



Universidad
Tecmilenio®





**Estrategias de
posicionamiento en
buscadores**

**Fundamentos
del SEO on Page**





En este tema conocerás los fundamentos del **SEO on page**, que es precisamente lo que te permitirá hacer funcionar tu página desde el punto de vista de la visualización.

Es importante precisar que, si solo te atrae la parte más programática, debes pensarlo dos veces, ya que ciertamente tendrás que aplicar bastantes criterios creativos. Por lo tanto, es muy importante considerar que será necesario saber aplicar una mezcla de ambas cosas.

Las estrategias SEO reposan sobre un montón de tecnicismos, incluyendo la configuración de sitio. Aunque desde un inicio puede considerarse que su elaboración corresponde a los responsables del área de sistemas, no necesariamente es así, ya que la configuración se relaciona fuertemente a la forma en que se optimiza una página, utilizando los principios básicos de HTML y Javascript (por citar un ejemplo), con los resultados del posicionamiento en los buscadores.





Fundamentos del SEO on Page

Como indica su nombre, **SEO on page** hace referencia al **SEO** dentro de la página. En otras palabras, este término se emplea al hablar de optimizaciones dentro del sitio web, las cuales ayudan a mejorar su posición natural en los buscadores. En contraparte, el **SEO off page** se relaciona con enlaces externos y cuestiones de ese tipo. Por lo general, se considera más importante el primero, aunque un correcto balance ayuda mucho más a construir el posicionamiento.

Existen una multitud de factores de **SEO on page** que Google toma en cuenta. Se iniciará por conocer algunos de sus principales lineamientos para tu contenido, los cuales se enlistan a continuación:

- 1. Semántica web:** por semántica (dentro del contexto de posicionamiento web) se entiende como la diversidad de palabras clave empleadas. Por ende, tu contenido debe ser rico en keywords relevantes y bien empleadas, con una conexión entre ellas.
- 2. Optimización title y description:** cada texto creado debe tener un título y una descripción. No solamente para los artículos de blog, ya que inclusive puede emplearse en los contenidos de las páginas del sitio y demás elementos escritos. Esto ayudará a que Google y los demás buscadores interpreten y posicionen el contenido, además de ayudar al usuario a ubicar lo que está buscando de un solo vistazo.
- 3. Encabezados:** los encabezados sirven para dar estructura a la página interna, pero también cumplen un rol esencial: indican a Google cuáles partes del contenido son más importantes. Para marcarlos, se utilizan etiquetas HTML. Por tanto, la jerarquía se da simplemente en el orden del 1 en adelante:
 - H1: título del texto (en consecuencia, solo debe haber uno).
 - H2, H3, H3: subtítulos con jerarquía subsecuente que, en todos los casos, pueden ser varios.





HTML, CSS, Javascript

“La redacción del texto o copy es importante, pero también aspectos técnicos como el uso de etiquetas semánticas de HTML o el marcado de datos estructurados” (Maciá, 2020).

Asimismo, aun contando con contenido de calidad, en ocasiones estos no se posicionan adecuadamente, debido a la mala estructuración del sitio.

Los lenguajes CSS y JavaScript mejoran la estructura básica del sitio creada a través del HTML; el primero aportando el formato, presentación y estilo; y el segundo brindando funcionalidad a los elementos.



Como especialista en SEO no necesitas saber mucho de programación, pero sí conocer lo básico, ya que al entenderlo evaluarás el gran impacto que tiene el lenguaje HTML en el desempeño de un sitio y su potencial SEO.

Concretamente, a modo de ejemplo, un elemento HTML puede ser el encabezado principal, el cual se indica en el código con la etiqueta de inicio `<h1>` y la etiqueta de finalización `</h1>`. Aterrizando: `<h1>10 cosas que tu gato te comunica con su cola</h1>`.





Elementos on page principales

El **SEO on page** contiene todos los aspectos de tu sitio que pueden ayudar a mejorar su ranking en el buscador. Por ende, encontrarse optimizado es el punto más importante de todos.

