

# Google Tools: Uso de las herramientas web de Google (3<sup>er</sup> día)

Curso de extensión universitaria  
Universidad de Valencia  
Febrero 2012

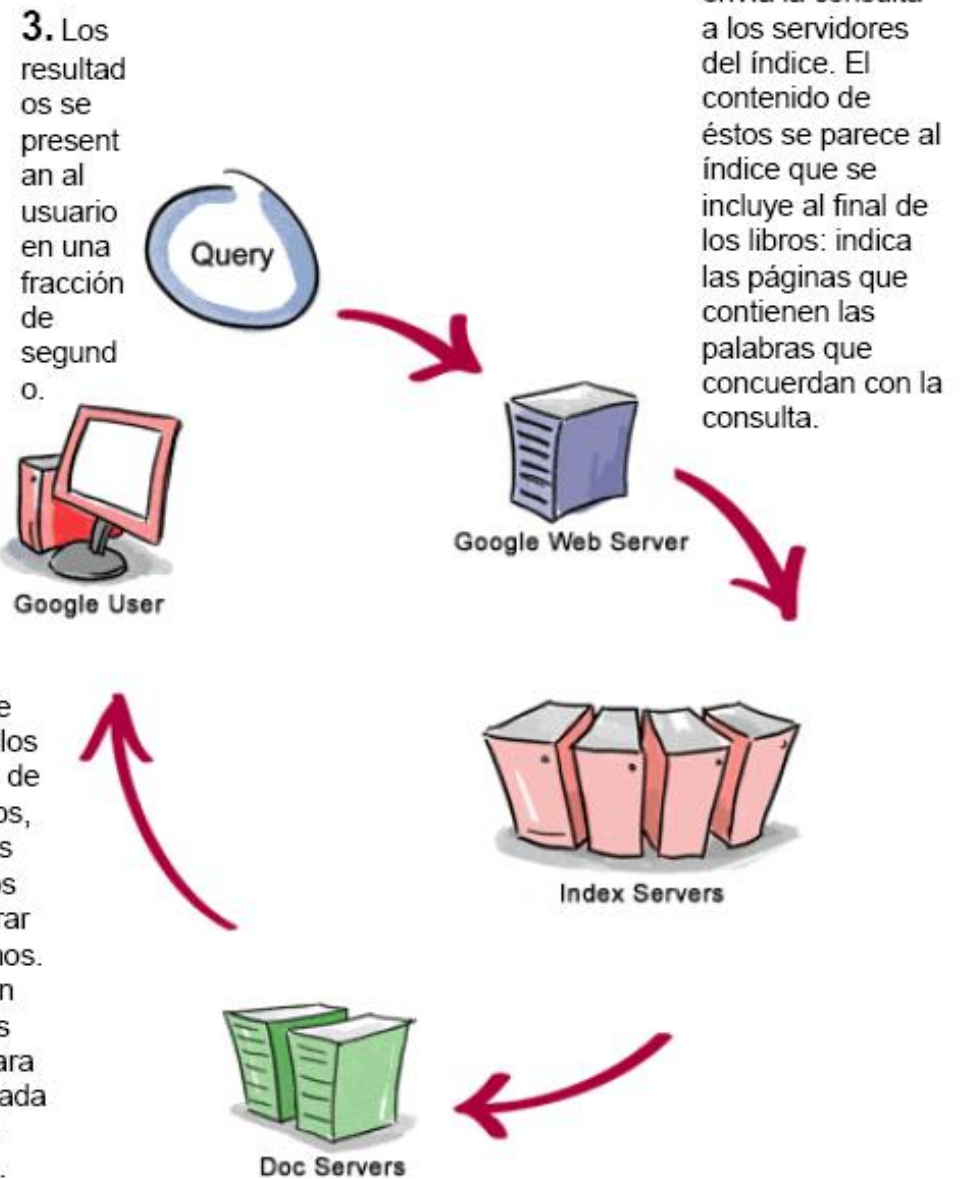
Víctor Fernández Bauset

# Índice

- Buscador
- Page Rank
- Google Bot
- Optimización en buscadores
- Palabras clave
- Google Trends
- Google Keywords adwords tool
- Indexabilidad
- Relevancia
- Popularidad
- Google: Historia, crecimiento, aplicaciones ofrecidas (Vídeo)

