de consultas	<ul style="list-style-type: none"> • Debe usarse en sitios públicos con precaución, ya que las sugerencias se basan en búsquedas anteriores de los usuarios y su frecuencia.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• En la versión 6.12 y anteriores, la lista negra está disponible en la API de administración, no en la Consola del administrador. A partir de la versión 6.14, la lista negra se puede exportar, modificar e importar al dispositivo de búsqueda desde la Consola del administrador (en la versión 7.2, Búsqueda > Funciones de búsqueda > Sugerencias). |
|--|--|

Si desea obtener amplia información sobre las funciones de mejora de Google Search Appliance, consulte [Crear la experiencia de usuario](#).

Para obtener información sobre el servicio Agrupación de resultados dinámicos o el protocolo de agrupación, consulte [Referencia del protocolo de búsqueda](#).

Si desea obtener información sobre el servicio Sugerencias de consulta o el protocolo de sugerencias, consulte [Referencia del protocolo de búsqueda](#).

Capítulo 4 Usar colecciones e interfaces para gestionar la experiencia de usuario

Descripción general

Las colecciones sirven para crear grupos lógicos de contenido en el índice. Un documento puede pertenecer a cuantas colecciones sea necesario y las colecciones pueden incluir todos los documentos o tan solo uno. Puede permitir que los usuarios realicen búsquedas en todas las colecciones o solo en una.

Decidir el contenido de la colección

Para aprovechar al máximo el potencial de las colecciones, es importante saber cómo utilizan los usuarios la función de búsqueda y qué buscan. Por ejemplo, los usuarios del servicio de soporte técnico quizá necesiten acceder a toda la documentación de producto. Puede que les sea de ayuda tener los resultados separados en estas colecciones:

- Documentación de producto
- Solicitudes de asistencia técnica
- Errores y problemas

Estas colecciones se podrían mostrar como pestañas individuales en una misma página.

Agrupar colecciones e interfaces

Cada grupo de usuarios tendrá unas necesidades de búsqueda totalmente distintas: presentaciones, filtrado de resultados y contenido.

Por ejemplo, a un departamento de Marketing o de Relaciones públicas quizá le interese una interfaz interactiva y muy visual que le permita buscar comunicaciones, vídeos, audio e imágenes anteriores. Por otro lado, el servicio de asistencia de TI quizá prefiera una interfaz ligera y rápida que les permita hacer búsquedas únicamente en contenido técnico.

Para satisfacer las necesidades de interfaz que exige cada departamento, el dispositivo de búsqueda podría tener dos interfaces distintas. Y, para hacer frente a las demandas de contenido de cada departamento, el dispositivo podría contar con varias colecciones. Las colecciones podrían servir para segmentar el índice según las necesidades de los distintos departamentos.

Si ambos departamentos deben hacer búsquedas en el mismo contenido, utilice los perfiles de filtrado, mejora y personalización para mostrar resultados distintos para cada uno. Si bien el contenido de marketing dirigido al público es primordial para el departamento de Marketing, podría ser secundario para el servicio de asistencia técnica; aunque el contenido también se incluiría en los resultados para este último departamento, sería complementario a las incidencias de soporte técnico.

Si las interfaces y las colecciones se utilizan de manera conjunta y eficaz, se puede mejorar considerablemente la experiencia de búsqueda para todos los usuarios a través de una serie de opciones de implementación flexibles.

Si desea obtener más información al respecto, consulte [Usar colecciones con interfaces](#).

Capítulo 5 Experiencia de usuario con la búsqueda pública y la búsqueda segura

Descripción general

La experiencia de búsqueda puede variar considerablemente según cómo se muestren los resultados de búsqueda. Es fundamental saber qué diferencia hay entre ver resultados de búsqueda públicos y resultados de búsqueda protegidos para planificar la experiencia de búsqueda. Hay ciertas limitaciones en cuanto a las funciones que se pueden usar para las búsquedas seguras y la experiencia de usuario difiere en determinados aspectos clave, los cuales se describen en este capítulo.

Además del contenido público que está disponible para cualquier usuario, el dispositivo de búsqueda puede rastrear e indexar documentos que requieren un nombre de usuario y una contraseña para iniciar sesión u otra forma de autenticación. Para proteger la confidencialidad a la hora de mostrar los resultados, el dispositivo de búsqueda determina primero si el usuario que realiza la búsqueda está autorizado para ver cada uno de los documentos.

