

SEO Avanzado y Analítica con Google Google Analytics y Search Console



Índice del Taller

01

Introducción al SEO Avanzado para Empresas en Digitalización

Contexto Digital y Retos Comunes

Rol del SEO en la Estrategia Empresarial

04

Introducción a Google Search Console

¿Para qué sirve y cómo se accede?

Verificar que tu página aparece en Google

Cómo detectar errores comunes fácilmente

02

SEO Técnico

Cómo se Encuentran y Muestran las Páginas en Google

Qué son la Velocidad Web y la Experiencia del Visitante

Conceptos de robots.txt y sitemap

05

Introducción a Google Analytics

¿Qué es y cómo ayuda a tu negocio?

Medir visitas y comportamiento básico de los usuarios

Ver de dónde te encuentran (búsquedas y tráfico orgánico)

03

Contenidos y Experiencia del Usuario

Qué Busca la Gente en Internet y Cómo Crear Contenido Útil

Diferencia entre Contenido Relevante y Comercial

Buenas Prácticas de Redacción para tu Sitio Web

06

Primeros Pasos Prácticos

Cómo empezar a usar Search Console y Analytics

Acciones recomendadas al iniciar

Recursos gratuitos y ayuda en línea

Preguntas de Diagnóstico

¿Conoces el rendimiento actual de tu sitio web?
web?

¿Sabes cuántas visitas recibes, de dónde provienen y qué páginas son las más populares?

¿Tu sitio está optimizado para motores de búsqueda?

¿Has verificado si Google puede rastrear e indexar correctamente todas tus páginas importantes?

¿Mides el impacto de tus acciones digitales?
digitales?

¿Tienes configuradas herramientas de analítica para tomar decisiones basadas en datos reales?

¿Entiendes el comportamiento de tus usuarios?
usuarios?

¿Sabes qué buscan tus visitantes y cómo interactúan con tu contenido?

Objetivos Generales de la Formación

Dominar SEO Técnico

Comprender cómo funcionan el rastreo, indexación y optimización técnica de sitios web.

Crear Contenido Estratégico

Desarrollar contenidos relevantes que respondan a las necesidades reales de los usuarios.

Utilizar Google Analytics

Analizar el tráfico web y el comportamiento de usuarios para optimizar resultados.

Gestionar Search Console

Monitorizar el rendimiento en búsquedas y detectar oportunidades de mejora.

Implementar Estrategias

Aplicar conocimientos prácticos para mejorar la visibilidad y conversión online.

Tomar Decisiones Informadas

Basar las estrategias digitales en datos reales y métricas relevantes.



Introducción al SEO Avanzado para Empresas en Digitalización

Contexto Digital y Retos Comunes

El Escaparate Global Digital

Internet se ha convertido en el escaparate global donde las empresas deben ser **visibles, accesibles y atractivas**. El contexto dinámico exige adaptación continua a las innovaciones tecnológicas y cambios constantes en los motores de búsqueda.

Las organizaciones enfrentan el reto de destacar entre una sobrecarga de información y opciones para los consumidores.

48%

Tráfico SEO

Media de tráfico web orgánico

Evolución Constante de Algoritmos



Actualizaciones Frecuentes

Los algoritmos de búsqueda cambian constantemente, determinando qué contenido se muestra a los usuarios.