# Buscador

- Una consulta al buscador



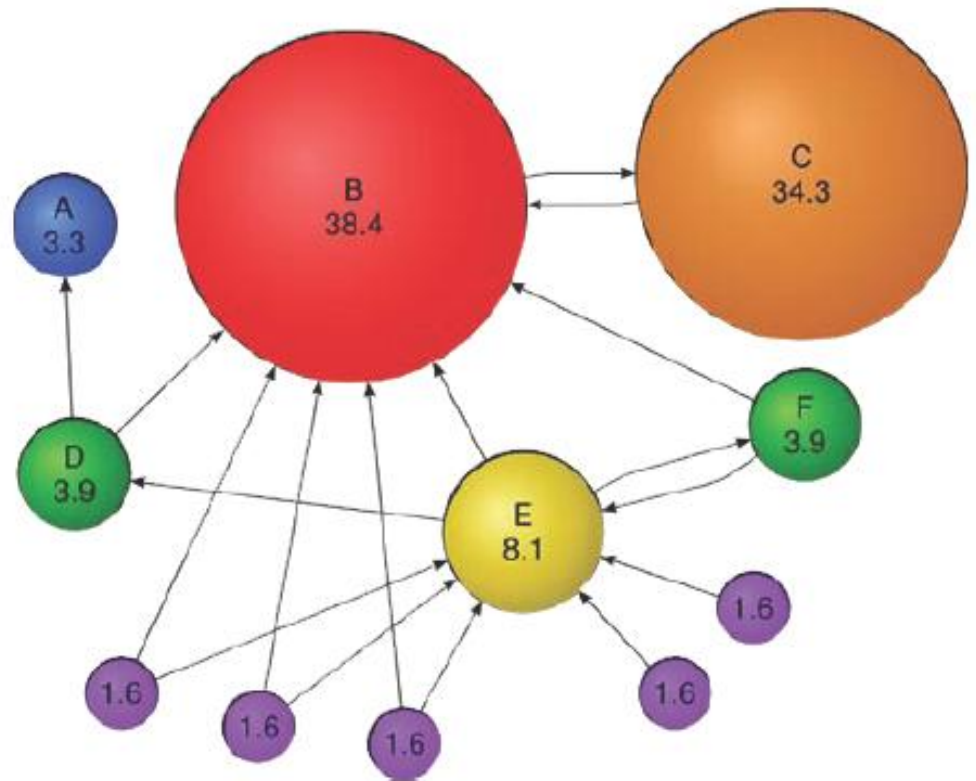
# Page Rank

- **Tecnología PageRank:** PageRank realiza una valoración objetiva de la importancia de las páginas web resolviendo una ecuación de más de 500 millones de variables y 2.000 millones de términos. En lugar de contar los vínculos directos, PageRank interpreta un vínculo de la página A a la B como un voto para la página B por parte de la A. A continuación, valora la importancia de la página en cuestión contando la cantidad de votos recibidos.
- Esta tecnología también tiene en cuenta la importancia de cada página que efectúa un voto, dado que los votos de algunas se consideran de mayor valor, con lo que incrementan el valor de la página con la que enlazan. Las páginas importantes reciben un PageRank más elevado y se sitúan entre los primeros resultados. La tecnología de Google utiliza la inteligencia colectiva de Internet para determinar la importancia de una página. Los resultados se determinan sin intervención ni manipulación humana. Éste es el motivo de la confianza de los usuarios, que consideran Google una fuente de información objetiva no tergiversada por motivos económicos.