El parámetro de consulta `access` especifica si hay que realizar la búsqueda en contenido público, protegido o en ambos.

Búsqueda pública

¿Qué es la búsqueda pública? En el contexto de GSA, una búsqueda pública es aquella en la que no hay que autenticar ni autorizar al usuario para que acceda al contenido indexado por GSA y marcado como público en el índice de GSA. Esto puede ocurrir tanto en un sitio web público como en un sitio detrás de un cortafuegos que incluya contenido interno marcado como público en GSA.

Parámetro	Valor	Descripción
<code>access</code>	<code>p</code>	Busca solo en contenido público.

En el ejemplo siguiente se muestra una solicitud de búsqueda con `access=p`.

```
http://GSA_HOSTNAME/search?q=google&site=default_collection&btnG=Google+Search&access=p&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&entsp=a__gsa_doco_policy&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&exclude_apps=1
```

Búsqueda segura

¿Qué es la búsqueda segura? En la búsqueda segura se autentica al usuario y GSA solo muestra resultados que el usuario puede ver. Este proceso puede ser silencioso o se le puede pedir credenciales al usuario. El dispositivo de búsqueda también necesita credenciales para rastrear el contenido protegido y marca los datos como seguros en el índice.

Parámetro	Valor	Descripción
access	s	Busca solo en contenido protegido.
	a	Busca en todo el contenido, ya sea público o protegido.

En el ejemplo siguiente se muestra una solicitud de búsqueda con `access=s`.

```
http://GSA_HOSTNAME/search?q=google&site=default_collection&btnG=Google+Search&access=s&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&entsp=a__gsa_doco_policy&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&exclude_apps=1
```

Diferencias entre la experiencia de búsqueda con la búsqueda pública y con la búsqueda segura

En la tabla siguiente se incluyen funciones y datos concretos que aparecen en la página de resultados de búsqueda y cómo funcionan con la búsqueda pública y, por el contrario, cómo funciona con los resultados de búsqueda segura.

Función	Experiencia con la búsqueda pública	Experiencia con la búsqueda segura
<p>Recuento de resultados</p> <p>Ejemplo: resultados de 1 a 10 de unos 4.420 para la consulta</p>	Recuento de resultados estimado de la solicitud de búsqueda.	De forma predeterminada, el dispositivo de búsqueda no ofrece cálculos del número de consultas de búsqueda segura ya que no es determinante para que el usuario pueda acceder o no a los documentos. Sin embargo, a partir de la versión 7.0 se puede configurar el dispositivo para obtener este cálculo, ya sea de todas las consultas en general o de forma individualizada. Utilice esta función con cuidado ya que puede indicar al usuario que el documento que busca existe, pero no puede acceder a él.
Paginación	Paginación normal basada en el número estimado de resultados. Se puede mostrar al usuario páginas de resultados 1, 2, 3, 4, etc.	Se ofrece en formato "Anterior" y "Siguiente".
Navegación dinámica	Se verifican 30.000 documentos para búsquedas públicas (para crear facetas).	A partir de la versión 6.12, funciona en búsquedas seguras. No funciona

		<p>para búsquedas seguras en la versión 6.10 y anteriores.</p> <p>Se recomienda únicamente para búsquedas seguras si se utilizan LCAs en la autorización.</p> <p>Se verifican 10.000 documentos para búsquedas seguras (para crear facetas). Puede perjudicar el rendimiento del sistema si se producen muchas solicitudes al mismo tiempo.</p>
Agrupación de resultados dinámicos	Funciona tal y como se ha descrito.	<p>Funciona con las consultas de búsquedas seguras. Antes de mostrar agrupaciones de resultados dinámicos, el dispositivo de búsqueda se asegura de que el usuario tenga permiso para ver los resultados protegidos a través de comprobaciones de autorización. Estas comprobaciones podrían perjudicar el rendimiento del sistema.</p>

Capítulo 6 Mejorar la experiencia de usuario mediante informes

Descripción general

Si desea aumentar considerablemente el ROI o retorno de la inversión de la implementación de búsqueda, basta con dedicar algo de tiempo a analizar cómo utilizan los usuarios el dispositivo de búsqueda y cómo es su experiencia.

