

Posicionamiento web: técnicas y pasos para alcanzar las primeras posiciones en los motores de búsqueda

Joel Ramírez Picado ¹

Resumen

El presente artículo muestra la necesidad que tienen las empresas de poseer un sitio web bien posicionado en los motores de búsqueda. Se analizan las ventajas de tener un sitio web que aparezca en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda, y las desventajas de no tenerlo. Además, se explican los términos como "PageRank", "Sitemap" y otros, los cuales son sumamente importantes para el posicionamiento web; y se explica cómo identificar las palabras clave de una página web y sacarles el máximo provecho.

Finalmente, se analiza una serie de técnicas que ayudan a mejorar la posición de un sitio en los buscadores de Internet, tales como la optimización del título, la creación de enlaces, el uso de las imágenes, la densidad de las palabras clave y demás.

Palabras clave

Posicionamiento web / motores de búsqueda / optimización web / webmaster / diseño de páginas web.

Abstract

It presents the companies need to own a well positioned website in the search engines. The advantages of having a web site appearing at the top of the search results are shown, as well as the disadvantages of not having it.

It explains terms such as "PageRank", "Sitemap" and others, which are extremely important for web positioning. Besides, it explains how to identify the keywords of a web page and get the maximum benefit out of them.

Finally, we analyzed a series of techniques that help improve a website's position on the Internet search engines, such as optimizing the title, creating "links", using images, the density of keywords and so on.

Key Words

Web positioning / search engines / web optimization / webmaster / web design.

Introducción

La elaboración de un sitio web no debe basarse únicamente en el conocimiento que se pueda tener del lenguaje HTML o en herramientas como Flash y Dreamweaver. De nada sirve tener una página web bien estructurada, con gráficos e

imágenes atractivos, con información relevante y fácil de usar por el usuario final, si al final de cuentas, el sitio no recibe visitas. Es alarmante cómo muchas empresas e instituciones pierden numerosos clientes potenciales, por el simple hecho de no prestar atención a crear una página web de calidad.

Según un estudio llevado a cabo en abril del 2006 acerca de las tendencias de los usuarios del Internet, el 62% de los usuarios hacen clic sólo en la primera página de resultados de los buscadores, y el 90% lo hacen hasta la tercera página (iProspect, 2006). Esto quiere decir, que si nuestro sitio web no está apareciendo en las primeras tres páginas de resultados de las búsquedas, estamos perdiendo el 90% de los visitantes potenciales. Peor aún, si no estamos apareciendo en la primera página de resultados, es decir, en los primeros 10 sitios, un poco más del 60% de los usuarios nunca visitaría nuestra página web. Por el contrario, si nuestra página está apareciendo dentro de los primeros 30 resultados de búsqueda, tenemos grandes probabilidades de que nuestro sitio sea visitado, aunque la probabilidad irá disminuyendo a medida de que nuestro sitio se vaya alejando cada vez más del primer lugar.

Por esta razón, es sumamente importante para todo "webmaster", conocer cómo desarrollar sitios web que se adapten a los motores de búsqueda que existen en Internet, con el fin de que puedan aparecer en las primeras posiciones de acuerdo con algunas frases o palabras clave determinadas.

En el presente artículo se enumeran los pasos que se deben seguir para que un sitio web pueda alcanzar las primeras posiciones en los buscadores de Internet. La mayoría de las técnicas que se detallan se mencionan tomando en cuenta al buscador más popular en Internet actualmente: Google (Pérez, 2005), aunque también son útiles para los demás buscadores.

¿Por dónde empezar?

Una vez que se tiene desarrollado el sitio web por completo y está funcionando en línea, lo primero que se debe hacer es enviar la URL del sitio a

¹ Licenciado en Ingeniería en Informática con énfasis en Administración de Recursos Tecnológicos, ULACIT. Correo electrónico: joelrp@gmail.com

los diferentes buscadores de Internet. Cada buscador provee, de forma gratuita, una dirección en Internet, a la cual se envía la información de los sitios que se desea indexar. A continuación se detallan las direcciones de los buscadores más populares e importantes en Internet, en la actualidad:

Google:

<http://www.google.com/addurl.html>

Yahoo:

<https://siteexplorer.search.yahoo.com/submit>

Microsoft:

<http://search.msn.com/docs/submit.aspx>

Hasta este momento, hemos agregado nuestro sitio web a los diferentes buscadores, esto permitirá que en el próximo rastreo que estos hagan por todo Internet, puedan ingresar a nuestro "website" y agregar algunas o todas las páginas a sus bases de datos. En este punto, podemos asegurar que nuestra página web está apareciendo en las búsquedas que se hacen en Internet, pero esto no implica que esté apareciendo en los primeros lugares. Para esto se deben seguir algunos pasos más y conocer de forma más detallada varios aspectos entre los que encontramos el "PageRank".

¿Qué es el "PageRank"?