# Page Rank (II)

Ejemplo de grafo de webs:

- Google ordena los resultados de la búsqueda utilizando su propio algoritmo PageRank. A cada página web se le asigna un número en función del número de enlaces de otras páginas que la apuntan, el valor de esas páginas y otros criterios no públicos.
- Página C más importante que E a pesar de tener menos votos, porque el único voto es de B que es una página importante



# Page Rank (III)

- Antecedentes:
  - PageRank ha tomado su modelo del Science Citation Index(SCI) elaborado por Eugene Garfield para el Instituto de información científica (ISI) en los Estados Unidos durante la década del 50. El Science Citation Index pretende resolver la asignación objetiva de méritos científicos suponiendo que los investigadores cuyo factor de impacto(número de publicaciones y/o referencias bibliográficas en otros trabajos científicos) es más alto colaboran en mayor medida con el desarrollo de su área de investigación. El índice de citación es un elemento determinante para seleccionar que investigadores reciben becas y recursos de investigación.

# Google Bot



- ¿Cómo determina Google los votos de las páginas para resolver el algoritmo de page rank? -> Google bot
- Un robot (o bot) web es un programa autónomo (no manejado por un humano) que explora un sitio web y va accediendo de forma recursiva a los documentos del sitio. Los documentos ‘recolectados’ por el bot, serán procesados por el motor de búsqueda
- Los lugares a los que puede acceder un bot, son definidos a través del fichero robots.txt

# Google Bot (II)

- Fichero robots.txt
  - Limita que recursos se pueden visitar (Disallow). Da permiso por defecto
  - Ejemplo
    - # /robots.txt file for http://webcrawler.com/
    - # mail webmaster@webcrawler.com for constructive criticism
    - User-agent: webcrawler
    - Disallow:                               # No limitamos para 'webcrawler'
    - User-agent: lycra
    - Disallow: /                               # Limitamos todas las páginas para 'lycra'
    - User-agent: \*
    - Disallow: /tmp # Resto de bots permitimos acceso a todo
    - Disallow: /logs                       # excepto '/tmp' y '/logs'
- Simulador de bot (da una idea de lo que encuentra un bot en tu web) Probad esta web '[www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk)' en alguno de los simuladores:
  - <http://www.webconfs.com/search-engine-spider-simulator.php>
  - <http://www.delosprimeros.com/simulador-robots-buscadores.htm>
  - <http://www.feedthebot.com/tools/spider/index.php>
  - <http://www.xml-sitemaps.com/se-bot-simulator.html>



# Optimización en buscadores

- ¿Qué es?

Se trata de obtener y mantener **a largo plazo**, para una web concreta, los **primeros puestos** en los resultados que se obtienen de los **buscadores** más utilizados por sus **clientes potenciales**, cuando éstos introducen en los mismos **conceptos de búsqueda relacionados** con las informaciones, actividades, productos o servicios que dicha web ofrece.

Es decir, ¿qué podemos hacer para aparecer en los primeros puestos de los buscadores cuando alguien busque algo relacionado con nuestro sitio web?

# Optimización en buscadores (II)

- Ya sabéis que hay 2 tipos de posicionamientos en Google...

The screenshot shows a Google search interface with the query 'promociones inmobiliarias en torrevieja'. The search results are divided into two main sections:

- Enlaces patrocinados (Paid Links):** This section is highlighted with an orange box and labeled 'Posicionamiento por pago por clic o enlaces patrocinados (PPC)'. It includes results from 'Grupo Mahersol Viviendas', 'Inversión Inmobiliaria', 'Casa en la Costa Blanca', 'Obra Nueva Alicante', 'Promociones en Alicante', 'Apartamentos Torrevieja', and 'Inmobiliarias Adaix'.
- Resultados de Google Local para promociones inmobiliarias cerca de Torrevieja:** This section is highlighted with a green box and labeled 'Posicionamiento Natural/Orgánico (SEO)'. It lists local businesses like 'Promociones Hm', 'Promociones Eden', and 'Urbanización Escribano'.

