



## Cómo Google indexa tu sitio?

En este artículo comentaremos porque es tanpreciado el posicionamiento en Google, repasaremos su algoritmo de indexación y ranqueo, y veremos *tips* necesarios para que tu página aparezca en el buscador.



**AUTOR:**  
**Ana Paula Sabelli**  
Director de Operaciones  
de QKStudio

Profesional con 15 años de experiencia en el mercado de las IT de Argentina y el exterior, se desempeña en empresas de desarrollo de Software de primera línea y actualmente es Director de Operaciones de QKStudio.

Varias encuestas realizadas en US sobre el uso de buscadores sitúan a Google a final de 2009 como el principal buscador utilizado durante dicho año. Las mismas establecen que más del 65% del tráfico que entra a las páginas web proviene de Google. Como así también, que un 82% de las personas que hacen una búsqueda en Google solo ven las primeras 10 páginas que aparecen como resultados. Con estos números en la cabeza, es una muy buena estrategia invertir en rankear un sitio web en la búsqueda orgánica de Google como así también en el resto de los buscadores.

Google se posiciona como la única empresa abocada a desarrollar el “motor de búsqueda perfecto”, definido por su cofundador Larry Page como algo que “comprende exactamente lo que el usuario quiere decir y le entrega exactamente lo que está buscando”. Para esto desarrolló su propia infraestructura de servidores y la tecnología PageRank™ que cambió la mane-

### Artículos de la serie Web 2.0

- 1 Web 2.0 - ¿Qué es realmente?
- 2 Mucho más que Usabilidad y Accesibilidad
- 3 **¿Cómo Google indexa tu sitio?**
- 4 La colaboración de AJAX en la web 2.0

ra de llevar a cabo las búsquedas. Google, determina la relevancia de un sitio a partir de más de 200 factores, uno de los cuales es el PageRank de cada página. Este parámetro representa la importancia que Google asigna a una página en función de los enlaces procedentes de otras páginas web. En otras palabras, cada enlace a una página de un sitio influye en el PageRank del mismo. No todos los enlaces son iguales, Google se esfuerza en mejorar el servicio que ofrece al usuario identificando los enlaces fraudulentos y otras prácticas que influyen negativamente en los resultados de búsqueda. Los mejores enlaces son los que se basan en la calidad del contenido del sitio. A continuación, realiza un análisis de concordancia de hipertextos para establecer qué páginas son relevantes para la búsqueda específica que se esté procesando. Al combinar la importancia general con la relevancia específica respecto de una consulta en particular, Google puede colocar los resultados más relevantes y fiables en primer lugar. Constantemente Google establece reglas nuevas y cada vez es más difícil engañar al buscador para au-

mentar el posicionamiento de un sitio con malas prácticas.

Luego de toda esta introducción vamos a comentar brevemente lo que se necesita para una buena y correcta indexación de un sitio en Google.

Para indexar una página en Google no solo se requiere entrar a <http://www.google.com/addurl> para agregar el sitio, si no que hace falta tener en cuenta otros pasos o estrategias que repasaremos a continuación.

### ¡Contenido, contenido, contenido!

El objetivo de los buscadores, además dicho por Google, es: ofrecer a los usuarios del buscador contenido relevante que responda a su

#### ● A los buscadores les gusta ofrecer contenido reciente!



Anticiparse a las diferencias en la forma de buscar y tenerlo en cuenta mientras se escribe el contenido podría dar muy buenos resultados. Google AdWords ofrece una [Herramienta de palabras clave](#) muy útil que ayuda a descubrir variaciones de palabras clave y muestra también el volumen de tráfico aproximado por una.

> Crear [contenido nuevo periódicamente](#) dirigido principalmente a los usuarios, no a los motores de búsqueda.

> [No copiar contenido que ya existe](#), ya que aportará muy poco valor agregado a los usuarios.

> Evitar tener [versiones duplicadas](#) o muy parecidas en el sitio web.

No insertar una gran cantidad de palabras clave dirigidas a los motores de búsqueda que no tienen sentido y son molestas para los usuarios. Una relevancia de palabra clave del más de 6% será contraproducente y evitar

> tener bloques de texto tipo "errores ortográficos frecuentes usados para llegar a esta página" y [texto escondido para los usuarios](#), pero visible para los motores de búsqueda. Los motores de búsqueda son cada vez más inteligentes y se dan cuenta de todos estos engaños.

búsqueda.

Contenido relevante, es decir, que si una web es la más importante de un tema, por lógica deberá aparecer primera. Entonces, es muy fácil, si una empresa se dedica a los colchones tendría que hacer la web más importante de colchones, y los buscadores la pondrán en primer lugar. ¿No es así? Así es, y si lo hace, prepare el presupuesto de desarrollo web, porque claro, la web más importante puede que sea la más cara.

Entonces, crear contenido interesante y útil será probablemente lo que más influya en el posicionamiento de un sitio web de todos los factores que veremos. Los visitantes van a su sitio porque quieren información, y esa información deben encontrarla rápidamente. A más información de calidad, más satisfechos, y por lo tanto más posibilidades de que vuelvan a la web o de que compren.

