

# Índice

Capítulo 1. ENTENDIENDO EL SEO.....	15
1.1. Introducción.....	15
1.2. ¿Qué es SEO?.....	17
1.3. Los motores de búsqueda.....	18
1.4. El mercado de la información en Internet.....	20
1.5. Principales buscadores.....	21
1.6. El algoritmo de búsqueda.....	22
1.6.1. Algunas actualizaciones importantes del algoritmo de Google.....	23
1.6.2. De las palabras clave a la intención de búsqueda..	27
1.6.3. De clasificar búsquedas a clasificar intenciones....	29
1.6.4. La posición cero.....	32
1.6.5. Búsquedas con dispositivos IoT.....	33
1.6.6. Palabras clave ambiguas.....	34
1.7. Los resultados de las búsquedas.....	35
1.7.1. Los <i>snippets</i> .....	36
1.7.2. Tipos de <i>snippets</i> .....	37
1.7.2.1. <i>Rich snippets</i> .....	40
1.8. Tipos de SEO.....	43
Capítulo 2. FACTORES DE <i>RANKING</i> .....	45
2.1. Factores técnicos.....	45
2.1.1. Sitio web seguro.....	46
2.1.2. Certificado SSL.....	46
2.1.3. Velocidad de carga del sitio web.....	47
2.1.4. Versiones móviles: rapidez de descarga.....	48
2.2. Contenido: palabras clave, redacción.....	50

- 2.3. Relevancia y autoridad ..... 52
- 2.4. Black hat SEO..... 55
  - 2.4.1. Técnicas de black hat SEO..... 55
    - 2.4.1.1. Keyword stuffing..... 56
    - 2.4.1.2. Texto oculto ..... 57
    - 2.4.1.3. Cloaking..... 57
    - 2.4.1.4. Spinning..... 58
    - 2.4.1.5. Generación de tráfico artificial ..... 59
    - 2.4.1.6. Compra de enlaces..... 59
- Capítulo 3. TRABAJANDO EL SEO ..... 61
  - 3.1. Mejorando la velocidad de carga ..... 61
    - 3.1.1. Tratamiento de las imágenes..... 62
    - 3.1.2. Las páginas AMP..... 63
      - 3.1.2.1. Funcionamiento de AMP..... 65
      - 3.1.2.2. Validando una página AMP..... 68
  - 3.2. Facilitando la indexación a los buscadores..... 73
    - 3.2.1. Sitemap del sitio web..... 73
    - 3.2.2. El fichero robots.txt..... 74
  - 3.3. Trabajando los contenidos..... 76
    - 3.3.1. Palabras clave o keywords..... 77
      - 3.3.1.1. Long tail ..... 78
      - 3.3.1.2. Estimando la demanda y conociendo a los competidores..... 81
      - 3.3.1.3. Seleccionando las palabras clave..... 84
    - 3.3.2. Redacción de contenidos..... 85
      - 3.3.2.1. Extensión del texto ..... 85
      - 3.3.2.2. Densidad de palabras clave ..... 85
      - 3.3.2.3. Colocación de las palabras clave..... 86
      - 3.3.2.4. Palabras clave semánticas relacionadas ..... 87
      - 3.3.2.5. Legibilidad..... 90
      - 3.3.2.6. La metadescripción..... 91
    - 3.3.3. Estructura de las URL..... 93
      - 3.3.3.1. La canibalización de contenidos ..... 93
  - 3.4. Los enlaces: transferencia de autoridad..... 94
    - 3.4.1. El algoritmo de PageRank de Google ..... 95
    - 3.4.2. Transmisión de autoridad..... 96
      - 3.4.2.1. Teoría del primer enlace ..... 97
    - 3.4.3. Similitud temática ..... 98
    - 3.4.4. Anchor text ..... 99

3.4.5. Enlaces <i>nofollow</i> .....	100
3.4.6. <i>Linkbuilding</i> interno .....	101
3.4.7. Enlaces salientes.....	101
3.4.8. Estrategias <i>linkbuilding</i> .....	102
Capítulo 4. AUDITORÍA SEO.....	105
4.1. Aspectos técnicos.....	106
4.1.1. Certificado de seguridad.....	106
4.1.2. Mapas del sitio .....	107
4.1.3. Indexación de la web.....	107
4.1.4. Arquitectura web .....	109
4.1.4.1. Usabilidad.....	109
4.1.5. Velocidad de carga.....	111
4.1.6. Optimización de las imágenes.....	112
4.2. Contenidos.....	112
4.2.1. Las palabras clave.....	112
4.2.2. Rendimiento de los contenidos .....	113
4.2.3. Contenidos duplicados .....	115
4.2.4. Contenidos con alta densidad de palabras clave...	116
4.2.5. Contenidos pobres.....	116
4.2.6. Canibalizaciones entre contenidos.....	116
4.2.7. Las metaetiquetas .....	117
4.3. Enlaces externos.....	117
4.3.1. Enlaces tóxicos entrantes.....	118
4.3.2. Enlaces entrantes rotos.....	119
4.3.3. Enlaces salientes rotos .....	120
4.4. Cerrando la auditoría.....	121
Capítulo 5. MONITORIZACIÓN.....	123
5.1. Métricas de autoridad.....	123
5.1.1. <i>Domain Authority</i> (DA) y <i>Page Authority</i> (PA) .....	124
5.1.2. <i>URL Rating</i> (UR) y <i>Domain Rating</i> (DR).....	125
5.1.3. <i>Citation Flow</i> (CF) y <i>Trust Flow</i> (TF).....	126
5.2. Métricas de experiencia de usuario .....	127
5.2.1. Métricas para medir el rendimiento .....	128
5.2.2. <i>Core web vitals</i> .....	129
5.2.3. Herramientas para medir las <i>core web vitals</i> .....	131
5.3. La experiencia de usuario en el <i>ranking</i> SEO .....	135