Al examinar esta información podrá:

- Averiguar qué valor y qué importancia representa el dispositivo de búsqueda para el negocio. Es mucho más fácil asignar un valor empresarial y una prioridad a la búsqueda si se sabe de qué manera beneficia a los usuarios.
- Analizar qué buscan los usuarios y si es eficaz la búsqueda. Con esta información, sabrá qué funciones usar y cómo usarlas. Si ofrece a los usuarios una experiencia de búsqueda de calidad, su satisfacción será mayor y también la eficacia de la solución.
- Saber qué contenido es importante para los usuarios.

Tipos de informes de búsqueda

En la tabla siguiente se incluyen los diferentes tipos de informes de búsqueda que puede generar en GSA.

Tipo de informe	Descripción
Informe de búsqueda	<p>Este informe incluye la información siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Número de búsquedas diarias• Promedio de búsquedas por hora• Las 100 (o la cifra que se indique) palabras clave y consultas más destacadas y el número de veces que se ha buscado cada una de estas <p>Si ha habilitado los Informes de búsqueda avanzados, se incluirá también el ranking y la página de los resultados seleccionados, la dirección IP de los usuarios que más búsquedas realizan y las URL más populares según los clics de los usuarios.</p>
Informes de búsqueda avanzados	<p>Cada entrada del informe representa un clic generado por un único usuario en la interfaz del dispositivo de búsqueda, ya sea en la página de búsqueda o en la de resultados. Cada una se compone de valores correspondientes a los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Hora del clic que más se acerque a una centésima de segundo• Nombre de usuario de quien realiza la búsqueda; se incluye solo si se trata de una búsqueda segura y si se ha autenticado al usuario• Dirección IP del usuario de la búsqueda responsable del clic registrado• Lugar reservado para el ID de la sesión, que siempre está en blanco• Tipo de clic• Inicio del clic, que es la página de resultados en la que el usuario ha hecho clic

	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación del clic, que es la clasificación del resultado en el que el usuario ha hecho clic • Datos del clic, que suele estar en blanco • Consulta, que es la consulta del usuario que ha devuelto resultados • URL del clic del usuario
Registros de búsqueda	<p>Los registros proporcionan la información siguiente sobre las solicitudes de búsqueda del usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de consulta de los usuarios • Partes de la interfaz de usuario en las que los usuarios hacen clic • Velocidad con la que se muestran los resultados • Si los usuarios reciben los resultados que buscan • Si a los usuarios les resultan útiles las funciones Consultas relacionadas, Concordancia de palabra clave, Ampliación de consultas y OneBox

Si desea obtener más información al respecto, consulte [Habilitar el registro de identidades de usuario para consultas en el dispositivo de búsqueda](#).

Tiempo de retención del informe de búsqueda

El dispositivo de búsqueda retiene información sobre distintos periodos para los tipos de informes siguientes:

- [Informes de búsqueda](#)
- [Registros de búsqueda](#)

Informes de búsqueda

Los informes de búsqueda se conservan a disposición del usuario durante un año a partir de la fecha de creación. Puede crear un máximo de 500 informes para todas las colecciones.

Registros de búsqueda

No es posible generar informes de registros de búsqueda para periodos de más de 90 días de antigüedad. Si necesita analizar los datos de registro durante periodos de tiempo más largos, genere informes una vez cada 90 días como mínimo y, a continuación, exporte y almacene los informes. De este modo, podrá analizar los informes agregados que se han recopilado durante periodos más largos. Si lo prefiere, puede configurar un servidor syslog para que recopile y almacene los datos de registros de búsqueda sin procesar a medida que se generan.

Informes de búsqueda avanzados (IBA)

Google Search Appliance proporciona una función de análisis, los Informes de búsqueda avanzados (IBA), que recaba información detallada sobre las búsquedas de los usuarios y la actividad de navegación. La función IBA no está habilitada de forma predeterminada, pero se puede activar fácilmente a través de la Consola del administrador basada en web del dispositivo de búsqueda. La información de análisis se puede extraer del dispositivo de búsqueda e introducirse en la herramienta de análisis que utilice.