El "PageRank" es un valor que Google le asigna a cada una de las páginas que tiene indexadas dentro de sus bases de datos. La forma de asignar este valor depende del algoritmo desarrollado por los fundadores de Google, Larry Page y Sergey Brin, en la Universidad de Stanford en 1998.

El "PageRank" asignado a una página web puede contener valores entre 0 y 10, en donde las páginas más importantes son las que tienen valores más altos. Cuanto mayor sea el "PageRank" de una página, mayor es la probabilidad de aparecer en los primeros lugares de Google.

La manera en que trabaja el algoritmo de "PageRank" está basada en los enlaces o "links" que se encuentran por toda la red de Internet. Cuando una página A contiene un enlace hacia

una página B, se puede decir que la página B obtuvo un voto de la página A. Con esto se puede suponer que entre más enlaces haya hacia una página, mayor será el "PageRank" que Google le asigne. Esta afirmación es correcta, pero no del todo, porque Google calcula el valor del PageRank basado no sólo con base en la cantidad de enlaces, sino en la calidad de los enlaces que apuntan hacia una página web. De tal manera que los votos que se reciban de páginas con un "PageRank" alto, serán más valiosos que los de páginas con un "PageRank" más bajo (Google, 2008).

Si nuestra meta es alcanzar los primeros lugares en las búsquedas en Internet, debemos procurar hacer todo lo posible para lograr un "PageRank" cada vez mayor, consiguiendo muchos enlaces de calidad que apunten hacia nuestro sitio web. Sin embargo, estos enlaces deben estar relacionados con los términos de búsqueda de la consulta, de otra forma no servirán de mucho. Por esta razón es que se deben buscar enlaces con páginas que generen información similar o complementaria a la de nuestro sitio web.

Para poder averiguar cuál es el "PageRank" de una página determinada, se puede instalar la barra de herramientas de Google², en la cual se indica el "PageRank" asignado a la página que se está visitando. También puede visitar la página <http://www.mipagerank.com/> en la cual puede consultar el "PageRank" de un sitio web en línea.

La siguiente lista muestra algunos de los sitios web con mayor "PageRank" en Internet (Vivian, 2006):

- [Adobe.com](http://adobe.com)
- [Apache.org](http://apache.org)
- [Apple.com](http://apple.com)
- [Cisco.com](http://cisco.com)
- [Google.com](http://google.com)
- [IBM.com](http://ibm.com)
- [Macromedia.com](http://macromedia.com)
- [Microsoft.com](http://microsoft.com)
- [NASA.gov](http://nasa.gov)
- [W3.org](http://w3.org)

² Para descargar la barra de herramientas de Google, puede visitar la siguiente dirección: <http://toolbar.google.com/>.

El protocolo “Sitemap”

El Protocolo “Sitemap” es un archivo en formato XML que contiene las URL de un sitio web y sirve para informarle a los motores de búsqueda la estructura de nuestro sitio y cuáles páginas se deben rastrear (Google, 2006a).

Es importante mencionar que el tener un archivo “Sitemap” no garantiza obtener los primeros lugares en los buscadores. Inclusive, puede haber sitios que no tengan un “Sitemap” y que aparezcan en las primeras posiciones, entonces, ¿para qué es importante un archivo “Sitemap”? Un “Sitemap” es importante para sitios en los cuales no se puede llegar a todas sus páginas siguiendo los “links” internos del sitio; esto se presenta, por ejemplo, en páginas que utilizan Flash o Javascript. También es importante para sitios que contienen gran cantidad de páginas y es muy probable que los buscadores no puedan indexar la totalidad de ellas.

Recordemos que la forma como trabajan los buscadores es indexando las páginas que van visitando y se trasladan a otras páginas siguiendo los enlaces HTML que contienen. Cuando se presenta el caso de que los motores de búsqueda no pueden rastrear todas las páginas de un sitio, es necesario el uso de un archivo “Sitemap”.

Es muy recomendable mantener actualizado el “Sitemap” de nuestro sitio para que los buscadores puedan conocer rápidamente los cambios y páginas nuevas que hemos agregado. Los motores de búsqueda visitan, cada cierto tiempo, los archivos “Sitemap” que tienen registrados y rastrean las páginas que encuentran en ellos, lo que ayuda a indexarlas más rápidamente.

El archivo “Sitemap” se debe colocar dentro del directorio de archivos de nuestro sitio web y solamente puede contener páginas que concuerden con nuestro dominio, por lo tanto, no se pueden agregar páginas de otros sitios. Un

ejemplo de cómo debería aparecer un archivo “Sitemap” dentro de nuestro sitio, es de la siguiente manera: <http://www.misitioweb.com/sitemap.xml>. Esta URL se debe enviar a los buscadores, indicándoles que es la dirección de nuestro “Sitemap”.