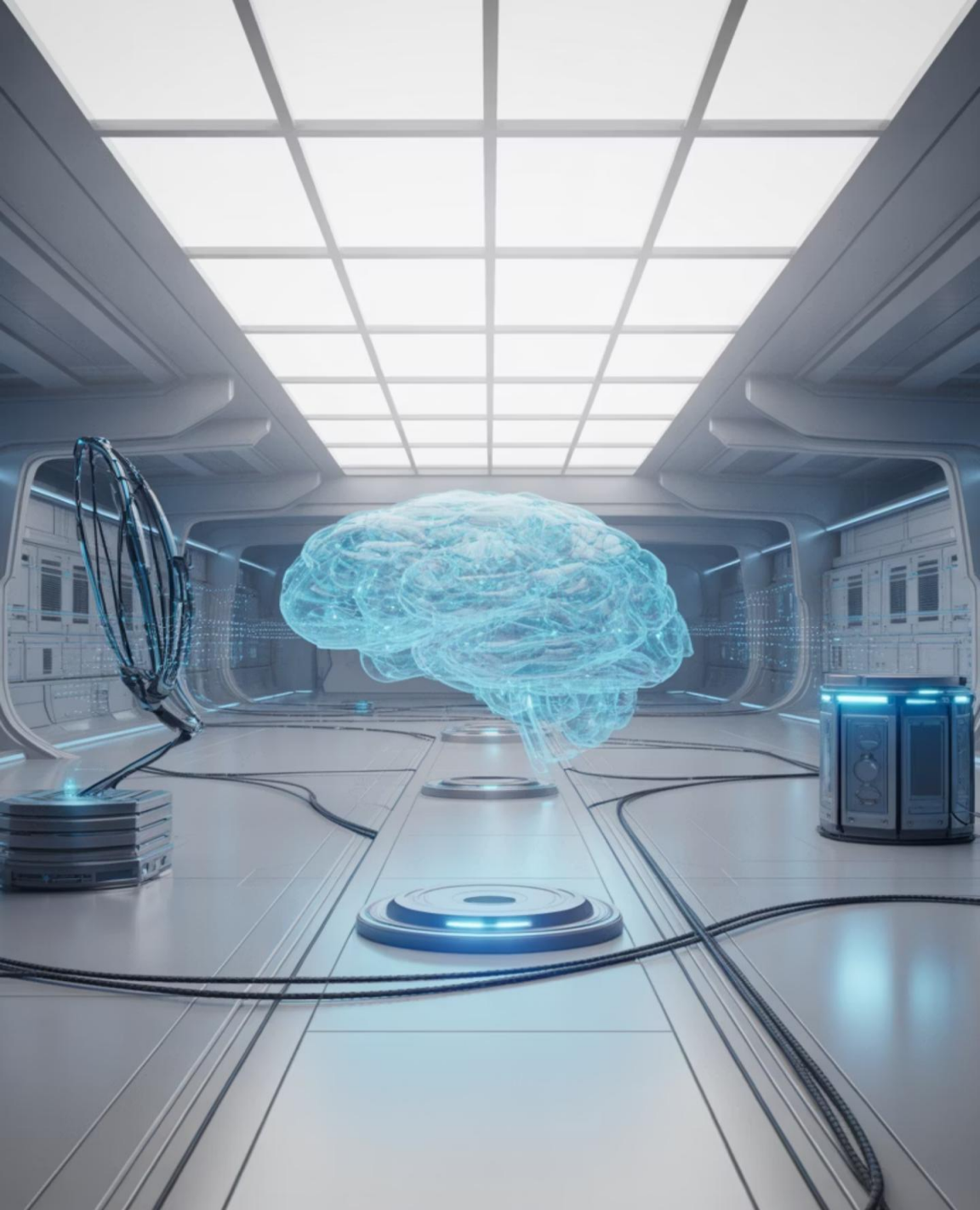
Adaptación Necesaria

Las prácticas de SEO deben ajustarse continuamente para evitar penalizaciones.



Estrategias Flexibles

Las tácticas deben basarse en análisis de datos actualizados y ser adaptables.



Revolución de la Inteligencia Artificial

La IA ha transformado la segmentación y personalización digital. Los buscadores utilizan inteligencia artificial para **predecir la intención de búsqueda** del usuario, personalizando resultados para satisfacer necesidades de manera más precisa.

Las empresas deben ajustar constantemente sus contenidos y arquitectura web para ofrecer experiencias personalizadas y relevantes.

Experiencia de Usuario (UX) como Prioridad



Velocidad de Carga

Los motores de búsqueda priorizan sitios con navegación fluida y tiempos de carga rápidos.



Adaptación Móvil

La compatibilidad con dispositivos móviles es un requisito imprescindible para el posicionamiento.



Core Web Vitals

Métricas que evalúan rendimiento, interactividad y estabilidad visual del sitio.

Privacidad y Seguridad de Datos

Regulaciones Actuales

- GDPR en Europa
- Restricciones sobre cookies
- Nuevas normativas de privacidad

Estas regulaciones han cambiado la forma en que los datos pueden ser recopilados y utilizados, impactando directamente en las estrategias de SEO y personalización.



Rol del SEO en la Estrategia Empresarial

El SEO se ha consolidado como pilar fundamental en las estrategias de marketing digital, impactando directamente en visibilidad, credibilidad y conversión.



