

Unidad 3 – Posicionamiento SEO y SEM

1. ¿Qué es el SEO?

SEO (Search Engine Optimization) o posicionamiento orgánico es el conjunto de técnicas y estrategias para mejorar la visibilidad de una página web en los resultados gratuitos de los motores de búsqueda, principalmente Google.

2. ¿Qué es el SEM?

SEM (Search Engine Marketing) es el marketing en buscadores que utiliza anuncios pagados para aparecer en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda. El más común es Google Ads.

3. Diferencias entre SEO y SEM

| Aspecto | SEO | SEM |
|------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| Costo | Gratuito (requiere tiempo) | Pago por clic o impresiones |
| Resultados | A medio/largo plazo | Inmediatos |
| Duración | Permanente si se mantiene | Temporal mientras dure la campaña |
| Objetivo | Mejorar visibilidad natural | Aumentar tráfico rápido |

4. Técnicas básicas de SEO

- Uso adecuado de palabras clave relevantes.
- Creación de contenido original y de calidad.
- Optimización de títulos, meta descripciones y URLs.
- Mejora de la velocidad y experiencia del usuario en la web.
- Uso de enlaces internos y externos.
- Diseño responsive para dispositivos móviles.
- Accesibilidad web para todos los usuarios.

5. SEO accesible

La accesibilidad es un factor fundamental dentro del SEO, ya que mejora la experiencia de todos los usuarios y cumple con buenas prácticas recomendadas por Google.

Buenas prácticas SEO accesible:

- Utilizar textos alternativos descriptivos en imágenes.
- Estructurar el contenido con encabezados jerárquicos (H1, H2, H3).
- Evitar contenido que solo use colores para transmitir información.
- Usar un contraste adecuado en los textos.
- Asegurar que la navegación sea posible solo con teclado.
- Proporcionar transcripciones y subtítulos para contenido multimedia.

6. Técnicas básicas de SEM

- Creación de campañas segmentadas por ubicación, edad, intereses.
- Selección adecuada de palabras clave.
- Diseño de anuncios atractivos y claros.
- Establecimiento de presupuesto y pujas.
- Análisis y optimización continua de campañas.

7. Herramientas útiles para SEO y SEM

- **Google Search Console:** Para monitorizar el rendimiento SEO.
- **Google Analytics:** Para analizar tráfico y comportamiento.
- **Google Ads:** Plataforma para crear campañas SEM.
- **Semrush, Ahrefs:** Herramientas profesionales para SEO.

Ejercicio de repaso

Supón que tienes un negocio local de reparación de electrodomésticos. Diseña una estrategia básica para aparecer en Google:

- Elige algunas palabras clave para tu negocio.
- Describe cómo harías SEO en tu web para mejorar el posicionamiento.
- Diseña una campaña SEM sencilla para atraer clientes.