Pero, ¿qué significa optimizarlo? En primera instancia, asegurarse de que el **title**, la **meta description** y los **encabezados** condensen toda la intención del sitio, puliéndose con la redacción y el uso de las palabras clave.

Principales elementos del SEO On Page

Title

La keyword protagonista debe estar lo más a la izquierda posible. Se recomienda un sondeo previo, con el fin de saber cómo busca la gente el tema. La longitud óptima es de 40 a 65 caracteres.

Meta description

Es un pequeño párrafo (155 caracteres máximos), describiendo una idea central. Es indispensable colocar la palabra clave principal.

URL

La URL de las páginas/posts a posicionar necesitan también la keyword relevante lo más a la izquierda posible.

Contenido

A Google le gusta mucho el contenido único, es decir, que sea propio y original.

Imágenes

Optimizar las imágenes te ayudará a generar tráfico relevante a través de Google imágenes. Asimismo, aportará relevancia sobre el contenido escrito.

Etiquetas

En el uso de los `<h1>`, `<h2>` y `<h3>`, asegúrate que la palabra clave siempre esté presente.

Atributos

Las negritas y cursivas también son detectadas por Google, pues sus algoritmos interpretan que las palabras con dicho formato son las más relevantes del contenido.

Velocidad

Pareciera algo sin relación, pero la velocidad de carga del sitio también es considerado dentro del SEO.

Enlaces internos

Es importante enlazar nuestras páginas internas para que todo el sitio se indexe correctamente.





SEO on page y contenidos

Instrucciones

1. Lee con atención plena el siguiente caso y responde las preguntas.
Tenemos un blog que habla de cocina, bebidas y alimentos, pero nos hemos quedado sin ideas. Además, debemos tener en cuenta que somos una página que está empezando y no tenemos demasiada autoridad, por lo que nos cuesta posicionar las palabras clave con muchas búsquedas orgánicas. Entonces, ¿sobre qué podrían escribir?, ¿qué título elegirías?, ¿por qué?
2. Lee con atención plena el siguiente caso y realiza lo que se solicita a continuación.
Nos acaban de nombrar encargados del blog de Tecmilenio, por lo que vamos a realizar un texto de guest blogging. Partiendo de los conocimientos obtenidos a lo largo de todo el temario, realiza lo siguiente:
 - a. Elabora un texto orientado a SEO sobre la temática que cada uno decida (relacionada con el blog) y explicar las razones por las que se han elegido el título concreto, los enlaces, entre otros.
 - b. Debes hacer uso de todos los elementos que quieras y puedas. Si decides enlazar algún video existente, indícalo poniendo [VIDEO TITULO DEL VIDEO] y la URL.
 - c. Indica un tema que quieras tratar en un artículo y realiza un pequeño estudio de palabras clave, planteando la estrategia:
 - Top KW a posicionar.
 - KW secundarias a posicionar.
 - La repetición de nuestra Top KW.
 - Variantes naturales que se sugieren en el texto.
 - Información relacionada que normalmente se da al tratar esta temática.
 - d. Respecto al texto del artículo, debes incluirlo en la página creada en la actividad 1.
 - Texto etiquetado correctamente con los headings (h1, h2, h3).
 - Contener como mínimo 500 palabras.
 - Contener mínimo una imagen a la que asignaremos el title.
 - Definir el title.
 - A saber, cualquier otro aspecto de optimización será valorado.
3. Escribe al menos tres conclusiones referente a lo aprendido en el tema y en esta actividad.





Objetivo de la actividad

Aprender a encontrar ideas y generar contenidos de calidad orientados al SEO, además de comprender cómo utilizar las herramientas vistas, y realizar un contenido que esté correctamente optimizado para SEO.

Entregable(s)

- Respuesta a la actividad número 1.
- Redacción del blog y la URL donde podemos encontrarla, así como el title y headings elegidos.
- Conclusiones solicitadas en la actividad.