¿Por Qué es Tan Importante el SEO?

Tráfico Sostenible

El SEO representa de media el **48%** del tráfico web de un sitio, generando resultados a largo plazo sin necesidad de inversión publicitaria constante.

Conversión Efectiva

En sectores bien posicionados, las tasas de conversión orgánicas **superan el 1%**, demostrando su efectividad en captación de clientes.

Competitividad Equilibrada

Permite competir en igualdad de condiciones frente a líderes del mercado, sin presupuestos publicitarios abrumadores.



Reputación y Confianza Online

Un buen posicionamiento en motores de búsqueda contribuye directamente a la **reputación online** de la empresa. Cuando una marca aparece entre los primeros resultados, se asocia con autoridad y confianza.

El SEO mejora la visibilidad en las etapas iniciales del viaje del cliente, cuando buscan soluciones a sus necesidades, aumentando la intención de compra.

El SEO como Activo Corporativo



Contenidos Relevantes

Atrae y retiene a tu audiencia con información de valor y utilidad.



SEO Técnico

Optimiza la estructura y la velocidad de tu sitio para mejor indexación.



Link Building Estratégico

Construye autoridad y credibilidad con enlaces de alta calidad.



Liderazgo de Marca

Posiciona tu empresa como referente y líder indiscutible en tu sector.

El SEO transforma tu estrategia digital en una visión a largo plazo, impulsando el crecimiento y la mejora continua de tu negocio.



SEO Técnico

Comprender los fundamentos técnicos del SEO es esencial para garantizar que tu sitio web sea encontrado, indexado y valorado por los motores de búsqueda.

Cómo se Encuentran y Muestran las Páginas en Páginas en Google



1. Rastreo

Googlebots o arañas siguen enlaces explorando la web continuamente para descubrir páginas nuevas y actualizar existentes.



2. Procesamiento

Los bots analizan texto, imágenes, metadatos, títulos y aspectos técnicos como velocidad de carga y usabilidad.



3. Indexación

Google decide si agregar la página a su índice, una gigantesca base de datos utilizada para responder consultas.



4. Mostrar Resultados

Google utiliza su índice para mostrar los resultados más relevantes basándose en contenido, UX y rendimiento técnico.

Qué son la Velocidad Web y la Experiencia del Visitante



La velocidad web y la UX son factores críticos para el SEO técnico moderno. Google valora profundamente ambos porque impactan directamente en la satisfacción de los usuarios.

Velocidad Web

1

Impacto en Posicionamiento

Las páginas lentas pueden recibir penalizaciones en los resultados de búsqueda.

2

Tasa de Rebote

Las páginas rápidas tienen menos usuarios que abandonan el sitio inmediatamente.

3

Optimización Técnica

Compresión de imágenes, optimización de código HTML/CSS/JavaScript y mejora de servidores.

Experiencia del visitante (UX)

Mejora la interacción y satisfacción del usuario en tu sitio web. Un buen UX es clave para retener visitantes y alcanzar objetivos.



Arquitectura Clara

Organización lógica del contenido para facilitar la búsqueda.



Navegabilidad Fácil

Menús intuitivos y rutas claras para los usuarios.



Adaptación Móvil

Diseño responsivo para una experiencia fluida en cualquier dispositivo.



Enlaces Internos

Conexiones estratégicas para guiar al usuario por el sitio.

Core Web Vitals: Métricas Esenciales

LCP: 2.5s

Largest Contentful Paint - Carga del contenido principal.

