



## Lista de tareas para la localización

# Antes de localizar el contenido

---

Consulte en qué lugar del mundo se ve su contenido y, luego, ejecute un [informe geográfico de Google Analytics](#) para obtener más información sobre el país y el idioma.

Localizar un sitio web entero puede ser abrumador. ¿Por qué no traducir su contenido más popular o "funcional" para empezar? Acelerará su tiempo de salida al mercado y lo ayudará a maximizar el valor a largo plazo de su contenido.

Consulte las leyes de privacidad y protección de datos de su nuevo mercado. En Europa, por ejemplo, deberá tener en cuenta el GDPR y asegurarse de que su sitio satisfaga los requisitos legales de la región. Esto puede ser complejo, así que deberá consultar a su asesor legal antes de meterse de lleno.

La localización también puede ser un poco difícil. Una simple hoja de cálculo es adecuada para proyectos pequeños, pero deberá usar un sistema de administración de traducciones para trabajos más grandes. Este sistema también lo ayudará a optimizar el proceso y le brindará funciones para ahorrar tiempo y dinero, como el uso de una "memoria de traducción".

Considere la plataforma y el diseño de su sitio web. ¿Se puede traducir a varios idiomas? El espacio disponible y la estructura también son claves. Por ejemplo, las palabras alemanas suelen ser más extensas que las del español y rápidamente ocuparán toda la página. Otros idiomas, como el árabe, se leen de derecha a izquierda, y algunos sitios no admiten los caracteres especiales. Le recomendamos usar Unicode (UTF-8), ya que admite todos los caracteres en cualquier idioma.



## Sugerencias de traducción

---

- 01** Las herramientas de traducción en línea son útiles para el uso diario, pero es probable que el contenido suene raro o, lo que es peor, inapropiado para un hablante nativo. Es mejor evitar ese tipo de herramientas.
- 02** Contratar a un habitante calificado del lugar le permitirá asegurarse de que las traducciones sean no solo exactas, sino culturalmente adecuadas y accesibles para las personas. Muchas comunidades realizan traducciones colaborativas, lo que puede ser una forma rápida y efectiva de obtener contenido de alta calidad de su público existente.
- 03** Los coloquialismos o las frases comunes como "no por mucho madrugar amanece más temprano" o "sanseacabó" pueden tener sentido en español, pero no son fáciles de traducir. Siempre debe quitarlos o reemplazarlos antes de la localización.
- 04** Considere usar un glosario de su contenido que enumere las frases más comunes y que indique si se deben traducir o no. También debe brindar orientación sobre las palabras relacionadas con la marca y cómo deberían aparecer.
- 05** Use un selector de idioma universal (ULS) en su sitio. Esto les permite a las personas configurar sus preferencias de idioma de forma fácil y flexible mientras leen su contenido.

- 06 Dado que su sitio web pronto mostrará contenido en diferentes idiomas y ubicaciones, asegúrese de seguir las prácticas recomendadas internacionales de SEO. Por ejemplo, use [etiquetas hreflang](#) para que Google sepa qué versión de su sitio mostrar.



## Revisión de la localización

Siempre verifique que las fechas, los símbolos y la moneda tengan el formato correcto para cada país. Por ejemplo, en el Reino Unido, las fechas suelen aparecer con el formato DD/MM/AA, mientras que en Estados Unidos se usa el formato MM/DD/AA. Los separadores de decimales y miles también se deben adaptar a las reglas regionales.

Asegúrese de que las imágenes tengan en cuenta la cultura y traduzca todo el texto superpuesto. Idealmente, elija fotos sin texto incorporado, ya que dificultará la traducción y agregará un costo adicional.

Verifique que las fuentes funcionen bien en el idioma nuevo y haga que el contenido sea fácil de leer. Pruebe Google Fonts en varios idiomas y elija la fuente que funcione mejor para todos.

Siempre tenga en cuenta el significado cultural de los distintos colores. Por ejemplo, en Norteamérica y Europa, el azul puede representar confianza y serenidad. Sin embargo, en China está asociado con los festivales o los eventos de conmemoración.

Antes de publicar su sitio, pida a un hablante nativo que lo revise para asegurarse de que suene natural. Las velocidades de conexión también varían alrededor del mundo, por lo que debe pedirle que compruebe los tiempos de carga.



## Después de publicar su sitio

Ahora que su sitio está localizado, promócielo en línea y en redes sociales para informar al público que ya está publicado.

También deberá verificar si la localización está alcanzando sus objetivos iniciales. Google Analytics puede resultarle útil, ya que le muestra la cantidad de visitantes de su sitio, el tiempo que permanecen allí y hasta el porcentaje de rebote por idioma. Además, si monetiza su sitio, puede medir el impacto del público nuevo en los ingresos.

**La localización requiere tiempo y una planificación detallada, pero con nuestra lista de tareas y nuestras sugerencias principales estará bien encaminado para crear un contenido excelente que le encantará a su público.**