



Hostalia y Aeuroweb indican los diez factores SEO más influyentes este año

## Posicionamiento en YouTube, Responsive Design y contenido serán los factores más decisivos para Google en 2017

- *Los motores de búsqueda de Google priorizarán un contenido extenso, único, relevante y actualizado, tanto en webs como en blogs, redes sociales y YouTube*
- *Más del 50% de los anuncios en internet no son vistos, por ello la inversión en SEO produce a largo plazo mejores resultados*

**Madrid, 7 de febrero de 2017.-** Los expertos en SEO de **Aeuroweb** ([www.aeuroweb.com](http://www.aeuroweb.com)) y **Hostalia** ([www.hostalia.com](http://www.hostalia.com)) han elaborado una lista con los diez factores SEO que a su juicio serán más influyentes en 2017. Como explica Raquel Madrigal (Responsable de Analítica Web de Hostalia): “El posicionamiento orgánico de una web puede fluctuar y verse penalizado en muchas ocasiones por los cambios - unos 500 al año- que Google realiza en sus algoritmos. Por ello es importante aplicar una estrategia y las herramientas SEO adecuadas que tengan en cuenta siempre las últimas actualizaciones”.

El diseño adaptado al móvil tendrá mejor posición en los resultados de búsqueda y el contenido seguirá siendo el Rey. De hecho desde el 10 de enero Google rebaja la posición de los sitios para móviles que emplean popups de forma intrusiva, ya que dificultan la lectura del contenido. Pero con la creciente demanda de vídeos un nuevo factor entra en juego: “YouTube es propiedad de Google. Por tanto, no hay duda de que al mejorar el posicionamiento SEO en YouTube nuestros vídeos recibirán un trato preferencial”, apunta Schnitman (Gerente de Aeuroweb).

Según estos expertos las compañías deberán tener en cuenta diez puntos para el posicionamiento online de sus webs:

1. **Actualización constante del contenido:** El contenido más reciente, ya sea nuevo, actualizado o resultado de una interacción con usuario, se premia con un mejor posicionamiento. Sobre todo, en el caso de búsquedas de noticias, acontecimientos estacionales y cualquier información susceptible de quedar desfasada. Para resaltar la importancia de este factor, Google muestra la fecha de la última actualización de una página.
2. **Imágenes con nombre y atributos:** El título del archivo, un texto alternativo y la calidad y tamaño de la imagen importan. El título de la imagen debe ser descriptivo; considera las palabras clave de la búsqueda, relaciónalo con palabras del texto al que acompañe. Además, debe ser corto, claro y conciso. “Un error habitual es utilizar una descripción numérica, que no aporta nada”, señala Schnitman. Evita imágenes borrosas, pequeñas o pesadas y utiliza los formatos más adecuados para el posicionamiento; .jpg es el tipo de archivo más usado para fotografías, .png para logos y .gif para animaciones.
3. **Buen uso de la gramática y de la ortografía:** La corrección en el lenguaje revela la calidad del contenido y la profesionalidad de la marca. Revisa los textos y evita las traducciones automáticas. Además, es un factor muy a tener en cuenta en la búsqueda de contenidos que exigen precisión como en el caso de mapas y localizaciones, por ejemplo.