Utilice estos informes para analizar datos como los siguientes:

- Búsquedas que se realizan
- Número de resultados que se devuelven
- Número de páginas a las que ha accedido un usuario mediante un clic
- Resultado de la página en el que ha hecho clic y dónde se ha dirigido

Sea cual sea su solución, Google recomienda encarecidamente que proporcione un herramienta de análisis completa, examine los datos periódicamente para mejorar la implementación de búsqueda y averigüe cómo añadir más valor.

Si desea obtener más información sobre los informes de búsqueda avanzados, consulte [Recopilar información sobre la experiencia de búsqueda](#).

Casos en los que se usan los informes de búsqueda avanzados

En los casos siguientes se describen situaciones en las que los informes de búsqueda avanzados pueden mejorar la experiencia del usuario:

- [Usar funciones básicas para ayudar a los usuarios a encontrar el contenido de manera más eficaz](#)
- [Demostrar el ROI y cuantificar el valor empresarial](#)
- [Saber qué contenido es importante](#)

Usar funciones básicas para ayudar a los usuarios a encontrar el contenido de manera más eficaz

En este caso, los comentarios de los usuarios son siempre positivos y los usuarios encuentran el contenido que buscan. Según indican, pasan mucho menos tiempo buscando resultados.

Sin embargo, tras examinar el comportamiento de búsqueda de los usuarios a través de un informe IBA, observa que el 90% de las búsquedas del término "widget" van seguidas de una segunda búsqueda, esta vez del término "gadget". Del mismo modo, el 50% de los usuarios que buscan "vacaciones" hacen clic en el quinto enlace en la base de datos de políticas.

Según estas observaciones, hay dos acciones inmediatas que podría llevar a cabo para aumentar la eficacia para el usuario:

- Active la ampliación de consultas (está desactivada de forma predeterminada) y suba su propia lista de sinónimos, incluida una ampliación que equipare a "widget" y a "gadget", de modo que una búsqueda de "widget" se convierta automáticamente en una búsqueda de "gadget".

Como resultado de esta mejora, para el 90% de los usuarios que realicen una búsqueda de widget o de gadget el sistema de búsqueda será el doble de eficaz. Usar la ampliación de consultas y añadir su propia lista de términos a Google Search Appliance es una forma rápida de aumentar la efectividad de las búsquedas al instante.

- Cree una concordancia de palabra clave para "vacaciones" para que se muestre la política de vacaciones.

Con esta mejora, la política de vacaciones aparece al principio de los resultados de búsqueda, que es lo que quiere ver el 50% de los usuarios.

Si desea obtener información sobre cómo usar Ampliación de consultas y Concordancia de palabras clave, consulte [Crear la experiencia de búsqueda: prácticas recomendadas](#).

Demostrar el ROI y cuantificar el valor empresarial

En este caso, el personal lo forman principalmente trabajadores del conocimiento. Según la información de análisis que proporcionan los IBA, los usuarios suelen:

- Realizar una media de 1,3 búsquedas
- Obtener el resultado número 3
- Dedicar una media de 45 segundos al sistema de búsqueda

Es una mejora sustancial del 25% del tiempo estimado que dedica a la búsqueda un trabajador del conocimiento medio. [Fuente: "Hidden Costs of Information Work: A Progress Report" (Costes ocultos de trabajar con información: informe de progreso)].

Saber qué contenido es importante

En este caso, tiene un gran número de repositorios de contenido en varios sitios web internos y archivos compartidos. Al analizar los datos que le proporciona un informe IBA, donde se registran los clics de los usuarios, observa que la mayoría de los usuarios hacen clic en contenido que pertenece a la wiki de la empresa. Esto le indica de inmediato qué contenido es más interesante para los usuarios.

Puesto que sabe que la wiki de la empresa es donde se encuentra el contenido más útil, puede crear un perfil de personalización de resultados que lo muestre entre los primeros resultados de la búsqueda. De esta manera, se asegura de que la wiki de la empresa aparezca donde los usuarios pueden encontrarla más fácilmente en los resultados.

Si desea obtener información sobre cómo crear perfiles de personalización de resultados, consulte [Usar la personalización de resultados para influir en el ranking de resultados](#).

Si desea saber qué contenido es importante, también puede usar los análisis para recopilar información sobre los clics de los usuarios. Si su empresa ya cuenta con una solución de análisis, quizá pueda usarla para obtener información de análisis sobre la experiencia de búsqueda de los usuarios. En muchos casos, integrar una solución de análisis de terceros exige algo de esfuerzo poder obtener informes específicos de búsquedas, pero los datos le pueden ofrecer un valor sustancial.