FID: 100ms

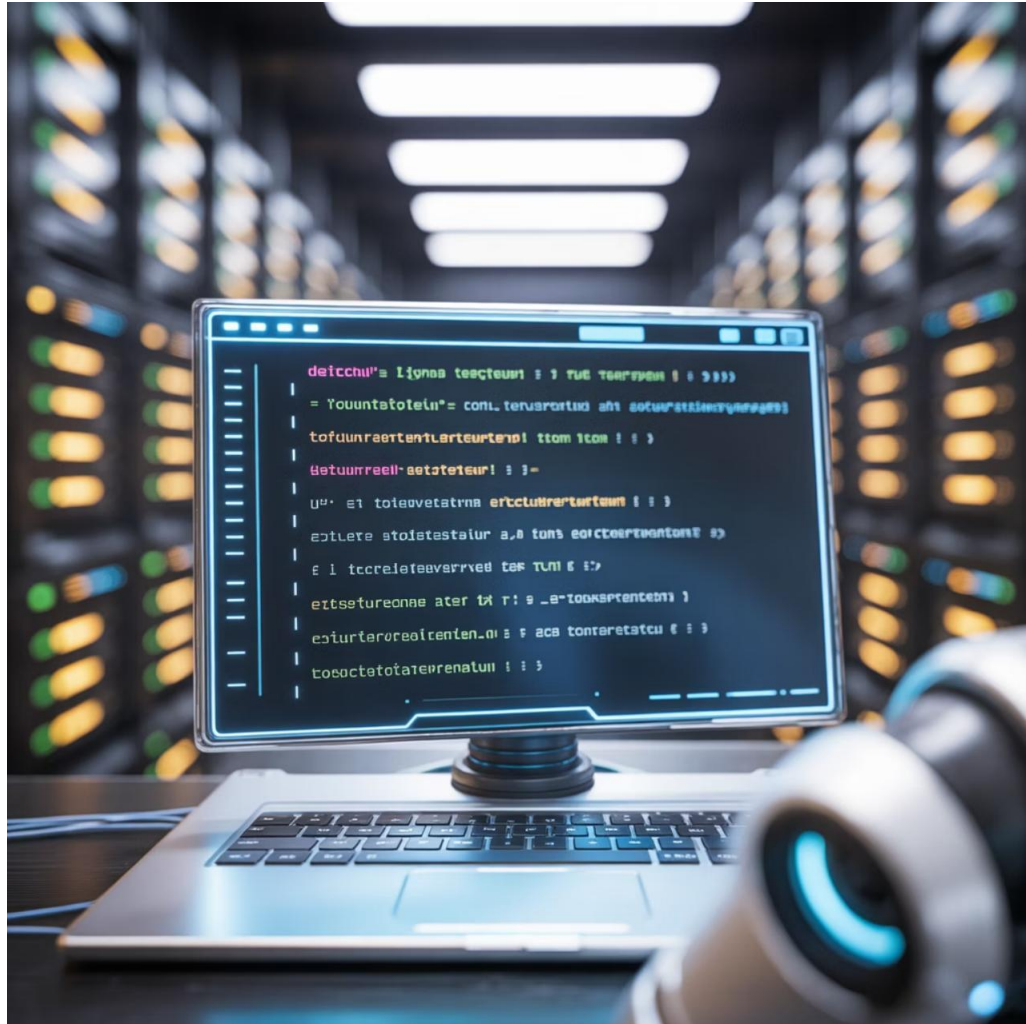
First Input Delay - Respuesta a primera interacción.



Conceptos de robots.txt y sitemap

Estos dos archivos son fundamentales para guiar a los motores de búsqueda en cómo deben rastrear e indexar el contenido de un sitio web.

robots.txt



Función Principal

Archivo de texto en la raíz del sitio (tusitio.com/robots.txt) que da instrucciones a los bots sobre qué pueden y no pueden rastrear.

Comandos Básicos

- **Disallow:** Bloquea acceso a páginas o secciones específicas
- **Allow:** Permite rastreo de áreas específicas
- **Sitemap:** Indica ubicación del sitemap.xml

sitemap.xml



Lista de URLs

Contiene todas las URLs importantes del sitio web en formato XML estructurado.



Información Adicional

Incluye frecuencia de actualización y prioridad relativa de cada página.



Envío a Google

Se puede enviar a través de Google Search Console para facilitar indexación.

Sitemap: <https://www.tusitio.com/sitemap.xml>



Coffee break

Las mejores alianzas también se construyen durante una pausa para el café...



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

Contenidos y Experiencia del Usuario

Crear contenido útil y relevante que responda a las necesidades reales de los usuarios es la clave para el éxito en SEO moderno.





Qué Busca la Gente en Internet y Cómo Crear Contenido Útil

En 2025, la naturaleza de las búsquedas está cambiando rápidamente. Los usuarios buscan respuestas rápidas, relevantes, originales y directamente alineadas con sus necesidades reales.

Tendencias Clave en Búsquedas

Búsqueda por Voz

Los usuarios hacen preguntas más largas y conversacionales usando asistentes como Siri, Alexa y Google Assistant.