### Crear títulos de página únicos y precisos

Una etiqueta title indica tanto a los usuarios como a los motores de búsqueda el tema del que trata una página. Lo ideal es crear un título único, breve y descriptivo para cada página del sitio. El título de la página principal puede incluir el nombre del sitio o negocio y otra información importante. Los títulos de páginas internas del sitio deben describir con claridad de qué trata esa página en concreto y también el nombre de la empresa o el sitio.

### Utilizar la metaetiqueta description

La metaetiqueta description de una página proporciona a Google y a otros motores de búsqueda un resumen preciso sobre el contenido de la página, podría contener un par de frases o incluso un párrafo corto. Es recomendable utilizar descripciones únicas para cada una de las páginas.

### Mejorar la estructura de las URL

Crear categorías descriptivas y nombres de archivo para los documentos del sitio web no sólo puede ayudar a mantenerlo mejor organizado, sino que también podría facilitar el rastreo a los motores de búsqueda. Además, se pueden crear URL más sencillas de linkear. Los usuarios que visitan un sitio pueden sentirse intimidados por URL muy largas y raras con pocas palabras reconocibles. Las palabras deben ser relevantes para el contenido y la estructura del sitio en las URL.

La URL se muestra como parte del resultado de búsqueda en Google, después del título del documento y del fragmento. Las palabras en la URL aparecerán en negrita si coinciden con la consulta del usuario.

Si el sitio es dinámico (asp, php...) hay que utilizar módulos de reescritura de urls (urls amigables).

### Facilitar la navegación en el sitio

La creación de una página web con

una jerarquía bien establecida, en donde todas las secciones de la página estén linkeadas a la página de inicio hacen a la navegabilidad de un sitio web ya que ayuda a los usuarios a encontrar rápidamente el contenido que desean.

Es muy recomendable agregar un mapa del sitio HTML al sitio web y proveer un archivo sitemap XML a los motores de búsqueda, lo que asegurará que encuentren las páginas del sitio web. Usar un archivo sitemap es además una forma de decirle a Google, aunque no de garantizar, que versión de una URL prefieres.

Un mapa del sitio es una página normal en el que se muestra la estructura del mismo, se debe evitar que sea un simple listado y en lugar de eso lo mejor es que esté organizado por tema. Se recomienda utilizar en la barra de navegación siempre texto, ya que si contiene sólo imágenes y animaciones no puede ser encontrado por todos los motores de búsqueda sino sólo por algunos.

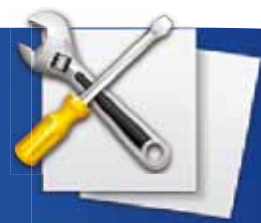
Utilizar la ruta de navegación ("breadcrumb links") que se sitúa en la parte superior o inferior de la página y permite volver a las secciones anteriores o a la página principal.

Por último es conveniente crear una página 404 útil que amablemente guíe a los usuarios a una página en funcionamiento.

### Escribir texto ancla de mejor calidad

El texto ancla es aquél en el que podemos hacer clic y que los usuarios ven como un link. Este texto indica a los usuarios y a Google algo sobre la página a la que se enlaza. Los enlaces puede que sean internos, es decir, que enlacen a otras páginas de tu sitio web, o salientes, que lleven a contenido en otras páginas web. En ambos casos, cuanto mas descriptivo y conciso sea el texto ancla, más fácil será para los usuarios moverse por la página y más fácil será para Google entender la página a la que se esta linkeando.

No es conveniente utilizar la URL como texto



Con las Herramientas para webmasters de Google se puede monitorear la interacción de Google con los sitios e identificar problemas que, si se solucionan, pueden mejorar el posicionamiento en los resultados de búsqueda.

#### Estas son algunas de las actividades que se pueden realizar:

- Ver qué partes de un sitio dificultan el rastreo a googlebot.
- Subir un sitemap .
- Analizar y generar archivos robots.Txt.
- Quitar url que ya han sido rastreadas con anterioridad por googlebot.
- Especificar un dominio preferido.
- Identificar problemas con metaetiquetas title y description.
- Entender las principales búsquedas que los usuarios hicieron para llegar al sitio.
- Tener una idea de cómo ve googlebot a las páginas.
- Quitar enlaces de sitio no deseados.
- Recibir notificaciones sobre incumplimiento de las directrices de calidad y solicitar la reconsideración de un sitio.

*Yahoo! (yahoo! Site explorer) y microsoft (live search webmaster tools) también ofrecen herramientas gratuitas para webmasters.*

ancla, aunque hay algunos usos legítimos, por ejemplo, cuando se quiere promocionar o hacer referencia a un nuevo sitio web.

### Usar las etiquetas de cabecera de forma adecuada (H1, H2, H3)

Las etiquetas de cabecera (no confundirse con la etiqueta HTML <head> o las cabeceras HTTP) se utilizan para ofrecer la estructura de una página a los usuarios. Hay seis tamaños de etiquetas de cabecera, empezando con <h1>, la más importante, y terminando con <h6>, la de menor importancia.