**Posicionamiento por pago por clic o enlaces patrocinados (PPC)**

**Posicionamiento Natural/Orgánico (SEO)**

La optimización se centra en este

# Optimización en buscadores (III)

- Factores a tener en cuenta para un buen posicionamiento



**Relevancia:** La página web debe tener texto relevante relacionado con las palabras clave



**Indexabilidad:** Las palabras clave se deben insertar de forma amigable para los robots de los buscadores



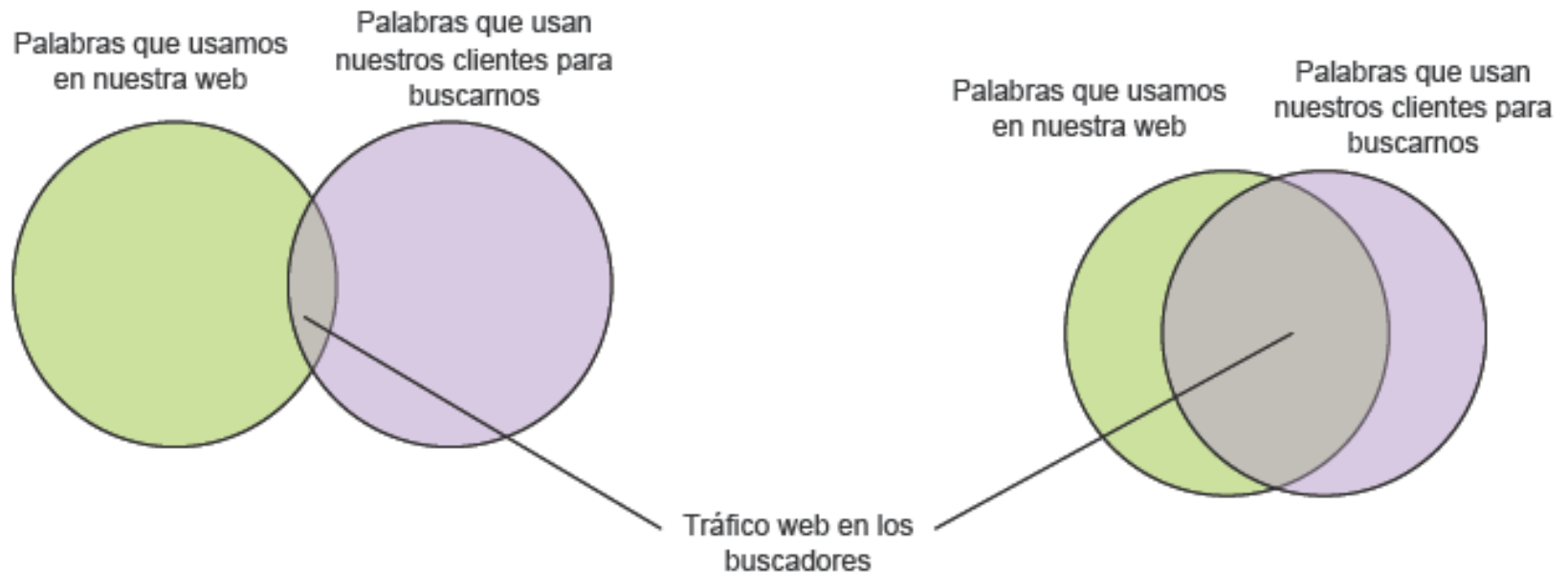
**Popularidad:** Nuestra web debe recibir enlaces de otras webs con palabras clave como las de la nuestra. Dichas web han de ser 'importantes' (tener un pagerank alto)

- Básicamente con las palabras clave; con ellas podemos controlar la relevancia de nuestro sitio web, su indexabilidad y popularidad

# Palabras clave

- ¿Qué son?

