UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN

DIRECCIÓN DE
INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO
UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN

EMPRENDE USS 2021

# Taller Herramientas Digitales

GUSTAVO ASSAD

# 1. ¿QUÉ ES EL SEO?

SEO o Search Engine Optimization (Optimizacion en Motores de Búsqueda) es un conjunto de técnicas y de herramientas que sirven para optimizar tanto las paginas webs como landing pages, para que los buscadores, como Google, puedan leerlas de forma mas fácil y rápida.

Google hoy en día prioriza aquellos sitios webs donde sus páginas están siendo optimizadas y donde se suba contenido relevante para el usuario, novedoso y actualizado. En base a esto los sitios web adquieren su Page Rank.

Aunque existen miles de factores en los que un motor de búsqueda se basa para posicionar una página u otra se podría decir que hay dos factores básicos: la autoridad y la relevancia

**La autoridad** es básicamente la popularidad de una web. Cuanto más popular sea más valiosa es la información que contiene. Este factor es el que un motor de búsqueda tiene más en cuenta dado que se basa en la propia experiencia del usuario. Cuanto más se comparta un contenido es que a más usuarios les ha parecido útil.

**La relevancia** es la relación que tiene una página frente a una búsqueda dada. Esto no es simplemente que una página contenga un montón de veces el término buscado (en los comienzos era así) si no que un motor de búsqueda se basa en cientos de factores on-site para determinar esto.

La razón más importante por la que es necesario el SEO es porque hace más útil tu página web tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda. Aunque estos aún no pueden ver una página web como lo hace un humano. 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.

El funcionamiento de un motor de búsqueda se puede resumir en dos pasos: **rastreo e indexación.**

## 2. 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.

## 3. 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 un consulta al motor de búsqueda le resultará mucho más fácil mostrarnos los resultados que están más relacionados con nuestra consulta.

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.

## 4. ¿QUÉ ES EL SEM?

El SEM es el uso de herramientas y estrategias que nos ayudan a optimizar la **visibilidad y a aumentar la accesibilidad** de los sitios y páginas web gracias a los motores de los buscadores.

Son además los propios buscadores quien muchas veces nos ofrecen esas herramientas para publicitarnos en sus medios de búsqueda. Gracias a anuncios patrocinados en esos buscadores (Google AdWords, Bing Ads o Yahoo! Search Marketing) se genera tráfico de calidad a la web. Esto implica actividades como la búsqueda de palabras clave, la creación de anuncios y la gestión de pujas. También se conoce como PPC (Pay Per Click) y CPC (Cost Per Click).

**Si estamos pensando en apostar por SEM en nuestra estrategia, las ventajas son claras:**
Permite dar a conocer rápidamente un producto a gran escala
Permite competir cara a cara con grandes competidores
El retorno de la inversión es rápido (si las campañas están optimizadas)
Permite llevar tráfico muy segmentado a nuestra web

**Sin embargo, las estrategias SEM también presentan algunas desventajas:**
Para la gran mayoría de sectores, la puja por palabras clave es cara
Es un tipo de acción interruptiva, que el usuario no ha demandado previamente
Requiere de un esfuerzo de optimización grande

## Conclusiones

El posicionamiento SEM es el posicionamiento pagado en los motores de búsqueda. Su principal misión es captar nuevos clientes y generar tráfico de calidad hacia el sitio web.

En el mundo digital, quien tiene más posibilidades de tener más visitas es quien aparece en la primera página de Google. Y no solamente eso, sino que cuanto más arriba estemos, mucho mejor.

En pocas palabras, podríamos decir que el posicionamiento SEM es un modelo publicitario en el que los buscadores anuncian nuestra web, pero en el que solamente pagamos por si alguien hace clic en nuestro enlace patrocinado. Es por ello que hablamos de pago por click (PPC).

# 5. IMPORTANCIA DE LAS KEYWORDS

La inmensa mayoría de visitas en las páginas de internet se hacen a través de ellas, ya que son poquísimos los usuarios que, hoy en día, teclean directamente la dirección URL.

En primer lugar, el hecho de ser el método habitual de búsqueda y entrada a una página web ya justifica el uso de keywords, su análisis y búsqueda.

Trabajar las keywords correctas en tus contenidos, te permitirá posicionarlos en las primeras posiciones de los buscadores y, como consecuencia, aumentar sus visitas.

De ahí que, si quieres conseguir un buen posicionamiento orgánico de una página web, blog o post, es totalmente necesario seleccionar las keywords correctas y utilizarlas de forma adecuada en el contenido.

## INNOVAKIT

**La Dirección de Innovación y Emprendimiento USS ha desarrollado InnovaKit y lo pone a disposición de los emprendedores de Emprende USS.**

InnovaKit es un conjunto de herramientas que permiten navegar por las diferentes etapas del proceso de innovación y emprendimiento con instrucciones claras y precisas. Este kit de documentos está dirigido a estudiantes, profesores y emprendedores, con el objetivo que puedan aplicar dicho proceso con cada una de sus etapas de forma óptima para el desarrollo de sus diferentes ideas, proyectos o clases. Las herramientas están ordenadas en base a las etapas del proceso de innovación: **Conocer**, **Definir**, **Idear**, **Prototipar** y **Validar**.

En este curso, te recomendamos conocer y utilizar las siguientes herramientas de las etapas **CONOCER** y **PROTOTIPAR**:

***> InnovaKit - Prototipar: Golden Circle***
***> InnovaKit - Conocer: Mapa viaje del usuario***