Búsquedas Locales

La geolocalización es clave. Los usuarios buscan servicios y productos cercanos, priorizando la conveniencia y la inmediatez.

Preguntas Directas

Los motores de búsqueda ofrecen respuestas concisas directamente en los resultados, valorando contenido que responda de forma clara.

Formatos Visuales y Multimedia

Videos, imágenes, infografías y podcasts están ganando popularidad, impulsados por herramientas como Google Lens para la búsqueda visual. El contenido multimedia mejora la experiencia de usuario y el posicionamiento.

Anticipación a la Intención de Búsqueda

Es crucial crear contenido evergreen (atemporal) y alinearlo con la fase del embudo del usuario, cubriendo desde información general hasta la decisión de compra, anticipando sus necesidades.

Cómo Crear Contenido Útil

1 Investiga Preguntas Reales

Usa herramientas como Google Trends, Answer the Public o sugerencias automáticas de Google para identificar consultas frecuentes de tu público objetivo.

2 Responde de Manera Exhaustiva

Proporciona ejemplos concretos, casos prácticos y un lenguaje claro que cubra el tema en profundidad.

3 Mantente Actualizado

Ofrece información relevante y precisa con las últimas tendencias, datos y herramientas de tu industria.

Diferencia entre Contenido Relevante y Comercial

Contenido Relevante

Diseñado para **resolver problemas o educar** a los usuarios. Su objetivo es ser útil y fidedigno.

- Guías completas sobre un tema
- Tutoriales y explicaciones detalladas
- Análisis de tendencias o informes
- Casos prácticos y comparativas objetivas

Genera relación duradera con usuarios y mayores conversiones a largo plazo.

Contenido Comercial

Centrado en **vender productos o servicios**. Enfoque directo y persuasivo.

- Ofertas y promociones especiales
- Páginas de productos o landing pages
- Llamados a la acción para compra
- Contenido promocional directo

Necesario para conversiones inmediatas, pero debe equilibrarse con contenido relevante.



Buenas Prácticas de Redacción para tu Sitio Sitio Web

Las buenas prácticas de redacción web mejoran el SEO, la experiencia del usuario y fomentan la interacción y confianza con el sitio.

Principios de Redacción Web Efectiva

Lenguaje Claro

Evita jergas o tecnicismos innecesarios. Sé directo y preciso con tono adecuado al público objetivo.

Titulares Descriptivos

Deben reflejar fielmente el contenido. Evita clickbait que genera experiencia negativa.

Estructura Escaneable

Encabezados jerarquizados, párrafos cortos, listas y negritas para resaltar ideas clave.

Tono Adaptado

Ajusta profundidad y lenguaje según el nivel de conocimiento del público objetivo.

Elementos de Credibilidad y Usabilidad

Demstrar Experiencia

Comparte datos propios, ejemplos, estudios de caso o testimonios para mostrar autoridad.

1

CTAs Naturales

Llamadas a la acción claras y relevantes que agreguen valor sin forzar la compra.

3

2

4

Priorizar Legibilidad

Diseño limpio, tipografía adecuada, tamaño de texto cómodo y contraste óptimo.