Son los términos que usan los algoritmos de los buscadores para clasificar nuestra web. Si están bien seleccionadas serán las mismas que los internautas escriben para buscar información de su interés. Por ejemplo:



# Palabras clave (II)

- ¿Cómo saber las palabras clave que usarán mis potenciales clientes en buscadores?
  - Análisis de la competencia
  - Uso de herramientas de análisis de palabras clave (**google trends, google keywords adwords tool**)
  - Conocimiento del propio mercado

# Google Trends

- Google, siguiendo su idea de ser la fuente de información más importante del planeta, ideó Google Trends
- Esta herramienta puede tener varios usos, entre ellos para analizar cuáles son las búsquedas de los usuarios de todo el mundo en un determinado periodo de tiempo y ver cómo evolucionan los comportamientos sociales. Con Google Trends podemos ver gráficos de estas búsquedas
- La base de datos de las búsquedas datan del año 2004 hasta hoy. También se puede buscar por país
- En la zona inferior de los resultados de cada término, se listan las principales ciudades y regiones desde las cuales se busca el término introducido. Estos datos se obtienen de la dirección IP

# Google Trends (II)

- Las palabras hay que introducirlas separadas por comas
- <http://www.google.com/trends> probad con futbol, baloncesto



# Google Trends (III)

- Aplicaciones:
  - Google Trends es utilizada a menudo por profesionales del marketing y el posicionamiento. Por ejemplo, si queremos saber que palabra utiliza el usuario entre dos sinónimos no tenemos más que probar: 'gratis, gratuito'
  - Otro uso en posicionamiento puede ser investigar cuando una determinada palabra es buscada con tilde o sin tilde. Así el contenido de nuestra web será más adecuado para que nuestra web obtenga una posición en una búsqueda de un usuario. Por ejemplo: 'pagina, página'
  - Otro ejemplo para el uso de Google Trends en marketing, es para temas estacionales, por ejemplo cuándo empiezan a buscar los usuarios viajes a Egipto o casas rurales. Con esta información los empresarios avisados podrán sacar sus ofertas en el momento justo



# Google Trends (IV)

- Ejercicios: determinad tendencias de la gente (enviadlos a [bauset@uv.es](mailto:bauset@uv.es))
  - Hacer una comparativa de las principales marcas de coches (separado por comas)
  - Comparar: Google y Yahoo. ¿Por cuál de los dos ha pasado más tráfico en Australia? ¿Y en Francia?
  - Ebay o Amazon ¿Cuál de los dos tiene más volumen de tráfico? ¿En qué país es más utilizado Ebay? ¿Cuál de los dos se usa más en España?
  - Imaginad que la empresa de aviones SAS, os pide que le traduzcáis su página web al hindú, porque cree que la empresa Norwegian (la competencia) ya lo ha hecho y está ganando clientes con ello. ¿Qué les contestaríais?

# Google Keywords adwords tool

- <https://adwords.google.es/select/KeywordToolExternal>
- Utilizando la información de los servidores de google, nos propone palabras clave y nos indica la relevancia

Ideas para palabras clave (100)				
<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales mensuales ?	Búsquedas locales mensuales ?
<input type="checkbox"/>	☆ como colocar cesped artificial	Alta	2.400	1.900
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial futbol	Alta	4.400	2.900
<input type="checkbox"/>	☆ como instalar cesped artificial	Alta	3.600	2.900
<input type="checkbox"/>	☆ precio m2 cesped artificial	Alta	590	320
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial alicante	Alta	480	390
<input type="checkbox"/>	☆ césped artificial precio	Alta	9.900	6.600
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial para terrazas	Alta	210	140
<input type="checkbox"/>	☆ felpudos	Medio	27.100	18.100
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial terraza	Alta	1.000	1.000
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial tarragona	Alta	210	210
<input type="checkbox"/>	☆ colocacion cesped artificial sobre tierra	Alta	260	260
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial zaragoza	Alta	260	260
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial madrid precios	Alta	170	170
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial avila	Alta	110	110
<input type="checkbox"/>	☆ cesped artificial senovia	Alta	110	110