Capítulo 6. SEO SEMÁNTICO.....	137
6.1. La búsqueda semántica.....	137
6.2. De las palabras clave a las entidades.....	139
6.3. Datos estructurados.....	141
6.3.1. Marcado semántico de contenidos.....	142
Capítulo 7. TALLER SEO.....	143
Taller 1: Informe de auditoría SEO.....	143
Auditoría con Lighthouse.....	144
Paso 1: Seleccionando el sitio web para auditar.....	144
Paso 2: Accediendo a la herramienta.....	145
Paso 3: Generando el informe de auditoría.....	145
Paso 4: Interpretando la información del informe.....	146
Auditoría con Google Search Console.....	146
Paso 1: Chequeando las experiencias de usuario de las páginas.....	147
Paso 2: Analizando la usabilidad móvil.....	148
Paso 3: Las métricas web principales.....	149
Paso 4: Problemas de seguridad.....	150
Paso 5: Los enlaces.....	150
Taller 2: Explorando un nicho SEO.....	151
Paso 1: La palabra clave inicial.....	153
Paso 2: Sugerencias de palabras clave relacionadas.....	154
Paso 3: Analizando la competencia.....	159
Paso 4: Marcando objetivos.....	161
Paso 5: Planificación y estimación de la rentabilidad.....	164
Taller 3: Chequeando la seguridad de un sitio web.....	166
Taller 4: Mapa del sitio web.....	168
Taller 5: Contenidos indexados.....	170
Paso 1: Uso de <i>site</i> con un dominio.....	171
Paso 2: Uso de <i>site</i> con una URL.....	172
Paso 3: Uso de <i>site</i> con términos.....	173
Paso 4: Informe de cobertura de Google Search Console.....	174
Paso 5: Desindexando contenidos.....	178
Taller 6: Trabajando con el fichero robots.txt.....	180
Taller 7: Estadísticas de rastreo.....	189
Taller 8: Velocidad de carga de una página.....	192

Taller 9: Rendimiento de palabras clave .....	196
Paso 1: Tráfico por palabras clave .....	197
Paso 2: Analizando las palabras clave estrellas .....	198
Paso 3: Palabras clave con oportunidades de mejora.....	200
Paso 4: Evolución del rendimiento de una palabra clave ..	201
Taller 10. Rendimiento de contenidos .....	203
Taller 11: Mejora del rendimiento de un contenido.....	205
Paso 1: Identificando el contenido que mejorar .....	206
Paso 2: Actualizando el contenido.....	209
Paso 3: Comunicando los cambios a Google.....	211
Paso 4: Resultado .....	213
Taller 12: Redacción de un <i>post</i> .....	214
Paso 1: Selección de la palabra clave principal.....	214
Paso 2: Chequeando la intención de búsqueda .....	216
Paso 3: Cambiando la palabra clave principal.....	216
Paso 4: Seleccionando las subpalabras clave .....	218
Paso 5: Estimando el potencial del <i>post</i> .....	220
Paso 6: Trabajando el contenido .....	221
Paso 7: Publicar el contenido .....	222
Paso 8: Resultado un tiempo después.....	225
Taller 13: Enlaces del sitio web .....	228
Paso 1: Informes de enlaces externos.....	230
Paso 2: Análisis de los enlaces entrantes.....	232
Paso 3: Los enlaces internos .....	233
Taller 14: Desautorizar enlaces tóxicos entrantes.....	234
Paso 1: Manejando la herramienta de desautorizar enlaces..	235
Paso 2: Valorar si realmente hace falta .....	237
Paso 3: Creando la lista de enlaces que desautorizar.....	237
Paso 4: Subir la lista.....	238
Taller 15: Corregir errores de enlaces rotos .....	240
Paso 1: Instalando y activando el <i>plugin</i> .....	240
Paso 2: Corrigiendo errores 404 Not Found .....	241
Paso 3: Corrigiendo Servidor no encontrado .....	243
Paso 4: Corrigiendo error 403 Forbidden .....	244
Paso 5: Dejar el <i>plugin</i> configurado para que nos avise cuando detecte nuevos errores .....	246
Taller 16: Implementar página de error 404 personalizada ...	247
Paso 1: La página 404 por defecto .....	248

---

Paso 2: Creando una página de error 404 personalizada ..	249
BIBLIOGRAFÍA .....	253
ÍNDICE DE FIGURAS.....	255
ÍNDICE DE TABLAS.....	261