Criterios de evaluación	Ponderación
<ul style="list-style-type: none">• Analiza la situación presentada para crear y planear un blog que dé solución a la problemática.	20
<ul style="list-style-type: none">• Elabora un texto guest blogging orientado a SEO, relacionado con el blog.	20
<ul style="list-style-type: none">• Elige y elabora el tema a tratar en un artículo, realiza el estudio de palabras claves, planea la estrategia y lo integra al blog.	40
<ul style="list-style-type: none">• Realiza la reflexión de su aprendizaje por medio de tres conclusiones.	20
Total	100





En definitiva, aplicar correctamente las nociones de SEO on page (junto con un contenido de alta calidad) resulta fundamental para el posicionamiento web en Google. No obstante, también será necesario que realices un seguimiento constante, utilizando las herramientas de análisis para detectar las oportunidades de mejora en tu página web.

Después de analizar sobre este tema sabrás que el secreto consiste en una serie de buenas prácticas para optimizar tu sitio, con el fin de obtener una mayor visibilidad en Google y otros motores de búsqueda. Por consiguiente, el objetivo final es escalar posiciones de manera orgánica hasta vencer a tus competidores.

Ahora que conoces el proceso de optimización de SEO on page, así como los objetivos SEO de los lenguajes de programación, y la forma de obtener provecho a los plugins de WordPress, podrás describir el plan de trabajo a desarrollar para crear una tienda de e-commerce, incluyendo la elección de keywords a posicionar.

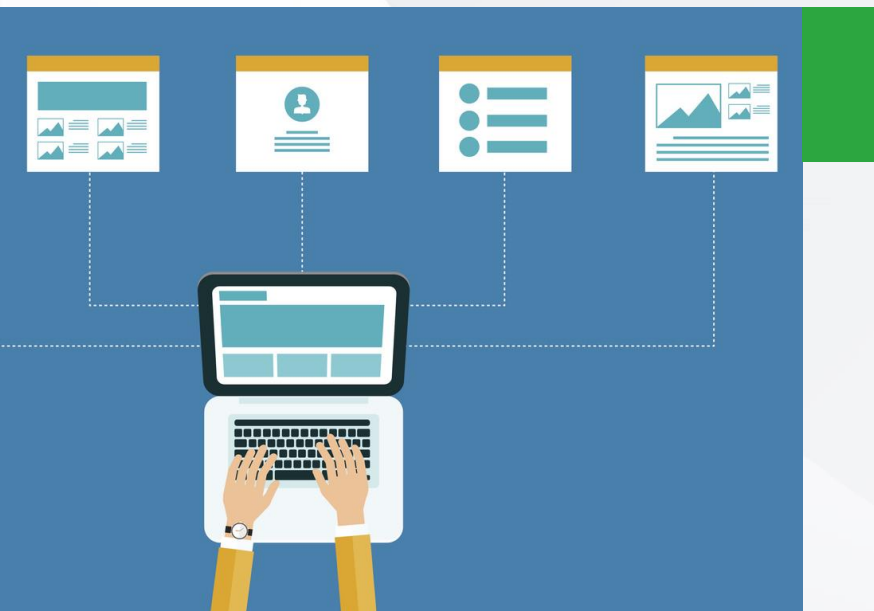




Estrategias de posicionamiento en buscadores

Arquitectura técnica,
información para usuarios y
estructura web





La **arquitectura web** es uno de los pilares de la estrategia SEO, ya que de su correcta planificación tendrás un sitio mejor preparado para su posicionamiento en los principales motores de búsqueda (empezando por Google), ubicándote en un lugar privilegiado dentro de los resultados.

Por ende, con una buena implementación, lograrás encabezar la primera página, es decir, cuando tus usuarios busquen en Google tus palabras clave.

El presente tema analiza cómo estructurar una página web bajo dos perspectivas:

- Haciendo el sitio amigable al usuario (sencilla de navegar).
- Con miras al posicionamiento orgánico en los buscadores.

La **arquitectura** de un website consiste en optimizar su estructura, es decir, en organizar sus páginas interiores, sus URL (direcciones para ingresar a dichas páginas), los enlaces internos, así como todos los elementos que conforman dicha estructura. Asimismo, existen muchas maneras de organizar la estructura web.