Ejercicio: ¿Qué 20 palabras clave seleccionaríais para una web sobre 'ping pong'? (o lo que queráis)

# Indexabilidad

- Una web es indexable cuando:
  - Puede ser encontrada por los buscadores
  - Puede ser rastreada correctamente, es decir, todo su contenido puede ser leído por un robot web
  - Puede ser clasificada en las categorías de búsqueda adecuadas y con un adecuado nivel de relevancia respecto a sus competidores

# Indexabilidad (II)

- ¿Qué sabe Google de nuestra web?
  - site:www.miweb.es (analizar número de resultados y lo que sale en cada resultado). Por ejemplo: [site:www.decathlon.es](http://site:www.decathlon.es)
  - ¿Cuándo fue la última vez que google visitó nuestra web? La caché (nos muestra la última vez que obtuvo información de nuestra web) Probadlo...

[Prueba las Herramientas para webmasters de Google](#) Google promotion

[www.google.com/webmasters/](http://www.google.com/webmasters/) ¿Eres el webmaster de [www.uv.es/etse](http://www.uv.es/etse)? Consigue datos de indexación y ranking de Google.

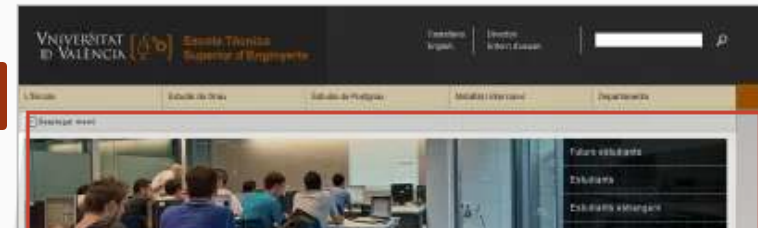
[Escola Tècnica Superior d'Enginyeria de la Universitat de València](#)

[www.uv.es/etse](http://www.uv.es/etse) - Traducir esta página

Informació general, estudis, departaments, apartat per als estudiants, anuncis, actualitat i enllaços d'interès.