4. **Estructura sencilla de navegación:** Revisa si tu web es sencilla de utilizar. Mide la experiencia de usuario: si es fácil navegar por las páginas, si los textos se leen bien, si carga rápido, si los colores y temas utilizados son agradables, etc. “La web debe ofrecer un diseño actual y una estructura sencilla”, señala Raquel Madrigal.
5. **Información extensa:** La longitud del texto importa y mucho, cuanto más extenso y menos superficial sea mucho mejor será el posicionamiento. Un post con más de 1.000 palabras o un artículo de entre 1.800 y 3.000 palabras tiene más posibilidades de ser enlazado que uno que no supere las 600, ya que ofrecer un contenido más elaborado e informativo facilita la indexación a los robots.
6. **Responsive Design:** La optimización móvil mejora el posicionamiento. El buscador americano penaliza desde el año pasado a los sitios web no responsivos en búsquedas desde dispositivos móviles. Doantam Phan, director de Producto en Google, apuntó en noviembre que, aunque por ahora su índice de búsquedas seguiría estando basado en webs de escritorio y aplicaciones, eventualmente sus algoritmos usarán las versiones móviles de las páginas como fuente primaria para clasificar los resultados. Algo muy útil en el caso de España si tenemos en cuenta que el Smartphone supera en diez puntos al ordenador como dispositivo de acceso a la red, según datos del último estudio de la sociedad de la información en España de Telefónica.
7. **Posicionamiento en YouTube:** Es difícil destacar tu vídeo entre los millones que hay en esta plataforma, pero al ser YouTube propiedad de Google sus robots indexan también los vídeos y desde hace tiempo se muestran en los resultados de búsqueda globales. Diseña un canal llamativo y multidispositivo, organiza el contenido con listas de reproducción que ayuden a los suscriptores a encontrar vídeos con facilidad, haz una descripción detallada y etiqueta con palabras claves y términos relacionados con tu sector, para que los robots encuentren tu contenido.
8. **Perfil de enlace natural:** Un sitio con un perfil de enlace "natural" va a clasificar más arriba y perdurará en el tiempo. Es importante ir poco a poco con la estrategia de enlaces. Si recibes muchos enlaces en poco tiempo puede subir el posicionamiento online de tu web, pero luego Google puede penalizarte por percibirlo como no natural al ser en un corto espacio de tiempo.
9. **Contenido único y relevante:** La información debe ser útil e interesante, con palabras clave relevantes y bien utilizadas para indicar el tema que trata. Mejor hacer un post tomando de base varios que replicar casi exactamente uno ya publicado. Un truco es traducir un contenido interesante de otro idioma si no está publicado en el tuyo.
10. **Comparticiones en Facebook:** Conseguir “likes” está bien, pero los “shares” tienen más influencia para Google en tu posicionamiento online, además de que te permiten llegar a más público. Así que si haces un concurso no pidas que den a “Me gusta” en una foto sino que la compartan.



FUENTE  
Elaboración propia de Aeuroweb en colaboración con Hostalia.



Según un estudio de comScore (vCE Benchmarks, Global, 1er trimestre 2016) menos de la mitad de los anuncios online a escala mundial son vistos. Por ello Adrián Schnitman señala que “los esfuerzos realizados con una buena campaña de posicionamiento orgánico funcionan y dan mejores resultados a largo plazo que una inversión en publicidad”.

Raquel Madrigal está de acuerdo con ese planteamiento: “En el momento en que se pausen las campañas activas en Google Adwords el tráfico también se detendrá. Por el contrario, una inversión en SEO produce tráfico a largo plazo capaz de retener usuarios incluso después de que se haya dejado de trabajar en ella”. Y si el usuario no tiene conocimientos suficientes no hay problema: “Hoy día existen herramientas de SEO muy fáciles de utilizar como **CloudSEO**, que mejora tu posicionamiento de forma rápida para conseguir más visitas y clientes”, concluye.



### Infografía: Los 10 factores SEO más influyentes en 2017

Puedes encontrar más información sobre Hosting, Internet y Tecnología en el **blog** de Hostalia. También puedes suscribirte al boletín de noticias **Hostalianews**, y seguirnos en **Facebook** (Hostalia) y **Twitter** (@hostalia).

#### Acerca de Hostalia:

**Hostalia** forma parte del grupo acens, the cloud services Company, desde el año 2008. Dicho grupo, pionero en el desarrollo de soluciones de hosting, housing, y soluciones de telecomunicaciones para el mercado empresarial, cuenta con presencia en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, y posee dos “data centers” con más de 6.000 metros cuadrados de instalaciones. En la actualidad la cartera de clientes del grupo supera las 67.000 empresas, gestiona casi 325.000 dominios en Internet, aloja miles de servidores y administra un caudal de salida a Internet superior a los cuatro Gigabits a través de una red troncal multioperador con presencia en los puntos neutros (Espanix, Catnix).

#### Para más información:

Noitze Media

*Carmen Tapia / Ricardo Schell*

[ctapia@noizzemedia.com](mailto:ctapia@noizzemedia.com) / [ricardo.schell@noizzemedia.com](mailto:ricardo.schell@noizzemedia.com)

646 892 883 / 699 983 936

Hostalia

*Inma Castellanos*

[inma@acens.com](mailto:inma@acens.com)