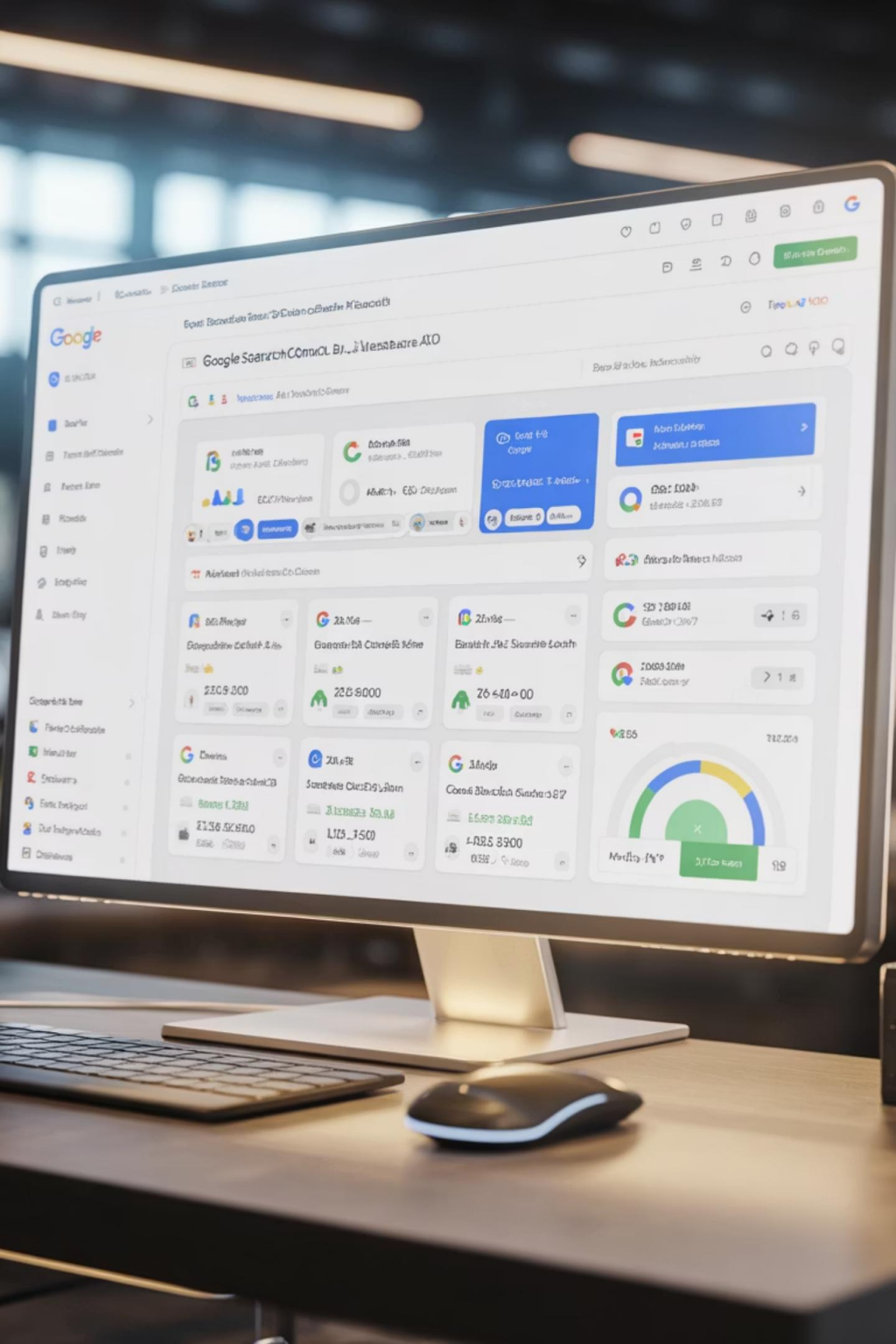
Medir y Analizar

Usa Google Analytics para observar interacción y ajustar según lo que funcione mejor.



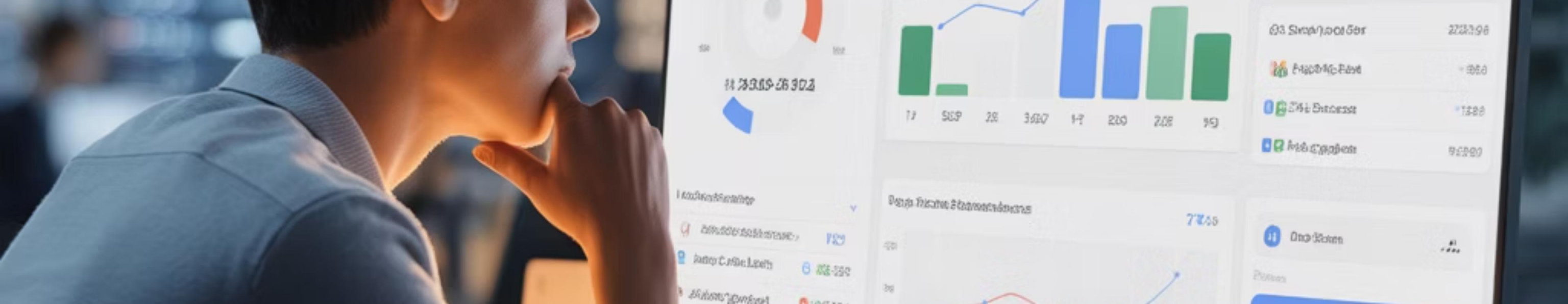
El contenido debe estar optimizado no solo con palabras clave principales, sino también con sinónimos y variantes de las mismas.