Arquitectura técnica para buscadores

Ayala (2020) señala las dos más obvias al abrir un sitio:

Vertical:

es cuando el contenido se despliega desde una sola categoría, añadiendo pasos a Google y al usuario para llegar a las páginas finales.

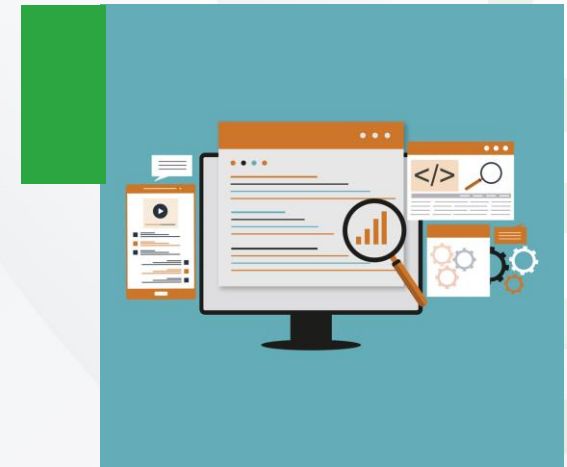
Horizontal:

la web se expande en secciones. Esto significa una menor distancia para llegar a las páginas finales

También se destaca otro tipo de arquitectura que, aun siendo menos evidente en la visualización, es la más común en cuanto a la funcionalidad:

Arquitectura en árbol:

los contenidos se organizan ramificándose desde niveles superiores hacia las inferiores. Es decir, desde la página superior se suspenden las inferiores de la misma temática (tema-subtemas).





Antes de pensar en la experiencia del usuario (user-experience), con el fin de facilitar al visitante la navegación dentro de tu sitio, habrá que priorizar, en primera instancia, a la máquina (los buscadores) para asegurarte de llegar a ese lector, ya que, como en una tienda física, si no tienes un local, no habrá clientes a quienes venderles.

“Nuestra obligación es trabajar en una arquitectura web lógica, intuitiva y cuyo rastreo suponga un camino de rosas para Google” (Redondo, 2020). El autor explica que esta será la forma de ayudar al que lleva la delantera entre los buscadores (y a todos los demás) para identificar las páginas interiores más importantes del sitio, así como a la relación semántica entre ellas.

Por ello, necesitas definir tu arquitectura web con base en un estudio previo de palabras clave, lo cual posteriormente facilitará el proceso cuando ya exista el sitio y su rastreo de este en Internet. Esto significa que será igual de importante la forma (arquitectura) y el fondo (contenido con keywords).

A la hora de diseñar la estructura de tu web, además de hacer tu **keyword research** inicial, será recomendable analizar a tus competidores, ya que con todas estas bases podrás comenzar a definir cómo quedará tu sitio. En este momento es cuando vendrán tus propias decisiones: la agrupación de tus productos o servicios (por temática, ofertas, etcétera).





Redondo (2020) señala que no existe una sola arquitectura web ideal, puesto que cada proyecto es único y sus necesidades de organización de contenidos también (sí existe una arquitectura web ideal para tu sitio, pero dependerá de tus objetivos). No obstante, añade las siguientes contemplaciones para asegurarte de la correcta funcionalidad de tu arquitectura:



1. Categorización de contenidos bien definida.
2. Correcta transmisión de **linkjuice** (técnica SEO para traspasar autoridad a diferentes URL a través de enlaces internos), donde las páginas o secciones más importantes reciben una mayor proporción de este.
3. Ausencia de páginas o secciones huérfanas (aquellas que han perdido referencia a otras páginas de un dominio).
4. Que cada página responda a un contenido único, la cual responda a una intención de búsqueda definida.
5. Pocos niveles de profundidad.





Arquitectura de la información para usuarios

Una vez que se cumplan las condiciones técnicas para satisfacer a Google en su tarea de rastreo, viene lo que podría considerarse una fase 2.