Ya que las etiquetas de cabecera agrandan el texto, esta será una forma de decirle al usuario que un determinado texto es importante. Utilizar muchos tamaños de cabeceras, para crear una estructura jerárquica del contenido, puede hacer más sencilla la navegación del sitio web.

### Optimizar el uso de las imágenes

Las imágenes pueden tener un nombre de archivo definido y un atributo "alt", los cuales deben ser breves pero descriptivos. No es recomendable utilizar nombres genéricos como "imagen1.jpg", "pic.gif" o "1.jpg". El atributo "alt" permite especificar texto que puede aparecer en vez de la imagen, si ésta no puede mostrarse por alguna razón. Si usamos una imagen como link, el texto "alt" será tratado de forma similar a un texto ancla de un link. Sin embargo, no recomendamos usar demasiadas imágenes como links

en la barra de navegación cuando los links de texto pueden funcionar. Por último, optimizar el nombre de archivo de las imágenes y el texto en "alt" hace más sencillo entender mejor las imágenes para proyectos de búsqueda de imágenes como la Búsqueda de imágenes de Google. Es ideal almacenar imágenes en un directorio aislado, ya que simplifica la ruta de acceso.

### Hacer un uso efectivo de robots.txt

El archivo "robots.txt" les dice a los motores de búsqueda a qué partes de tu sitio pueden acceder y rastrear y a cuáles no. Este archivo se debe llamar "robots.txt", y tiene que estar en el directorio raíz del sitio.

```
.....
USER-AGENT:*
DISALLOW: /IMAGENES/
DISALLOW: /BUSQUEDA/
```

Este ejemplo indica que cualquier motor de búsqueda (señalados con el carácter comodín\*) que siguen las normas no deberían acceder ni rastrear el contenido bajo el directorio /imagenes/ ni /busqueda/.

.....

Las Herramientas para webmasters de Google tienen un sencillo generador de robots.txt para ayudar a crear el archivo. Hay que tener en cuenta que si el sitio usa subdominios y se necesita que algunas páginas no sean rastreadas para ese subdominio, habrá que crear un archivo robots.txt específico de ese subdominio.



## Tener en cuenta rel="nofollow" para los links

Establecer el valor del atributo "rel" de un link a "nofollow" le dice a Google que algunos links del sitio no deben seguirse ni pasar la reputación de tu sitio a las páginas con las que linkea.

¿Para qué puede servir esto? Por ejemplo, si un sitio tiene un blog con los comentarios públicos activados, los enlaces de esos comentarios pueden pasar la credibilidad a páginas con las que no se quisiera linkea. Las páginas de comentarios en blogs son muy susceptibles de recibir comentarios spam. Enlazar a sitios que Google considera spam puede afectar a la reputación de un sitio.

## Promocionar el sitio de manera correcta

Aunque la mayoría de los links hacia un sitio llegarán gradualmente a medida que la gente descubra el contenido mediante búsquedas u otras fuentes que linkean a una página, la promoción efectiva de nuevo contenido tiene como consecuencia una más rápida difusión del trabajo hacia aquellos que estén interesados en el tema. .

Para esto se puede:

- Escribir un blog sobre servicios o contenido nuevos. Los resultados de Google integran en su página principal muchísimas referencias a blogs. Su nivel de rastreo es inferior a una hora y normalmente los visitan de manera diaria. Esto

aporta dinamismo a los resultados, aumenta el posicionamiento y, de manera independiente, genera más información en el sitio, lo cual es útil para el usuario del mismo.

- Promocionar el sitio más allá de la Red, lo cual puede ser muy provechoso.

- Conocer los sitios de redes sociales, los cuales han permitido poner en contacto a gente interesada en ciertos temas con contenido relevante.

- Añadir el negocio al Local Business Center de Google e intentar llegar a los que estén en una comunidad cercana es muy beneficioso.

Como hemos visto existen muchos puntos para tener en cuenta a la hora de posicionar un sitio web en Google y este artículo solo contempla los puntos básicos para iniciarse en el tema. Existen muchos más detalles técnicos en los cuales se pueden profundizar para mejorar el posicionamiento de un sitio y no es posible explicarlos en un solo artículo, pero esperamos que este sea un buen punto de partida.

### Referencias para "further reading"

Recursos de Google para ayudar a mejorar el posicionamiento Web:

**Herramientas para webmasters:** <http://www.google.com/webmasters/tools/>

**Google Analytics:** <http://www.google.com/analytics/>

**Google Website Optimizer:** <https://www.google.com/weboptimizer>

**Herramienta para palabras clave:** <https://adwords.google.com.ar/select/KeywordToolExternal>

**WordTracker:** <http://www.google.es/trends>

**WordTracker para sitios:** <http://trends.google.com/websites>

**Foro de Google para webmasters:** <http://www.google.com/support/forum/p/Webmasters?hl=es>

**Blog de Google para Webmasters:** <http://googlewebmaster-es.blogspot.com>

**Centro para webmasters de Google:** <http://www.google.com/support/webmasters/>