Como se dijo anteriormente, los archivos “Sitemap” son creados con el formato XML, lo cual permite que puedan ser elaborados inclusive con un editor de textos como el Notepad. A continuación se presenta un ejemplo de la información que debe contener:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
< urlset xmlns=" http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  < url>
    <
loc>http://www.misitioweb.com/index.html</loc>
    < lastmod>2008-01-01</lastmod>
    < changefreq>monthly</changefreq>
    < priority>0.8</priority>
  </url>
</urlset>
```

En la siguiente tabla se explica cada una de las etiquetas XML de un archivo “Sitemap”:

Tabla 1. Etiquetas de un archivo “Sitemap”

<urlset>	obligatorio	Encapsula el archivo y hace referencia al protocolo estándar actual.
<url>	obligatorio	Etiqueta que contiene las características de una URL.
<loc>	obligatorio	Dirección o URL de la página.
<lastmod>	opcional	Fecha de la última modificación del archivo.
<changefreq>	opcional	Frecuencia con la que puede cambiar esta página. Valores aceptados: <ul style="list-style-type: none"> • always • hourly • daily • weekly • monthly • yearly • never
<priority>	opcional	Prioridad que tiene la página con respecto a las demás páginas del sitio. Los valores aceptados van desde 0,0 hasta 1,0.

Fuente: (Google, 2006a)

Los archivos “Sitemap” pueden ser creados manualmente, utilizando un editor de texto y agregando cada una de las páginas de nuestro sitio, o automáticamente, utilizando un generador “Sitemap” (Google, 2006b), el cual es un programa que se instala en el servidor web, se ejecuta y crea automáticamente el archivo con todas las URL del sitio. Existe también otra

posibilidad de crear un archivo "Sitemap", para ello se pueden visitar páginas como <http://www.xml-sitemaps.com/> en donde, introduciendo el dominio de nuestro sitio, permite generar en línea el archivo con todas las páginas de este.

La importancia de los archivos "Sitemap" y qué tienen que ver con el posicionamiento web, radica en que permiten indexar más rápidamente todas las páginas de nuestro sitio, lo que ayuda a que aparezcan más rápido en los buscadores.

Identificando palabras y frases claves

Como se mencionó al inicio, la gran mayoría de los usuarios de Internet no verán más allá de las primeras tres páginas de resultados de los motores de búsqueda. Esto hace que el proceso de identificación de las palabras y frases por las cuales queremos ser encontrados en Internet, tome gran importancia.

Identificar las palabras claves es uno de los pasos más importantes para lograr un buen posicionamiento web. A partir de ellas tenemos la base para empezar a trabajar en cada una de las páginas de nuestro sitio. Las palabras clave son la materia prima y la información más importante para posicionar un sitio web.

El proceso para establecer las palabras y frases claves de nuestro sitio web no debería ser algo difícil. Lo que se debe hacer es analizar detenidamente el contenido y resumir en pocas palabras de qué trata nuestro sitio. Sabiendo cuál es el objetivo principal de un sitio web, podemos determinar fácilmente las posibles palabras claves.

En el momento en que se están analizando cuáles palabras claves son las más apropiadas para el sitio web, se debe pensar en los clientes potenciales y cuáles palabras usarían ellos para encontrar nuestro sitio. Al fin de cuentas ellos serán los que visiten el sitio y por lo tanto es importante conocer de antemano sus tendencias y comportamiento.

Dentro de un sitio web se deben definir dos tipos de palabras y frases clave: unas que identifiquen a todo el sitio y otras que identifiquen a cada una de las páginas. Esto es importante, ya que las palabras que se han seleccionado para definir el sitio deben aparecer dentro de cada una de las

páginas; mientras tanto, cada página individual debería promocionar sus propias palabras clave.

La mejor forma de posicionar un sitio web en Internet es utilizando frases clave en lugar de palabras clave separadas. Por ejemplo, es más fácil optimizar una página para la frase "venta de celulares en Costa Rica", que para la palabra "celulares".

Utilizar palabras clave para posicionar un sitio web representa un reto prácticamente imposible de lograr. Si buscamos en Google la palabra "celulares", nos da como resultado aproximadamente 37 millones de páginas encontradas; sin embargo, si hacemos la búsqueda por "venta de celulares en Costa Rica", la cantidad de páginas encontradas baja aproximadamente a 250 mil. Con este pequeño ejemplo podemos observar que es más fácil posicionar una frase en lugar de una palabra, ya que se debe luchar contra menos competencia.

Además de lo que ya hemos visto, utilizar frases clave es lo mejor para posicionar un sitio web, porque es la forma como efectúan las búsquedas los usuarios de Internet. Los usuarios saben lo que están buscando y utilizan frases detalladas para obtener los resultados más precisos. Si un usuario quiere comprar un celular, no buscará la palabra "celulares" porque es muy general y no le va a proveer resultados útiles; por el contrario, muy probablemente utilizará una frase como "celular sony ericsson k800i en Costa Rica".

Un aspecto por considerar es que a mayor popularidad de la palabra o frase clave, mayor será la competencia que debemos enfrentar. Es por esta razón que nuestro objetivo debe ser encontrar frases que tengan mucha demanda por parte de los usuarios, pero que no generen mucha competencia. Para esto podemos hacer uso de la herramienta para palabras clave de Google³.

La herramienta para palabras clave de Google es un instrumento muy útil que nos ayuda a definir las mejores frases clave para nuestro sitio web. Dada una serie de palabras clave, la herramienta es capaz de analizar la información y sugerir una gran cantidad de palabras y frases claves

³ La herramienta para palabras clave de Google se puede encontrar en la siguiente dirección:
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

similares. Además de esto, para cada una de ellas indica la competencia del anunciante, es decir, qué tan frecuente es usado ese término en otras páginas web; y el volumen de búsquedas promedio, que nos indica, qué tan buscado es ese término por los usuarios. Utilizando esta herramienta, podemos escoger frases que tengan poca competencia pero gran volumen de búsquedas.

Una vez que hemos definido claramente las frases claves de nuestro sitio web, es necesario aplicar una serie de técnicas y recomendaciones que ayudarán a mejorar su posición en los resultados de los motores de búsqueda.

Optimización del título de una página web

El título es la información que aparece, generalmente, en la parte superior izquierda de cada página web. El título es una de las principales fuentes de información para los buscadores de Internet, por esta razón, es que se le debe prestar mucha importancia, trabajo y dedicación, para poder optimizarlo de la mejor manera posible (Google, 2007a).

El título de una página web se declara en el código HTML, dentro de la etiqueta <Title> y se especifica de la siguiente forma:

