



---

POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB

UD3. PILARES EN UNA ESTRATEGIA SEO: SEO TÉCNICO, CONTENIDOS Y AUTORIDAD

# ÍNDICE

---

- **SEO TÉCNICO**
- **RASTREO E INDEXACIÓN**
- **SITEMAPS**
- **ROBOTS.TXT**
- **SEO DE CONTENIDOS**
- **AUTORIDAD**



# SEO TÉCNICO

---

## ¿Qué es el SEO Técnico?

Conjunto de acciones que se realizan en la estructura y el código de tu sitio Web para que motores de búsqueda (como Google) puedan **rastrear, indexar y mostrar correctamente el contenido**. O con otras palabras, conjunto de acciones para que los motores de búsqueda puedan encontrar, comprender y almacenar el contenido con mayor facilidad

Es decir, el SEO técnico se encarga de que los motores de búsqueda puedan **encontrar** tu sitio web, **comprender** su contenido y **almacenarlo** de la mejor manera posible, **para que luego lo muestren** en los resultados de búsqueda cuando sea necesario.



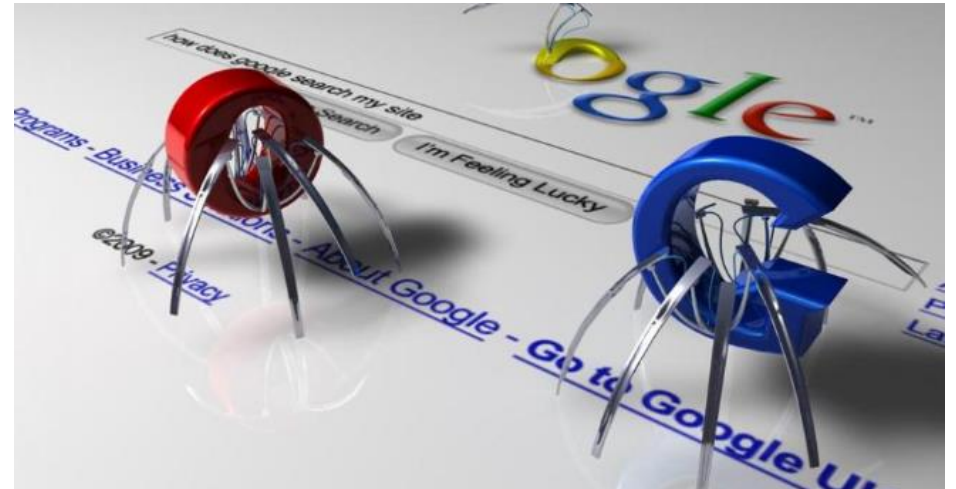
# HABLEMOS DEL SEO TÉCNICO

## Rastrear

---

### Rastreo

Proceso mediante el cual los motores de búsqueda como Google recorren internet para descubrir y analizar nuevas páginas web o actualizaciones de las ya existentes. Para hacerlo, utilizan programas automáticos llamados "crawlers" o "arañas" que exploran las páginas y siguen los enlaces que contienen, recopilando información.



# HABLEMOS DEL SEO TÉCNICO

## Rastrear

---

### **Los crawlers o arañas**

Googlebot es el nombre del "crawler" o araña web de Google, un programa automatizado que se encarga de explorar y rastrear las páginas web en Internet.

Cada buscador cuenta con su propio bot o crawler. Por ejemplo, Bing tiene su propio bot identificado por BingBot.

Por tanto, el crawler de los buscadores lo que hace es seguir enlaces para ir descubriendo URLs y URLs y URLs y URLs ...

Cuanto más enlaces tenga una página web o una URL en concreto, más papeletas tendrá de que sea visitada por el crawler de los buscadores.

# HABLEMOS DEL SEO TÉCNICO

## Rastrear

---

### Piensa, analiza y responde

- ¿Un mayor número de enlaces rastreados significará un mejor posicionamiento web?
- ¿Qué tipo de archivos podrá rastrear un crawler?
- En un sitio Web ¿estaremos interesados en que todas las páginas sean rastreadas?
- ¿Podremos saber si Googlebot o cualquier otro crawler ha rastreado mi web?