Informes de varios dispositivos GSA

En los apartados siguientes se explica qué hay que tener en cuenta para recopilar datos de informes de implementaciones con varios dispositivos GSA.

- [Informes con duplicación de GSA](#)
- [Informes con agrupación de GSA](#)
- [Informes con rastreo y publicación distribuidos](#)

Informes con duplicación de GSA

En un caso de publicación activa-activa, las consultas de búsqueda que se realizan en dispositivos de búsqueda réplica se incluyen en los registros y los informes de búsqueda del dispositivo principal. Un registro o informe de búsqueda que se genere en un dispositivo réplica solo contiene los datos que ha recopilado de ese dispositivo.

Dado que estos registros e informes no se replican entre los dispositivos GSA, si desea guardarlos, expórtelos de vez en cuando o envíelos a un servidor syslog. Si desea obtener más información al respecto, consulte los temas del sistema de ayuda del dispositivo de búsqueda sobre registros, informes y servidores syslog.

Informes con agrupación de GSA

- Caso A: si solo realiza búsquedas en el dispositivo GSA principal, solo tendrá que crear informes en este dispositivo.
- Caso B: cada dispositivo GSA funciona como principal y secundario a la vez. Los informes deberán generarse en cada dispositivo GSA y luego combinarse fuera.

Informes con rastreo y publicación distribuidos

Debe generar informes desde cualquier GSA que muestre resultados a los usuarios. Por ejemplo, si tiene tres dispositivos GSA configurados y solo muestra resultados desde GSA 1, solo deberá generar los informes en ese dispositivo. Sin embargo, si los resultados se muestran desde los tres dispositivos GSA, deberá crear informes de los tres.

Capítulo 7 Comentarios de los usuarios

Descripción general

La experiencia de los usuarios con la búsqueda está condicionada por las continuas innovaciones que se incorporan en Google.com. Mediante el dispositivo de búsqueda, puede ofrecer una experiencia igual de innovadora y completa a sus usuarios.

Si GSA sustituye una solución de búsqueda, una buena manera de recabar comentarios y métricas es analizar la solución anterior y compararla más adelante con GSA.

Una de las mejores formas de innovar es recopilar comentarios de lo que gusta o no a los usuarios sobre la solución de búsqueda, y saber cómo la utilizan. La opinión de los usuarios es fundamental para que la implementación sea todo un éxito. Si quiere ofrecer una solución de valor, no basta con que la experiencia de búsqueda sea buena; los usuarios tienen que usar el sistema de búsqueda de forma activa.

Hay varios métodos para obtener comentarios de los usuarios como, por ejemplo:

- [Comentarios implícitos](#)
- [Enlace para enviar comentarios](#)
- [Encuesta de usuario](#)

Comentarios implícitos

Al activar [Informes de búsqueda avanzados](#) u otra función de análisis, puede saber automáticamente qué hacen los usuarios, cuáles son sus puntos fuertes y cómo puede ayudarles a ser más eficaces. Sin embargo, además de recabar estos datos, también es importante usarlos.

Enlace para enviar comentarios

Facilite a los usuarios poder dar su opinión. Proporcione un enlace o una dirección de correo electrónico para que puedan enviar sus comentarios.

Encuesta al usuario

Una encuesta al usuario es una herramienta fantástica para saber si sus usuarios se sienten satisfechos con la solución de búsqueda. Las encuestas se deben enviar periódicamente y después de cada fase de la implementación, para poder iterar rápidamente y seguir asombrando a sus usuarios. En el apartado siguiente se incluye una encuesta de muestra que podría usar como plantilla para crear la suya propia.