```
<head>
<title>Este es mi título</title>
</head>
```

El título es muy importante porque aparece en los resultados de las búsquedas. Cuando efectuamos una búsqueda en Internet, la mayoría de los buscadores muestran 3 partes importantes: el título, una descripción breve (2 renglones) y la URL de la página. Los motores de búsqueda tratan de acoplar los criterios de la búsqueda con las páginas que tienen en sus bases de datos, de tal forma que las páginas que contengan las palabras por buscar, en el título, en el texto e inclusive en la URL tendrán un puntaje mayor y más probabilidades de aparecer en los primeros lugares.

Buscadores como Google o Yahoo le otorgan mucho valor a la información que aparece en el título de una página web, porque se supone que la información que ahí se indica, resume lo que se va a encontrar en el texto. Por esta razón es que si se realiza una búsqueda y los términos se

encuentran dentro del título de mi página, es muy probable que aparezca en los primeros lugares para esa búsqueda.

Tomando en cuenta que el título de una página es muy importante para los buscadores, debemos procurar que nuestras palabras y frases claves, las cuales nuestros visitantes potenciales utilizarán para encontrarnos en Internet, aparezcan en los títulos de las páginas de nuestro sitio web. No obstante, se debe tener cuidado de no abusar de esto y poner demasiadas palabras clave, ya que los buscadores no lo recomiendan.

La función del título consiste en describir, concisa y detalladamente, el contenido de una página web; por ejemplo, el título "Quiénes somos" no proporciona información detallada de la página, ni información de la empresa o institución, ni palabras claves importantes que ayuden a posicionar la página en los buscadores.

Los títulos de cada página deben tener la finalidad de atraer visitantes al sitio, deben despertar el interés de las personas. Los títulos deben hacerse pensando en las personas y no en los motores de búsqueda. Este es uno de los errores en que muchos "webmasters" incurrir, pues tratan de llenar el título con muchas palabras clave que al final crean un sitio poco interesante para el público. Además, se corre el riesgo de que los buscadores piensen que se trata de una página fraudulenta.

Otro error que se presenta muchas veces es dejar el mismo título en todas las páginas de un sitio, lo que le quita el enfoque y no le ayuda en el posicionamiento de cada una de las páginas. Se debe procurar que cada una de las páginas de nuestro sitio web posea un título diferente y que describa propiamente la página en cuestión.

Como se ha dicho anteriormente, los títulos deben ser concisos, resumidos, no deben ser muy extensos. De hecho, si se revisan los resultados en Google, podemos observar que muestra prácticamente los primeros 70 caracteres del título; y si lo hacemos con Yahoo, los primeros 80 caracteres. De esto podemos rescatar que un título muy largo no será de mucho provecho y lo mejor será mantenerse dentro del rango de los 70 caracteres.

A continuación se muestran varios ejemplos de los títulos que se pueden utilizar en una página web:

Opción mediocre:

```
<title>Página Principal</title>
```

Esta clase de título nunca se debe usar porque no proporciona información relevante del sitio. Títulos como “Quienes Somos”, “Productos”, “Clientes” u otros puede que sean comprensibles estando dentro del sitio, pero para un motor de búsqueda no tendrán suficiente peso para aparecer en los primeros lugares. Inclusive para una persona que está haciendo una búsqueda en Internet, le parecerá de muy poco interés el contenido de una página cuyo título sea “Página Principal” y muy difícilmente querrá hacer clic para entrar y ver la información.

Opción buena:

```
<title>Celulares PhoneCR.com</title>
```

Esta opción está mucho mejor que la anterior porque al menos proporciona el nombre de la empresa; sin embargo, no es el mejor título que una página pueda tener. Primero que todo, puede ser que el nombre de la empresa no sea muy conocido, por lo tanto, no habrá muchas personas buscando en Internet con ese nombre; segundo, no se tiene una descripción general de lo que trata la página. Por estas razones, tampoco es una buena opción optar por este tipo de títulos, si lo que se quiere es obtener los primeros resultados en las búsquedas de Internet.

Opción óptima:

```
<title>Celulares PhoneCR.com | Venta de teléfonos celulares en Costa Rica</title>
```

Esta tercera opción es la más recomendable y que más califica para aparecer en los primeros lugares en una búsqueda en Internet. La información que provee es descriptiva: presenta el nombre de la empresa, indica la actividad a la que se dedica la empresa, incluso nos dice el lugar en donde se realizan sus negocios (Costa Rica). Es importante destacar aquí el uso de las palabras y frases claves; por ejemplo, podemos observar las frases “venta de teléfonos”, “celulares en Costa Rica”, “Venta de teléfonos celulares en Costa Rica”. Si una persona decide buscar la frase “Venta de teléfonos celulares en Costa Rica”, muy probablemente esta página

aparezca en la primera página de los resultados del motor de búsqueda. Por eso es tan importante saber identificar las palabras y frases claves y agregarlas a los títulos de las páginas web.

Opción no recomendada:

```
<title>Venta teléfonos celulares Costa Rica venta celulares nokia celulares motorola sony ericsson gsm tdma mp3 cámara venta artículos electrónicos Costa Rica teléfonos móviles</title>
```

Esta última opción no se recomienda porque los buscadores podrían catalogar la página como “web Spam”⁴ y, en el peor de los casos, eliminar el sitio de sus bases de datos. Además, este título tiene varios problemas: contiene muchas palabras claves, es demasiado largo y no está enfocado los visitantes del sitio.

Utilizando los “Meta Tags”

Contrario a lo que muchos piensan, el uso de los “Meta Tags Keywords y Description” no ayuda a mejorar la posición de un sitio en los buscadores. Así lo deja ver el motor de búsqueda Google en su Centro de Asistencia para “webmasters”: “Aunque el uso de descripciones de metaetiquetas precisas puede mejorar el número de clics, no afecta al ranking del sitio en los resultados de búsqueda” (Google, 2007b).

A pesar de esto, es recomendable utilizarlos en cada una de las páginas de nuestro sitio. Por ejemplo, el “Meta Tag” “Description” es utilizado por los buscadores para describir la página que aparece en sus resultados de búsqueda, por lo tanto, una buena descripción podría generar un mayor número de visitantes.

Mejorando las URL de nuestro sitio

La URL de una página web es uno de los tres elementos que se muestran en los resultados de una búsqueda en Internet. Recordemos que además aparecen el título y una breve descripción de la página.

Como podemos ver, la información de la URL es importante para el posicionamiento web, por lo tanto, se debe poner especial atención a los

⁴ “Web Spam”: conjunto de técnicas utilizadas para atribuir ilegítimamente importancia a una página. (Gomes, 2008).

nombres de cada una de las páginas de nuestro sitio web.

Las URL deben ser descriptivas y concisas, e informar claramente de qué trata la página con sólo ver su nombre. Se debe evitar el uso excesivo de palabras.

Algunos ejemplos de URL se muestran a continuación:

12345abcde.html
 celularessonyericsson.html
 celulares_sony_ericsson.html

Estos tres ejemplos presentan una serie de problemas que son muy comunes en los nombres de las páginas de muchos sitios. El primero de ellos no es entendible para el usuario, por lo tanto no es una palabra que se pueda promocionar. El segundo contiene las palabras clave pegadas, sin espacios, por lo que los buscadores las tomarán como una sola palabra. El tercer ejemplo presenta el mismo problema del segundo, aunque las palabras están separadas por el carácter “underscore” (_), para los buscadores se trata de una sola palabra.

El mejor método para nombrar las páginas de nuestro sitio es separando las palabras con guiones (-) (Cutts, 2006). Los buscadores interpretan los guiones como separador de palabras, por ende, podrán distinguir el siguiente nombre de archivo como una frase de tres palabras.

celulares-sony-ericsson.html

Como hemos podido ver, en los nombres de cada página se pueden colocar las palabras clave de nuestro sitio. Sin embargo, se deben usar con moderación y no abusar poniendo una gran cantidad de palabras.

La mejor forma de hacer enlaces hacia nuestro sitio

Como se ha dicho anteriormente, una de las formas en que una página web puede aumentar su “PageRank” y por ende su posición en los buscadores, es por medio de los enlaces que tiene desde otras páginas.

En la mayoría de los casos, este tipo de enlaces nos muestra la URL del sitio que están

vinculando, por ejemplo: <http://www.misitioweb.com>. Esto está correcto, pero existe una mejor manera de hacerlo para sacarle el máximo provecho.

La mejor forma de hacer enlaces hacia nuestro sitio es utilizando las frases clave que queremos posicionar en los buscadores. En lugar de ofrecer únicamente la URL de nuestro sitio, podemos indicar una de las frases clave que hemos seleccionado.

El código HTML ofrece la posibilidad de hacer esto de forma muy sencilla. A continuación se muestran dos opciones para hacer uso de esta técnica.

Opción buena:

```
<a href="http://www.phonecr.com">www.phonecr.com</a>
```

Esta opción es la que la mayoría de sitios web suelen utilizar para referenciar a otra página web. Lo que una persona vería es “www.phonecr.com”. Como hemos visto no es la mejor opción.

Opción óptima:

```
<a href="http://www.phonecr.com">Celulares en Costa Rica</a>
```

Esta es la mejor opción. Como podemos ver, es el mismo enlace a la página pero cambia, en comparación con el otro, en que no presenta la URL del sitio, sino la frase clave “Celulares en Costa Rica”.

Los motores de búsqueda, cuando hacen el rastreo por todo Internet, toman las palabras y frases que aparecen en los enlaces y los asocian a las URL, lo que ayuda a posicionar el sitio para las frases clave que hemos identificado. Cuantos más enlaces tengamos asociados, utilizando una frase clave en particular, más importante será la página para los buscadores y por ende se podrá contar con una mejor posición en los resultados (FriendlySEO, 2008).

Una de la mejores formas de aplicar esta técnica es escribiendo entradas en “blogs” y foros reconocidos, e ingresar el enlace junto con la frase clave hacia nuestra página.

¿Cómo sacar el máximo provecho a las imágenes?

Los motores de búsqueda como *Google* o *Yahoo*, son incapaces de leer el texto que viene incrustado en las imágenes de una página web. Solamente pueden indexar aquello que se encuentra en formato de texto. Pero existe un atributo dentro de la etiqueta (utilizada para imágenes) que permite añadirle una descripción a las imágenes que colocamos en la página. Este atributo es el conocido como "alt" (2007a).

El atributo "alt" es muy importante, ya que es utilizado por los motores de búsqueda para indexar los sitios web, así que es un buen lugar para agregar las palabras claves que hemos identificado para nuestro propio sitio.

Como se dijo anteriormente, los buscadores sólo indexan el texto de una página web. Para poder observar únicamente el texto de una página se puede utilizar el navegador Lynx⁵, el cual es un navegador de texto. Lynx nos puede ayudar a analizar el contenido que tenemos en nuestra página web e identificar si tenemos alguna imagen que no tenga su descripción respectiva.

La descripción de una imagen debe ser concisa y descriptiva, no debe ser muy extensa. Tampoco se debe abusar de este atributo para colocar muchas palabras claves, porque los buscadores pueden catalogar la página como "spam". Las palabras claves se deben agregar de manera muy sutil y natural, siempre y cuando tengan que ver con la imagen que se está describiendo.

Además de ser una buena herramienta para los buscadores, este atributo también es útil para personas con discapacidades visuales, porque les permite leer la descripción de la imagen. En el mercado existe software de lectura de pantalla como JAWS⁶ y Blindux⁷, los cuales ayudan a

⁵ El navegador Lynx se puede encontrar en la dirección:

www.delorie.com/web/lynxview.html

⁶ Más información del software JAWS en

http://www.tecno-ayudas.com.ar/productos_software_lectura_pantalla_jaws_5.html

⁷ Más información del software Blindux:

<http://www.parquesoft.org/informacion/producto.php?seleccion=32>

personas invidentes a poder leer la información que está en pantalla.

Es muy importante hacer un análisis previo de las imágenes que se piensan poner en un sitio web. Muchos "webmasters" y diseñadores gráficos prefieren tener muchas imágenes en sus sitios, porque son más atractivos a la vista. Esto está bien, siempre y cuando las imágenes sean decorativas; pero si las imágenes contienen texto que es relevante, lo mejor sería eliminar la imagen y agregar el texto como parte de la página.

A continuación se analizan algunas alternativas para el uso del atributo "alt":

Opción mediocre:

```

```

Esta opción no se debe usar porque no proporciona ninguna descripción de la imagen en cuestión. Se pierde información que puede ser valiosa para el posicionamiento de la página. El atributo "alt" únicamente se debe dejar en blanco para aquellas imágenes que no ofrecen ninguna información importante para la página. Por ejemplo, imágenes utilizadas como separador o para embellecer el sitio.

Opción buena:

```

```

Esta opción es buena, pero no ofrece información importante para el posicionamiento de la página. La palabra "celular" es muy escueta y no describe detalladamente la imagen.

Opción óptima:

```

```

Esta opción es la mejor que podemos usar para las imágenes. Nos dice que es un celular, pero también nos informa la marca y el modelo. Además, se están utilizando palabras claves como "Celular", "Sony Ericsson" y "K800i".

Opción no recomendada:

```

```


Esta opción no se recomienda y debe evitarse, porque se puede considerar el sitio como fraudulento. Al igual que en el título de una página, la descripción de una imagen debe ser concisa pero detallada, no debe tener más de unas 7 palabras y no debe excederse en el uso de palabras claves.

Uso de la etiqueta "Heading"

La etiqueta "Heading" es utilizada en las páginas HTML para indicar los títulos y subtítulos de un texto. Dentro del código HTML, se declaran de la siguiente forma:

```
<h1>Título 1</h1>
<h2>Título 2</h2>
```

De acuerdo con el número de la etiqueta, podemos indicar si es un título principal o un subtítulo, tomando en cuenta que entre menor sea el número, más importante es el título.

Este tipo de etiqueta es muy importante para los buscadores, porque les ayuda a catalogar la página web. Los motores de búsqueda toman la información que se encuentra en los títulos y subtítulos y la asocian a la página en cuestión. Esta información es relevante a la hora de realizar una búsqueda en Internet.

Por lo anteriormente dicho, es que se debe procurar incluir dentro de estas etiquetas las frases clave que se han seleccionado previamente para nuestro sitio, tratando de colocar la frase clave más importante en el título principal, siempre y cuando vaya acorde con el texto de toda la página.

Densidad de las palabras clave

Dentro de los términos que podemos encontrar relacionados con el posicionamiento web, no se puede dejar de lado el de la densidad. La densidad se refiere al porcentaje que le corresponde a una palabra o frase, en comparación con la totalidad del texto de una página web, de tal manera que la palabra que más se repita dentro del texto, será la que tenga mayor densidad (Álvarez, 2007). Los motores de búsqueda toman en cuenta la densidad de las palabras dentro de una página, para confeccionar los resultados de las búsquedas.

A la hora de desarrollar un sitio web, se debe prestar mucha atención a las frases clave, para que puedan aparecer con una alta densidad dentro de cada una de las páginas. De hacerlo así, tenemos muchas probabilidades de que los buscadores nos sitúen en los primeros lugares.

Como siempre, se debe hacer de forma moderada y que la frase calce y esté acorde con todo el texto. Utilizar un gran número de palabras clave dentro de una página puede ser mal visto por los motores de búsqueda y se corre el riesgo de ser penalizados.

Lo que se debe evitar

Además de la serie de pasos y técnicas que se deben aplicar para obtener un buen posicionamiento en los buscadores de Internet, existen varias prácticas que se deben evitar.

Se debe evitar la creación de sitios web hechos en Flash (Google, 2007c). Los motores de búsqueda no pueden leer la información que viene contenida dentro de archivos hechos en Flash, únicamente pueden distinguir la información que está en formato texto. Por lo tanto, no se debería incluir información relevante dentro los archivos de Flash; para todo lo demás se podrían usar sin problema.

Otra de las prácticas que se deben evitar es la de agregar dentro de las páginas del sitio web, texto y vínculos ocultos (Google, 2007d). Estos textos y vínculos son imperceptibles para los usuarios, pero visibles para los motores de búsqueda. Esta técnica se usa para que los buscadores indexen el sitio tomando en cuenta las palabras claves que vienen ocultas. La forma de hacer esto consiste en asignarle al texto un tamaño de letra muy pequeño y el color, del mismo color del fondo de la página. Los sitios que presenten este tipo de prácticas, corren el riesgo de ser excluidos de las bases de datos de los motores de búsqueda.

El uso excesivo de palabras clave dentro de una página web (Google, 2007e) también es una práctica que se debe evitar. Este tipo de sitios son molestos para el usuario y no ofrecen ningún tipo de información relevante. Los buscadores penalizan este tipo de prácticas.

Conclusión

El posicionamiento de nuestro sitio web en los buscadores como Google y Yahoo, debe tener una prioridad muy alta. Apareciendo en los primeros lugares de las búsquedas, podemos atraer gran cantidad de clientes potenciales; el no hacerlo, prácticamente nos cierra las puertas para incursionar en un nuevo modo de hacer negocios, Internet.

Si queremos aparecer en las primeras posiciones, primero debemos asegurarnos de que nuestro sitio web proporciona información útil y relevante para los usuarios, pues, al fin y al cabo, ellos son los que lo utilizarán.

Existe una serie de técnicas que podemos utilizar para mejorar nuestra posición en Internet, pero a lo que más debemos prestar atención es al mejoramiento del "PageRank" de nuestras páginas. El "PageRank" es lo más importante cuando de posicionamiento web se trata, es la llave para lograr que nuestro sitio sea popular con respecto a las frases clave que hemos definido. Por ejemplo, páginas web oficiales como [bmw.com](http://www.bmw.com) no se deben preocupar por las demás técnicas de posicionamiento, pues este tipo de sitios poseen tanta popularidad (enlaces desde otros sitios) que únicamente con su "PageRank" se pueden valer para lograr el primer lugar.