Esta segunda consideración consiste en la **usabilidad**, es decir, la “facilidad que tienen los usuarios para navegar y encontrar lo que buscan dentro de nuestra web” (Naharro, 2018).

Finalmente, se subrayan los consejos aportados por Naharro (2018):

1. Las páginas más importantes del sitio son las que deben ser más fáciles de acceder.
2. El usuario debe encontrar desde *home* todas las facilidades para ingresar a la sección que desea.
3. Ayúdate creando un borrador de la estructura web, jerarquizando tus contenidos web en un diagrama.
4. Responde a las siguientes preguntas para tener una brújula de los pasos que darás:
 - ¿Cuáles serán las categorías principales?
 - ¿Qué subcategorías tendrán esas categorías?
 - ¿Necesitarás más niveles de subcategorías?
 - ¿Se cumple la regla de los tres niveles?
 - ¿El mapa del sitio es fácil para cualquier usuario?
5. Realiza un test (como un sitio de prueba) para ver si realmente es fácil para los usuarios encontrar temas.



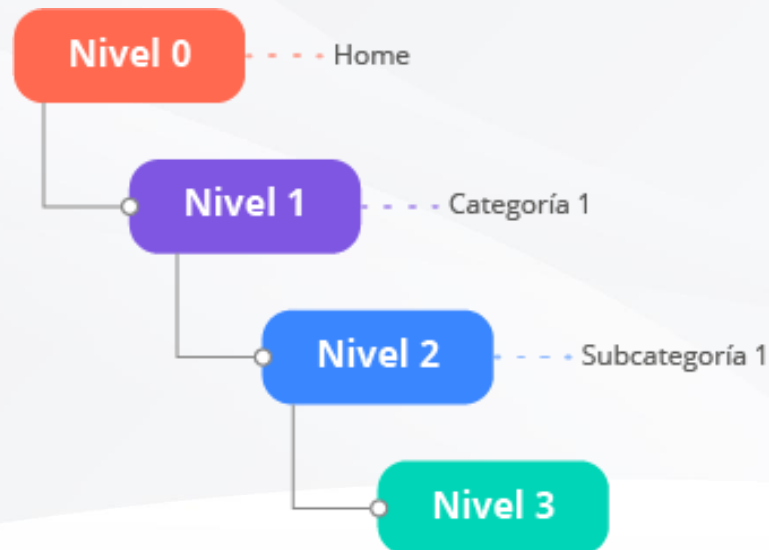


Profundidad y niveles de navegación

Para hacer una arquitectura con optimización de usabilidad, Naharro (2018) sugiere que, en la elección de tu estructura web, a tu visitante no le lleve más de tres clics llegar a la página de producto, ya que entre más fácil sea para el usuario llegar a donde quiere, mejor será su experiencia.



“La profundidad web ayuda a hacer más accesible una web tanto para el usuario como para los crawlers de Google y que ninguno de los dos se sientan perdidos en el site” (Torregrosa, 2020). Por lo tanto, la profundidad web es un concepto que se refiere al número de clics necesarios para llegar a una página concreta desde la página de inicio del website:





Torregrosa (2020) apunta los siguientes criterios significativos para optimizar los niveles de profundidad:

1. Priorizar los contenidos de tu página para que sean más relevantes para tu audiencia.
2. Establecer una jerarquía que determine la relevancia de los contenidos según tus objetivos de negocio.
3. Convertir la experiencia de navegación en una más amigable para los usuarios.

En un ejemplo práctico, una **plataforma de facturación online** debería llevarte desde **home** hasta el tipo de factura electrónica que desees emitir en muy pocos pasos. Si necesitas emitir un complemento de factura educativo para obtener beneficios fiscales por el pago de colegiaturas (exenciones de impuestos), el procedimiento no debería ser más largo que el siguiente:

Home > Facturación > Complementos de factura > Complemento educativo (IEDU)