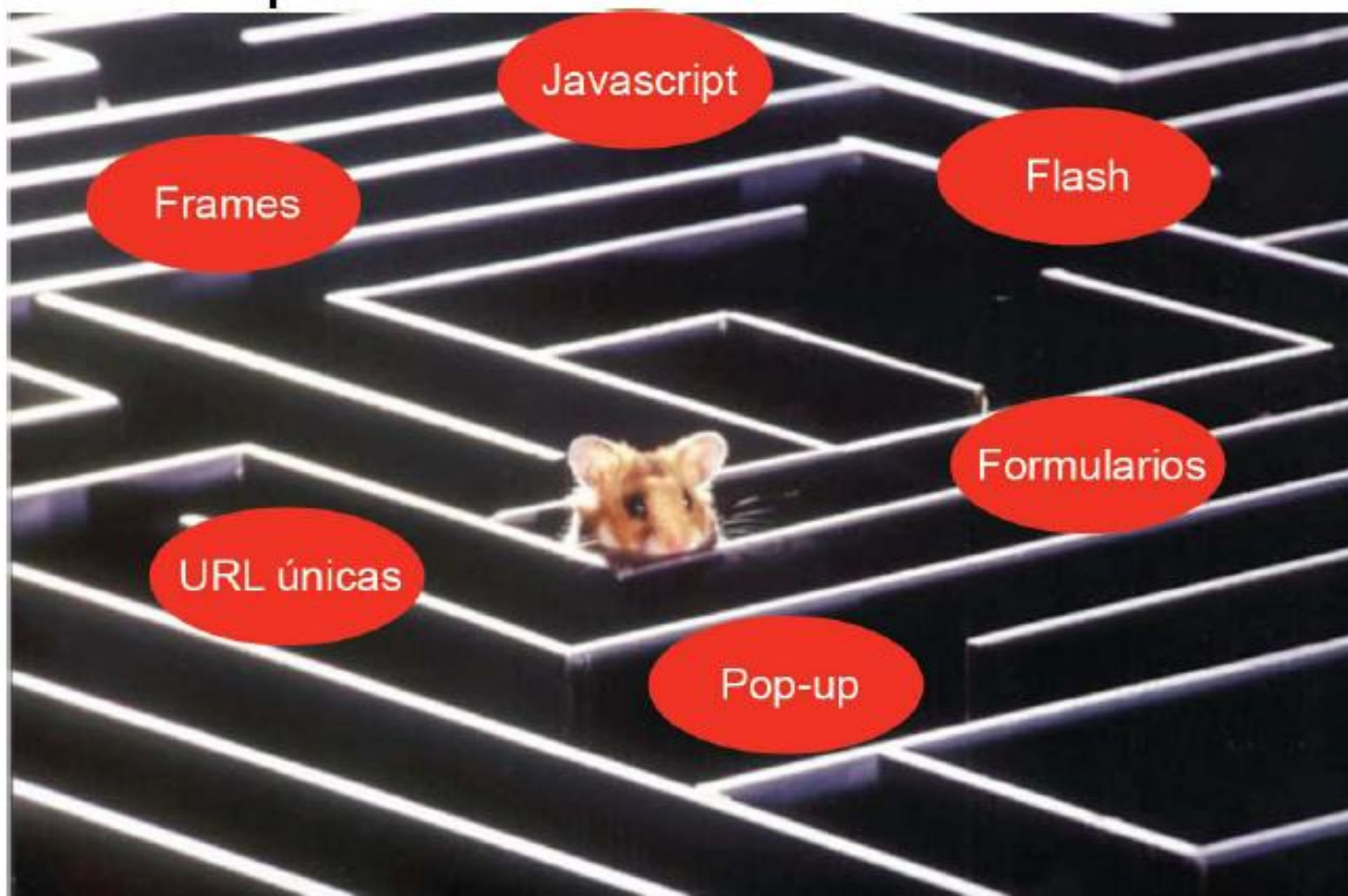


Escola Tècnica Superior d'Enginyeria de la Universitat de València  
[www.uv.es/etse](http://www.uv.es/etse) - **En caché** Similars



# Indexabilidad (III)

- Obstáculos para el robot



# Relevancia

- Relevancia: La página web debe tener texto relevante relacionado con las palabras clave
- ¿Qué partes de la página web considera relevantes un buscador?



El título de la web

El dominio

Las palabras en negrita (con enlaces internos)

El título del artículo

El contenido de la página

El texto de las etiquetas de las imágenes



# Popularidad

- Conseguir enlaces de otras páginas y que sean enlaces de calidad. **¿Cómo?**
- De forma **activa**: solicitud, intercambio o compra de enlaces:
  - Directorios web
  - Portales de asociaciones
  - Redes sociales
  - ...
- De forma **pasiva**: creando contenido de calidad, consiguiendo así que otros sitios nos enlacen



weblogcartoons.com

# Buscador y Page Rank

## (conclusiones)

- En general es un aspecto importante a tener en cuenta en la estrategia de marketing de una empresa virtual o 'real', porque puede aumentar la 'visibilidad' de la empresa
- Existen métodos correctos para aumentar el Page Rank y métodos no tan correctos. Con los métodos poco éticos, uno se arriesga a que los buscadores lo detecten y dejen de indexar el sitio web
- Ojo: ¿Qué mostrar? ¿Cómo hacerlo? → Buena posición Web



# Google: Historia, crecimiento, aplicaciones ofrecidas...

- Googleando a Google