Para los demás sitios que no han alcanzado un "PageRank" elevado, la única opción para lograr los primeros lugares es trabajar a conciencia en cada una de las técnicas de posicionamiento que se han explicado detalladamente en este artículo.

Uno de los procesos más importantes que se deben llevar a cabo es el de la escogencia de las frases clave más adecuadas para un sitio web. De este paso dependen todas las demás técnicas que se utilizarán para posicionar el sitio web. De tal forma, que si se logran seleccionar las mejores frases clave para el sitio, las demás etapas tendrán una alta probabilidad de éxito.

Cabe resaltar que antes de que se empiecen a aplicar cada una de las técnicas de posicionamiento web, se debe pensar en los clientes del sitio antes que en los motores de búsqueda, para crear un sitio orientado hacia los usuarios.

Dentro de las técnicas que hay para posicionar un sitio web, toma mucha importancia la optimización del título. El título es la cara de nuestra página web hacia el mundo, debe ser atractivo, detallado y relevante.

Las demás técnicas que se deben utilizar tienen que ver con conseguir enlaces de calidad hacia nuestra página, sacar el mayor provecho de las imágenes y de los títulos dentro del sitio.

Aunque hay técnicas que se deben implementar, existen prácticas que se deben evitar. Por ejemplo, sitios web hechos en Flash no son recomendados para el posicionamiento web. Además, existen prácticas como el encubrimiento de texto y el uso excesivo de palabras claves, que se consideran ilícitas y pueden causar que el sitio sea excluido de los resultados de los buscadores.

El posicionamiento web es un proceso que lleva tiempo, dedicación y mucha paciencia, pero cuando se logra puede generar muchos clientes y, por ende, más ganancias. Vale la pena hacer el esfuerzo y abrirle la puerta a la nueva forma de hacer negocios.

Referencias bibliográficas

ALEGSA. (2008). *Definición de Indexar - ¿qué es Indexar?* Recuperado el 15 de febrero de 2008, de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/indexar.php>

Álvarez M. A. (2007). *Densidad de palabras clave*. Recuperado el 15 de Marzo de 2008, de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/2091.php>

Cutts M. (2006). *Guest post: Vanessa Fox on Organic Site Review session* Recuperado el 15 de marzo de 2008, de <http://www.matcutts.com/blog/guest-post-vanessa-fox-on-organic-site-review-session/>

FriendlySEO. (2008). *"PageRank" & Anchor Text*. Recuperado el 10 de marzo de 2008, de <http://www.friendlyseo.co.uk/?p=11>

Gomes D. (2008). *Glossário de Informática e tradução de termos da Informática*.

Recuperado el 28 de febrero de 2008, de <http://visibilidad.net/tutorial/glossario-informatica.html>

Google. (2006a). *Herramientas para webmasters de Google*. Recuperado el 22 de febrero de 2008, de <https://www.google.com/webmasters/tools/docs/es/protocol.html>

Google. (2006b). *Herramientas para webmasters de Google*. Recuperado el 22 de febrero de 2008, de <https://www.google.com/webmasters/tools/docs/es/sitemap-generator.html>

Google. (2007a). *Asegúrese de que los atributos "alt" y las etiquetas "title" sean descriptivos y precisos*.

Recuperado el 28 de febrero de 2008, de <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=70928>

Google. (2007b). *¿Cómo puedo modificar la descripción y el título de mi sitio?*

Recuperado el 15 de marzo de 2008, de <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35264>

Google. (2007c). *Uso de Flash, imágenes y otros archivos que no son de texto*

Recuperado el 15 de marzo de 2008, de <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72746>

Google. (2007d). *Texto y vínculos ocultos*.

Recuperado el 15 de marzo de 2008, de <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66353>

Google. (2007e). *Uso excesivo de palabras clave*.

Recuperado el 15 de marzo de 2008, de <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66358>

Google. (2008). *Google Technology*. Recuperado el 17 de febrero de 2008, de

<http://www.google.com/technology/>

iProspect. (2006). *Search Engine Marketing Research: iProspect Search Engine User Behavior Study*. Recuperado el 22 de Febrero de 2008, de

http://www.iprospect.com/about/whitepaper_seuserbehavior_apr06.htm

Oracle FAQ's. (2007). *URL - Oracle FAQ*.

Recuperado el 15 de febrero de 2008, de <http://orafaq.com/wiki/URL>

Pérez, J. C. (2005). *Macworld | Study: Google users wealthier, more Net savvy*.

Recuperado el 11 de febrero de 2008, de <http://www.macworld.com/article/48262/2005/12/googlestudy.html>

Vivian S. (2006). *List of web sites with high Page Rank*.

Recuperado el 17 de febrero de 2008, de <http://www.doheth.co.uk/info/list-of-web-sites-with-high-page-rank.php>