Encuesta de satisfacción con la búsqueda

1. **¿En qué área trabaja?**
 - Ingeniería
 - Finanzas
 - Recursos Humanos
 - Ventas
 - Marketing
 - Investigación
 - Otra <deberá rellenarlo el usuario>

2. **¿Qué porcentaje de su tiempo dedica a buscar información?**
 - Más de la mitad
 - Entre un cuarto y la mitad
 - Entre 30 minutos y 2 horas al día
 - Entre 10 y 30 minutos al día
 - Menos de 10 minutos al día

3. **¿Con qué frecuencia se muestra lo que busca en los 10 primeros resultados (de la primera página)?**
 - El 100% de las veces
 - El 80% de las veces
 - El 50% de las veces
 - El 20% de las veces
 - Nunca

4. **¿Con qué frecuencia se muestra lo que busca en el primer puesto de los resultados?**
 - El 100% de las veces
 - El 80% de las veces
 - El 50% de las veces
 - El 20% de las veces
 - Nunca

5. **¿Con qué frecuencia hace clic en uno de los enlaces recomendados (las concordancias de palabra clave que aparecen al principio de los resultados)?**
 - Siempre que los veo
 - A veces
 - Nunca

6. **¿Qué le gustaría que mejorara?**
 - Resultados más rápidos
 - Resultados más relevantes
 - Más fuentes de contenido

7. **¿Qué le parece el tiempo de respuesta de las consultas?**
 - Excelente
 - Suficiente
 - Inaceptable

8. ¿Qué fuentes de contenido le gustaría que se indexaran (es decir, que se añadieran a los resultados de búsqueda)?

9. ¿Alguna vez ha realizado búsquedas de un documento que sabe que existe pero que no aparece en los resultados?

- Sí
- No

10. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la experiencia de búsqueda general?

- Me encanta; funciona muy bien
- Está bien, pero no estoy contento del todo; se podría mejorar
- Es el peor sistema de búsqueda que he usado

11. ¿Qué le gustaría que se añadiera al sistema de búsqueda?

Resumen

En esta guía se ofrecen directrices detalladas sobre los factores que hay que tener en cuenta a la hora de crear una experiencia de usuario en Google Search Appliance. La experiencia y las necesidades de búsqueda de un usuario en una red pública difieren ampliamente de las que tiene un usuario detrás de un cortafuegos. Por lo tanto, cuando se disponga a diseñar la experiencia de usuario, es importante tener siempre presente al usuario. Esta guía puede servirle para, además de implementar las funciones adecuadas, satisfacer las necesidades y solucionar los puntos problemáticos del usuario mediante estas características.

Es fundamental supervisar la experiencia de usuario de vez en cuando, ya que sus necesidades van cambiando y se incorporan nuevas funciones en GSA. Usar los datos de los informes internos que GSA proporciona es una buena manera de detectar carencias y mejorar la experiencia general para el usuario.

Si desea obtener más información sobre algunos de los temas que se han tratado en esta guía, consulte el sitio web de documentación de GSA o póngase en contacto con el [Servicio de asistencia de Google for Work](#).

Apéndice: información adicional

Soluciones técnicas para problemas habituales

En este apéndice se incluyen algunas soluciones técnicas para problemas habituales en las siguientes áreas de la implementación del dispositivo de búsqueda.

- [Personalizar interfaces](#)
- [Relevancia de los documentos](#)

Personalizar interfaces

Acabo de cambiar la interfaz, pero todavía se muestran los resultados antiguos.

¿Cuál es el problema?

- La interfaz solo se vuelve a cargar automáticamente en memoria cada 15 minutos (o más). Por lo tanto, para forzar una nueva carga, deberá usar el parámetro `proxyreload=1` en la URL de consulta al menos una vez después de que se haya modificado la hoja de estilo. Este parámetro solo debe usarse para actualizar el contenido en la fase de desarrollo y no de producción, ya que perjudicaría el rendimiento de Google Search Appliance.

¿Cómo puedo dar acceso a mis usuarios a la interfaz para que hagan cambios sin que se vea afectada la concordancia de palabras clave, etc.?

- Puede crear dos interfaces; utilice nomenclaturas. Por ejemplo, utilice la interfaz "my_frontend" para gestionar las funciones Concordancia de palabras clave, Consultas relacionadas, filtros, Eliminar URL y cuadros OneBox (colectivamente, "client"). Luego cree otra interfaz, "my_frontend_ss", para gestionar la interfaz de usuario [o resultados (output), tal y como se indica en la Consola del administrador], a la que se denomina "proxystylesheet".
- Proporcione al desarrollador de la interfaz acceso a "my_frontend_ss" únicamente para que pueda modificar la hoja de estilo.
- Conserve el control de "my_frontend", donde un desarrollador (no de interfaces) gestionará la experiencia de usuario.
- Modifique la aplicación para que utilice dos interfaces:
`client=my_frontend&proxystylesheet=my_frontend_ss`. De forma predeterminada, sería: `client=my_frontend&proxystylesheet=my_frontend`.