# HABLEMOS DEL SEO TÉCNICO

## Ejemplo de un fichero log con visitas de bots

```
192.168.1.1 - - [12/Oct/2024:10:25:43 +0000] "GET /blog/ HTTP/1.1" 200 5320 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; Googlebot/2.1; +http://www.google.com/bot.html)"
192.168.1.2 - - [12/Oct/2024:10:26:12 +0000] "GET /about-us/ HTTP/1.1" 200 2987 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; Bingbot/2.0;
+http://www.bing.com/bingbot.htm)"
192.168.1.3 - - [12/Oct/2024:10:27:54 +0000] "GET /contact/ HTTP/1.1" 200 1456 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; YandexBot/3.0; +http://yandex.com/bots)"
192.168.1.4 - - [12/Oct/2024:10:28:05 +0000] "GET /images/logo.png HTTP/1.1" 200 7654 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; Googlebot-Image/1.0;
+http://www.google.com/bot.html)"
192.168.1.5 - - [12/Oct/2024:10:28:43 +0000] "GET /pricing/ HTTP/1.1" 200 3876 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; DuckDuckBot/1.1;
+http://duckduckgo.com/duckduckbot)"
192.168.1.6 - - [12/Oct/2024:10:29:32 +0000] "GET /blog/post1/ HTTP/1.1" 200 5120 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; Baiduspider/2.0;
+http://www.baidu.com/search/spider.html)"
192.168.1.1 - - [12/Oct/2024:10:30:10 +0000] "GET /sitemap.xml HTTP/1.1" 200 1054 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; Googlebot/2.1;
+http://www.google.com/bot.html)"
192.168.1.7 - - [12/Oct/2024:10:31:15 +0000] "GET /blog/post2/ HTTP/1.1" 200 4893 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; AhrefsBot/7.0; +http://ahrefs.com/robot/)"
192.168.1.8 - - [12/Oct/2024:10:31:45 +0000] "GET / HTTP/1.1" 200 3250 "-" "Mozilla/5.0 (compatible; Googlebot/2.1; +http://www.google.com/bot.html)"
```

# HABLEMOS DEL SEO TÉCNICO

## Indexar

---

### Indexación

Proceso mediante el cual los motores de búsqueda organizan y almacenan la información recopilada durante el rastreo para que pueda ser utilizada cuando los usuarios realizan búsquedas.

#### ¿Qué sucede durante la indexación?

- Análisis del contenido: Analizan el contenido de cada una de las páginas rastreadas.
- Almacenamiento en el índice: Guardan en una *súper Base de Datos* una versión optimizada y organizada de las páginas.
- Palabras clave y metadatos: Extraen información relevante como palabras clave, títulos, descripciones y otros metadatos que utilizarán en los resultados de búsqueda (SERPs).



# HABLEMOS DEL SEO TÉCNICO

## Indexar

---

### Factores que influyen en la indexación

- Accesibilidad del contenido.
- Relevancia del contenido
- Estructura de la página

### ¿Cómo saber si una página ha sido indexada?

- Búsqueda directa en Google con **site:tu-sitio-web.com**
- Utilizar *Google Search Console*

Visualiza [https://www.youtube.com/watch?v=MCKj9eLRs\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=MCKj9eLRs_4)

Lee <https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/search-console-start?hl=es-419>



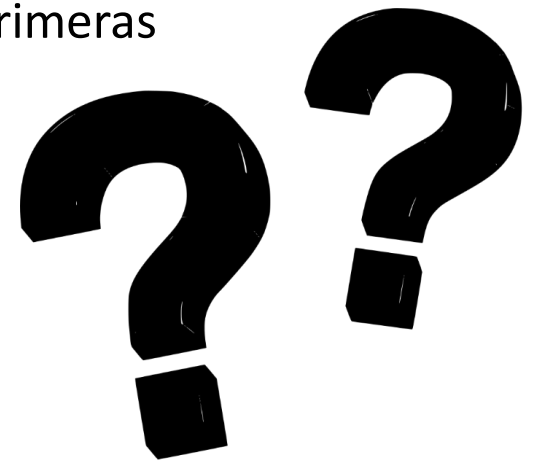
# HABLEMOS DEL SEO TÉCNICO

## Indexar

---

### Piensa, analiza y responde

- ¿Es importante que todas las páginas de un sitio web estén indexadas?
- ¿Qué hacer si una página importante no aparece en el índice de Google?
- ¿Qué diferencia puede haber entre estar indexado y aparecer en las primeras posiciones del buscador?