Esto ayuda a que el contenido sea más relevante para una gama más amplia de búsquedas, mejorando las posibilidades de aparecer en diversos resultados relacionados.



Introducción a Google Search Console

Una herramienta gratuita esencial para analizar y mejorar el rendimiento de tu sitio en los resultados de búsqueda de Google.



¿Para Qué Sirve y Cómo se Accede?

Google Search Console (GSC) permite a los propietarios de sitios web analizar y mejorar su rendimiento en búsquedas, proporcionando información valiosa para optimizar la presencia online.

Funcionalidades Clave de Google Search Console



Rastreo e Indexación

Analiza cómo Google rastrea e indexa tu sitio.



Tráfico Orgánico

Visualiza clics, impresiones, posición media y CTR.



Problemas Técnicos

Detecta errores de rastreo y contenido duplicado.



Palabras Clave

Mide el rendimiento de tus términos de búsqueda.



Usabilidad Móvil

Evalúa la compatibilidad y experiencia móvil.



Seguridad

Gestiona penalizaciones y problemas de seguridad.

Cómo Acceder a Google Search Console

01

Crear Cuenta de Google

Si no tienes una, créala. Si ya tienes, úsala directamente.

02

Acceder a GSC

Ve a search.google.com/search-console y haz login con tu cuenta.

03

Añadir tu Sitio Web

Selecciona "Añadir propiedad" y escribe la URL de tu sitio web.

04

Verificar Propiedad

Verifica que eres el propietario mediante etiqueta HTML, archivo en servidor, Analytics o Tag Manager.

05

Acceso al Panel

Una vez verificada, accede al panel con toda la información de rastreo y rendimiento.

Verificar que tu Página Aparece en Google



Informe de Cobertura

Muestra qué URLs han sido rastreadas e indexadas, y cuáles tienen problemas o errores.



Inspección de URL

Comprueba si una página específica está en el índice de Google y cuándo fue rastreada por última vez.



Envío Manual

Envía manualmente URLs nuevas o actualizadas para acelerar el proceso de indexación.



Informe de Rendimiento

Muestra qué páginas están siendo vistas en resultados, con qué frecuencia y en qué posiciones.



Cómo Detectar Errores Comunes Fácilmente

GSC es extremadamente útil para detectar y solucionar problemas que pueden afectar negativamente al rendimiento y posicionamiento de tu sitio.

Errores de Rastreo e Indexación



Errores 404

Páginas no encontradas que Google intenta rastrear pero no existen, perjudicando el SEO.



Errores 403/401

Acceso denegado debido a restricciones de permisos que impiden el rastreo.



Incompatibilidad Móvil

Páginas no compatibles con dispositivos móviles pueden ser penalizadas en resultados.



Bloqueo por robots.txt

Archivo robots.txt bloqueando acceso a páginas importantes impide su indexación.

Otros Problemas Comunes

Problemas en Sitemaps

- URLs mal formateadas
- Etiquetas "noindex" conflictivas
- Páginas duplicadas

Problemas de Seguridad

- Malware detectado
- Hackeos en el sitio
- Contenido malicioso

Errores en Datos Estructurados

- Formato incorrecto
- Implementación defectuosa
- Rich results no funcionan

📄 El panel de GSC muestra alertas, informes visuales y recomendaciones prácticas para solucionar estos errores, facilitando la gestión de tu presencia digital.



Introducción a Google Analytics

La herramienta fundamental para recopilar datos detallados sobre visitantes y optimizar la experiencia del usuario en tu sitio web.

¿Qué es y Cómo Ayuda a tu Negocio?

Google Analytics es una herramienta gratuita para medir el rendimiento de tu sitio web, optimizar la experiencia del usuario y basar tus estrategias en datos reales.



Origen del Tráfico

Identifica de dónde vienen tus usuarios (orgánico, pago, redes).



Análisis de Páginas

Conoce las páginas más visitadas y el tiempo de permanencia.



Áreas de Mejora

Detecta problemas de UX y la tasa de rebote.



Impacto de Campañas

Mide el retorno de inversión (ROI) de tus campañas digitales.