¿Qué debo hacer para reutilizar parte de la configuración de la interfaz?

- Si desea usar gran parte de la configuración de una interfaz para otras interfaces y, al mismo tiempo, tener distintas opciones para las políticas de ampliación de consultas y/o de personalización de resultados, no cree varias interfaces. Utilice `entqr` y `entsp`.

¿Qué debo hacer para ver el XML que devuelve Google Search Appliance antes de la transformación?

- Para los resultados, retire el parámetro y el valor de proxystylesheet. Por ejemplo:
 - `http://GSA_HOSTNAME/search?q=query&btnG=Google+Search&access=p&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&sort=date:D:L:d1&entqr=0&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&site=default_collection`
- Para la agrupación de resultados dinámicos, realice una consulta directamente a Google Search Appliance del resultado de XML. Por ejemplo:
 - `http://GSA_HOSTNAME/cluster?q=query&site=default_collection&client=default_frontend&coutput=xml`

¿Qué debo hacer para integrar Google Search Appliance en una aplicación no habilitada para la Web?

- Google Search Appliance acepta solicitudes HTTP y puede devolver XML (u otros formatos después de que se hayan transformado a través de un XSLT). Luego una aplicación puede analizar los resultados mostrados, escribirlos en el lenguaje que desee y usarlos según el objetivo de la aplicación.

Relevancia de los documentos

¿Cómo puede Google Search Appliance ordenar los resultados por otros criterios que no sean la relevancia y la fecha?

- El objetivo de un motor de búsqueda es precisamente ordenar los resultados por relevancia. Todo lo demás es el resultado de una consulta a la base de datos.

Si desea ordenar los resultados por otro valor numérico, utilice la función para ordenar por fechas. Para ello, convierta el valor en un formato de fecha ISO-8601 (AAAA-MM-DD) e insértelo en el documento mediante una metaetiqueta. Puede realizar búsquedas de cualquier fecha entre 1900-01-01 y 2079-06-06. Luego configure el nombre respectivo de la metaetiqueta en la sección "Fechas del documento" de la Consola del administrador. Google Search Appliance considera el valor de esta metaetiqueta la fecha del documento y puede ordenarlo en consecuencia.

A partir de la versión 7.2, los resultados también se pueden ordenar por metadatos.

Quiero incluir una URL en el primero puesto de los resultados. ¿Cómo se hace?

- Utilice Concordancia de palabras clave.
- Implemente Resultados de usuario.
- Cree una política de personalización de resultados, que aumenta la relevancia de los documentos en función de la URL, la colección, la fecha o los metadatos. Adjunte esta política a la interfaz correspondiente.

¿Cómo se puede aumentar la relevancia de documentos recientes en los resultados de búsqueda?

- Cree una política de personalización de resultados, que aumenta la relevancia de los documentos según la fecha de última modificación. Luego adjunte esta política a la interfaz correspondiente.
- En el caso de URLs que se han añadido a través de un feed de contenido, añada el atributo siguiente al feed: [pagerank](#).
 - Este atributo especifica el PageRank de la URL o grupo de URLs. El valor predeterminado es 96. Cuanto mayor sea el valor, mayor será el PageRank. Para incrementar el PageRank de una URL o grupo de URLs, aumente el valor entre 97 y 100. Para reducir el PageRank, disminuya el valor. El PageRank de una URL sobrescribe el del grupo.
- Utilice el [marcador de calidad inteligente automático](#).
 - Si habilita la función IBA, el dispositivo de búsqueda utiliza su marcador de calidad inteligente automático. Esta función analiza automáticamente el comportamiento de los usuarios y los enlaces en los que hacen clic en determinadas consultas. Ello permite ajustar la relevancia y la calidad. El dispositivo de búsqueda utiliza la regresión estadística avanzada para determinar el significado estadístico del comportamiento de los usuarios y aplica los ajustes necesarios para una personalización de confianza (es decir, los usuarios que hacen clic en el primer resultado solo porque sale en primera posición). De este modo, con el tiempo los resultados son cada vez más precisos sin que sea necesaria la intervención del administrador.