

Documentación

SEO:

¿Qué es SEO?

SEO o Search Engine Optimization es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores. Es una de las “disciplinas” que más ha cambiado a lo largo de los últimos años.

Hay miles de factores en los que un motor de búsqueda se basa para posicionar una página web, pero existen dos factores básicos:

- **Autoridad:** Popularidad de una web; cuanto más popular sea más valiosa es su información.
- **Relevancia:** Es la relación que tiene una página frente a una búsqueda dada; esto significa que un motor de búsqueda se basa en cientos de factores on-site para determinar esto.

¿De dónde surgió el término?

Los primeros buscadores surgieron a principios de los 90. Hasta la aparición de Google en el 96 se crearon muchos, como por ejemplo Yahoo.

La gente se dio cuenta que realmente se podía ganar dinero con ellas, así llegaron a la conclusión de que necesitaban atraer tráfico. ¿Cuál era el mejor método de atraer tráfico? Los motores de búsqueda. En ese momento los dueños de las webs empezaron a pensar cómo podrían alcanzar las primeras posiciones, y así nació SEO.

El SEO se puede dividir en dos grandes grupos:

On-site: El SEO on-site se preocupa de la relevancia. Se asegura de que la web está optimizada para que el motor de búsqueda entienda lo principal, que es el contenido de la misma. Dentro del SEO On-site incluiríamos la optimización de keywords, tiempo de carga, experiencia del usuario, optimización del código y formato de las URLs.

Off-site: El SEO off-site es la parte del trabajo SEO que se centra en factores externos a la página web en la que trabajamos. Los factores más importantes en el SEO off-site son el número y la calidad de los enlaces, presencia en redes sociales, menciones en medios locales, autoridad de la marca y rendimiento en los resultados de búsqueda, es decir, el CTR que tengan nuestros resultados en un motor de búsqueda.

Una vez que ya sabemos qué es el SEO, hay que diferenciar en si seguimos o no las «recomendaciones» del motor de búsqueda:

Black Hat SEO: Se llama así al intento de mejorar el posicionamiento en buscadores de una página web mediante técnicas poco éticas o que contradicen las directrices del motor de búsqueda. Algunos ejemplos de Black Hat SEO son el Cloaking, Spinning, SPAM en foros y comentarios de blogs, o el Keyword Stuffing. El black hat puede proporcionar beneficios en el corto plazo, pero generalmente es una estrategia arriesgada, sin continuidad en el largo plazo y que no aporta valor.

White Hat SEO: Esto consiste en todas aquellas acciones éticamente correctas y que cumplen las directrices de los motores de búsqueda para posicionar una página web e los resultados de búsqueda. Dado que los buscadores dan una mayor importancia a las páginas que mejor responden a una búsqueda del usuario, el White Hat comprende las técnicas que buscan hacer más relevante una página para los buscadores a través de aportar valor para sus usuarios.

2. ¿Por qué es el SEO importante?

La razón más importante de su uso es porque hace más útil tu página web tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda. El SEO es necesario para ayudar a los smotores de búsqueda a entender sobre qué trata cada página y si es o no útil para los usuarios.El SEO es necesario para ayudar a los motores de búsqueda a entender sobre qué trata cada página y si es o no útil para los usuarios.

3. ¿Cómo funcionan los motores de búsqueda?

Hay 2 formas rastreo e indexación:

Rastreo: Un motor de búsqueda recorre la web rastreando con lo que se llaman bots. Estos recorren todas las páginas a través de los enlaces. De ahí la importancia de una buena estructura de enlaces. Al igual que haría cualquier usuario al navegar por el contenido de la Web, pasan de un enlace a otro y recopilan datos sobre esas páginas web que proporcionan a sus servidores.

El proceso de rastreo empieza con una lista de direcciones web de rastreos anteriores y de sitemaps proporcionada por otras páginas web. Una vez acceden a estas web, los bots buscan enlaces a otras páginas para visitarlas. Los bots se sienten especialmente atraídos por los sitios nuevos y a los cambios en las web existentes.

Son los propios bots los que deciden qué páginas visitan, con qué frecuencia y cuánto tiempo van a rastrear esa web, por eso es importante tener un tiempo de carga óptimo y un contenido actualizado.

Es muy común que en una página web se necesita restringir el rastreo de algunas páginas o de cierto contenido para evitar que estas aparezcan en los resultados de búsqueda. Para esto se le puede decir a los bots de los motores de búsqueda que no rastreen ciertas páginas a través del archivo «robots.txt».

Indexación: Una vez que un bot ha rastreado una web y ha recopilado la información necesaria, estas páginas se incluyen en un índice. Ahí se ordenan según su contenido, su autoridad y su relevancia. De este modo, cuando hagamos una consulta al motor de búsqueda le resultará mucho más fácil mostrarnos los resultados que están más relacionados con nuestra consulta.

Al principio los motores de búsqueda se basaban en el número de veces que se repetía una palabra. Al hacer una búsqueda rastreaban en su índice esos términos para encontrar qué páginas los tenían en sus textos, posicionando mejor la que más veces lo tenía repetido. Actualmente, son más sofisticados y basan sus índices en cientos de aspectos diferentes. La fecha de publicación, si contienen imágenes, vídeos o animaciones, microformatos, etc. son algunos de esos aspectos. Ahora dan más prioridad a la calidad del contenido.

Una vez que las páginas son rastreadas e indexadas, llega el momento en el que actúa el algoritmo: los algoritmos son los procesos informáticos que deciden qué páginas aparecen antes o después en los resultados de búsqueda. Realizada la búsqueda, los algoritmos revisan en los índices. Así sabrán cuáles son las páginas más relevantes teniendo en cuenta los cientos de factores de posicionamiento. Y todo esto sucede en cuestión de milisegundos.