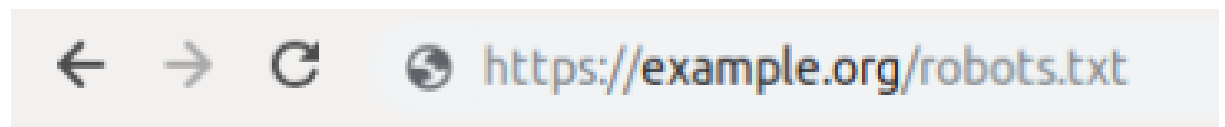
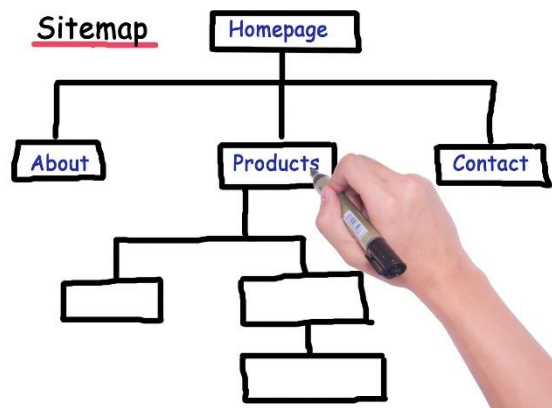


# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

---

Es importante controlar cómo los bots y los motores de búsqueda interactúan con nuestro sitio Web para mejorar la indexación, optimizar el SEO y proteger el contenido sensible.

Para ayudarnos en esa gestión podemos crear los archivos Sitemap.xml y Robotx.txt de nuestro sitio Web.



```
User-agent: *  
Disallow: /wp-admin/  
Allow: /wp-admin/admin-ajax.php
```

# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

---

## Robots.txt

Es un archivo de texto que indica a los bots qué páginas o secciones del sitio deben o no deben indexar.

Debe situarse en la raíz de los sitios. Con ello conseguimos:

- Proteger las áreas sensibles del sitio (como páginas de administración).
- Evitar la indexación de contenido duplicado o irrelevante.
- Mejorar el rendimiento SEO, enfocando la atención de los bots en las páginas relevantes.

Dentro del archivo vamos a poder

- Permitir o bloquear acceso a bots específicos.
- Dar Instrucciones para todos los bots o para bots específicos.



```
User-agent: *  
Disallow: /wp-admin/  
Allow: /wp-admin/admin-ajax.php
```

# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

## Ejemplo de un archivo Robots.txt

User-agent: \*

Disallow: /admin/

Disallow: /privado/

Indica que las instrucciones aplican a todos los bots

Los bots no deben rastrear esas carpetas

User-agent: Googlebot

Allow: /publico/

Se permite el acceso a /publico/ solo para el bot de Google

Sitemap: <https://www.tusitioweb.com/sitemap.xml>

Se incluye la ruta al archivo sitemap.xml

No dejes de consultar <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/create-robots-txt>

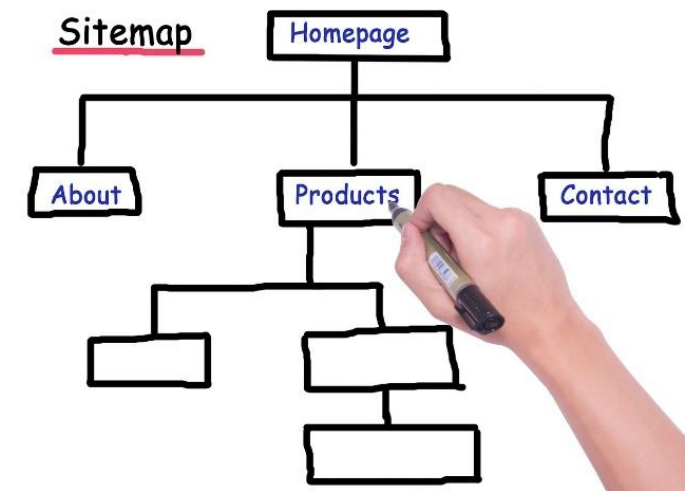
# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

---

## Sitemap.xml

Es un archivo XML que ayuda a los motores de búsqueda a entender la estructura del sitio web, identificando todas las páginas importantes para su indexación.