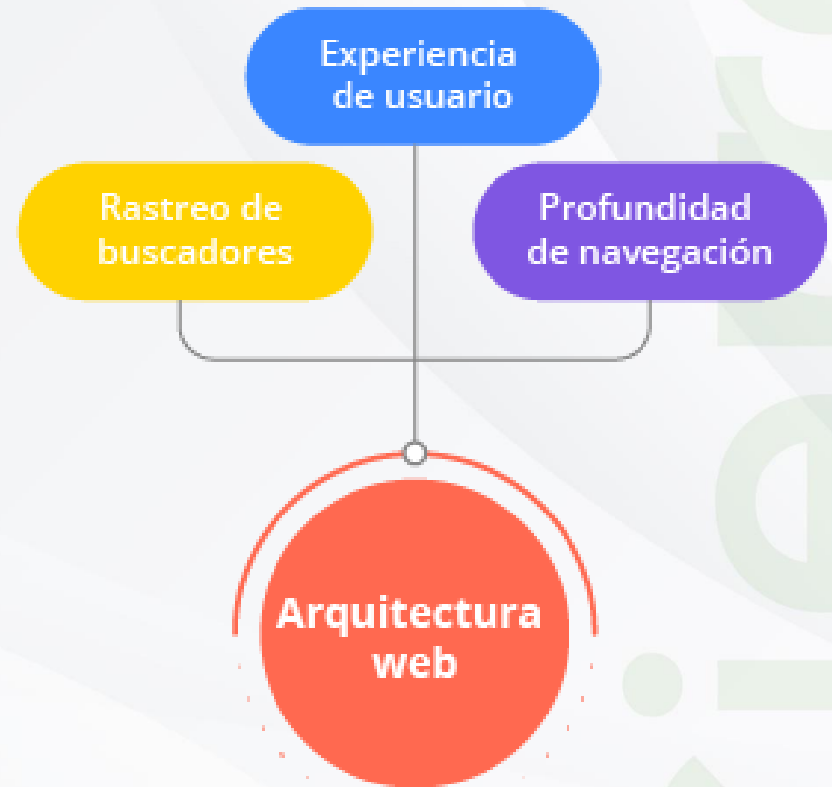




Una de las partes más bonitas de la creación de una página web es darle forma a su estructura. Lo es en todos los sentidos y para todas las partes: para el analista SEO, para el desarrollador web y para el dueño del negocio, ya que cada uno estará muy emocionado al momento de preparar el despliegue de todo lo que se podrá mostrar al usuario al interior del sitio.

No obstante, no te dejes llevar por lo que ya tenías en mente. Recuerda que cada propósito SEO conllevará a una estructura ideal, por lo que debes ser bastante flexible con tu proyecto y saber leerlo entre líneas.

Recapitulando lo analizado en este tema, el siguiente mapa conceptual contiene los elementos que debes tomar en cuenta para diseñar la organización **de tu sitio**:





Actividad 4 Arquitectura técnica y de la información y estructura web

Objetivo de la actividad

Crear una estructura web con una jerarquía lógica, previo a desarrollar una página o tienda online.

Instrucciones

Lee con atención plena el siguiente caso.

Eres responsable SEO de una empresa de mascotas que también vende juguetes, accesorios y comida para animales. Por ende, han decidido que en este año van a renovar la página web y crear una tienda online.

1. Crea la estructura de la web con una jerarquía lógica, definiendo todas las secciones que deberá incluir.
2. Elabora un mapa mental con estructura multinivel y explica el planteamiento del enlazado interno básico (menú de navegación, categorías, fichas de producto y breadcrumbs).

evaluación	Ponderación
<ul style="list-style-type: none">• Propone correctamente una estructura web con jerarquía lógica y adecuada.	20
<ul style="list-style-type: none">• Incluye todas las secciones en su propuesta.	20
<ul style="list-style-type: none">• Elabora un mapa mental adecuado con estructura multinivel.	20
<ul style="list-style-type: none">• Describe de manera breve, correcta y completa el planteamiento de enlace interno básico.	40
Total	100

Entregable(s)

Documento que incluye:

- La estructura web con jerarquía lógica.
- Las secciones que deberá incluir.
- El mapa mental con estructura multinivel.
- El planteamiento del enlazado interno básico.