- Debe situarse en la raíz de los sitios.
- Facilita a los motores de búsqueda encontrar todas las páginas importantes.
- Útil en sitios grandes con muchas páginas que podrían estar "escondidas" o no enlazadas directamente.



# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

## Contenido de Sitemap.xml

- URL de cada página del sitio.
- Última fecha de modificación de cada página.
- Frecuencia de cambios (opcional).
- Prioridad (opcional).

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset
xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>https://www.tusitioweb.com/pagina1</loc>
    <lastmod>2024-10-10</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>https://www.tusitioweb.com/pagina2</loc>
    <lastmod>2024-10-11</lastmod>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>1.0</priority>
  </url>
</urlset>
```

# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

---

## Contenido de Sitemap.xml

Etiquetas básicas siempre presentes

- **<urlset>** : Etiqueta raíz del archivo. Todas las URLs que quieras incluir deben estar dentro de esta etiqueta.
- **<url>** : Contiene la información de cada página que quieres indexar. Una etiqueta **<url>** para cada URL.
- **<loc>** (Localización): URL de la página que quieres que los motores de búsqueda indexen. Etiqueta obligatoria dentro de cada **<url>**.



# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

---

## Contenido de Sitemap.xml

Etiquetas opcionales, pueden o no aparecer

- **<lastmod>** (Última modificación): Indica la fecha en que la página fue modificada por última vez. Ayuda a los motores de búsqueda a saber cuándo revisar la página.
- **<changefreq>** (Frecuencia de cambio): Sugerencia de la frecuencia con la que la página cambia. Puede tomar valores como always, hourly, daily, weekly, monthly, yearly, o never.
- **<priority>** (Prioridad): Asigna una prioridad relativa a la URL en comparación con otras URLs de tu sitio web. El valor varía entre 0.0 y 1.0, donde 1.0 es la máxima prioridad.



# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

---

## Recuerda

- En Google Search Console, puedes enviar y gestionar sitemaps de forma manual. Google revisa estos archivos para rastrear las URLs que has indicado, lo que ayuda a los motores de búsqueda a descubrir e indexar el contenido de tu sitio de manera más eficiente.
- Existen herramientas on line que te ayudan a generar tu sitemap.
- Google no permite enviar ni gestionar el archivo robots.txt desde Google Search Console pero sí facilita un informe, sobre tu archivo robots, para verificar si está bloqueando adecuadamente el acceso a las URLs que desees restringir y si Google lo está interpretando correctamente.

# SITEMAP.XML Y ROBOTS.TXT

---

## Piensa, analiza y responde

- ¿Por qué es importante controlar qué rastrean los motores de búsqueda en nuestro sitio?
- ¿Qué pasaría si no usáramos robots.txt ni sitemap.xml en un sitio grande?
- ¿Cómo afectan estos archivos a la eficiencia del rastreo y la indexación?
- ¿Podemos saber cuánto tiempo tarda Google en rastrear e indexar una web?



# SEO DE CONTENIDOS Y AUTORIDAD

---

## SEO de Contenidos

Se refiere a la creación y optimización de contenido para que sea fácilmente rastreable, indexable y valorado por los motores de búsqueda. El contenido relevante y bien estructurado se posiciona mejor.

Sin buen contenido, el SEO técnico no tiene mucho sentido, ya que el motor de búsqueda quiere ofrecer respuestas útiles y valiosas a los usuarios



# SEO DE CONTENIDOS Y AUTORIDAD

---

## Factores a tener en cuenta del SEO de Contenidos

- **Palabras clave (keywords):** El contenido debe estar orientado a palabras clave que los usuarios realmente buscan.
- **Intención de búsqueda:** La intención del usuario a la hora de buscar es clave. En SEO, se distinguen cuatro tipos principales de intención de búsqueda:
  - **Navegacional:** el usuario busca una página web o sitio, como cuando busca "inicio de sesión de Instagram".
  - **Informativa:** el objetivo es obtener más información sobre un tema o cuestión, como "qué es el SEO".
  - **Comercial:** los usuarios investigan antes de realizar una compra, comparando opciones, como al buscar "mejores cafeteras".
  - **Transaccional:** el usuario ya está listo para realizar una acción, generalmente una compra y busca "comprar zapatilla Nike".

Estas intenciones guían la forma en que las personas interactúan con los motores de búsqueda.

# SEO DE CONTENIDOS Y AUTORIDAD

---

## Factores clave del SEO de Contenidos

- **Contenido de calidad:** Es importante crear contenido relevante, original, bien estructurado (usando subtítulos, listas, etc.) y que resuelva las preguntas o problemas del usuario. El contenido duplicado o superficial no ayuda al SEO.
- **Formato y multimedia:** Los motores de búsqueda valoran no solo el texto, sino también otros formatos como imágenes, vídeos, infografías. Estos elementos mejoran la experiencia del usuario.
- **Actualización constante:** El contenido obsoleto pierde relevancia. Los motores de búsqueda valoran los contenidos actualizados y que sigan siendo útiles.

Con la herramienta [Google Trends](#) puedes consultar temas y búsquedas populares  
¿Qué se está buscando en el mundo en este momento?



# SEO DE CONTENIDOS Y AUTORIDAD

---

## Autoridad

La autoridad se refiere a la credibilidad y confianza que un sitio web tiene para los motores de búsqueda.

Google evalúa la autoridad de dominio (Domain Authority - DA) y la autoridad de página (Page Authority - PA).

Piensa en la reputación de una persona: cuanto más confiable y respetada es, más atención y credibilidad recibe. Lo mismo pasa con los sitios web, un sitio con alta autoridad tendrá mayor visibilidad en los motores de búsqueda ya que es percibido como una fuente fiable y valiosa.



# SEO DE CONTENIDOS Y AUTORIDAD

---

## Factores que determinan la Autoridad

- **Enlaces entrantes (backlinks):** Cuantos más sitios relevantes enlacen a una página, más autoritaria se considera.
- **Calidad vs cantidad:** Un enlace desde un sitio de prestigio vale más que decenas de sitios irrelevantes o poco confiables.
- **Reputación y confianza (E-A-T):** Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness. Es lo que Google usa para evaluar la calidad y credibilidad de un sitio web.
  - **Expertise:** El contenido debe ser escrito por expertos en el tema.
  - **Authoritativeness:** El sitio debe ser reconocido en su sector.
  - **Trustworthiness:** El sitio debe ser confiable (ej. tener HTTPS, ser transparente con la información).
- **Engagement del usuario:** El comportamiento del usuario en tu sitio también afecta la autoridad. La tasa de rebote, el tiempo de permanencia en la página y la interacción (clics, comentarios, comparticiones) envían señales a Google sobre la calidad del contenido



# SEO DE CONTENIDOS Y AUTORIDAD

---

## Herramientas y Recursos

- [Google Search Console](#) para rastreo y robots.txt.
- [Screaming Frog](#) para analizar sitemaps y SEO técnico. Herramienta de escritorio, descarga gratuita
- [Ubersuggest](#) para la investigación de palabras clave. Es una extensión de Chrome gratuita
- [Ahrefs](#), [Moz](#), o [SEMrush](#) para evaluar la autoridad de una web.



**¡Es el momento de explorar y familiarizarse con las herramientas!**

Una excelente forma de hacerlo es investigando algunos de los sitios web más conocidos, como Wikipedia, Amazon y otros ¿Por cuál te gustaría comenzar?

# SEO DE CONTENIDOS Y AUTORIDAD

---

**Piensa, analiza y responde**

- ¿Qué es más importante, el contenido o la autoridad? ¿Por qué?
- Si tienes buen contenido pero no enlaces, ¿crees que tu página se posicionará bien?
- ¿Cómo puede un sitio pequeño competir en términos de autoridad con grandes marcas?