Decisiones Informadas

Obtén insights clave para estrategias basadas en datos reales.

Medir visitas y comportamiento básico de los usuarios

1.2K

Usuarios

Personas únicas que visitan el sitio.

2.5K

Sesiones

Interacciones totales con el sitio.

8.7K

Páginas Vistas

Total de páginas visualizadas.

2:45

Duración Media

Tiempo promedio en el sitio.

3.2

Páginas/Sesión

Promedio de páginas por visita.

45%

% de Rebote

Usuarios que abandonan tras una página.

156

Conversiones

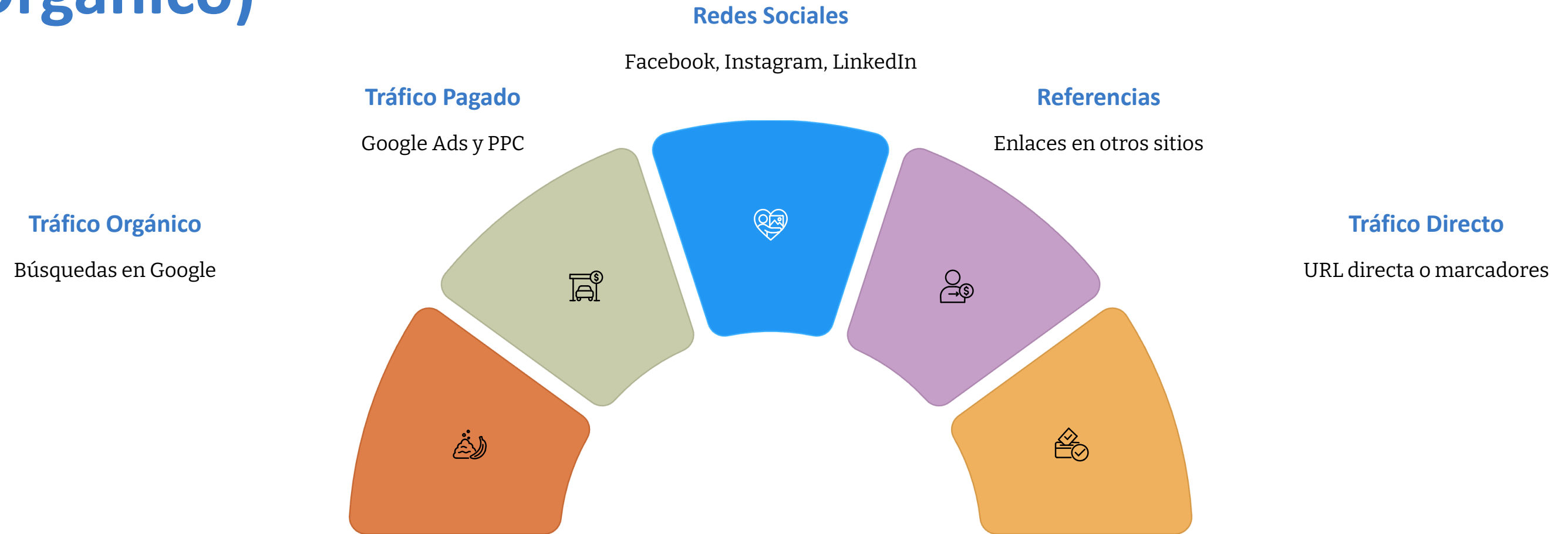
Acciones valiosas completadas (formularios, compras, descargas)

—

Comportamiento en Tiempo
Tiempo Real

Ve la actividad actual de los usuarios en tu sitio.

Ver de Dónde te Encuentran (Búsquedas y Tráfico Orgánico)



Segmentar y analizar estas fuentes te ayuda a comprender qué estrategias de marketing digital funcionan mejor y cuáles necesitan ajustes.

Primeros Pasos Prácticos

Guía paso a paso para configurar y comenzar a utilizar Google Search Console y Google Analytics de manera efectiva.



Cómo Empezar a Usar Search Console y Analytics

Google Search Console

1. Accede a search.google.com/search-console
2. Añade tu propiedad (dominio o prefijo URL)
3. Verifica propiedad (archivo HTML, etiqueta meta, Analytics o Tag Manager)
4. Accede al panel de control
5. Revisa Cobertura, Rendimiento y Sitemaps

Google Analytics

1. Accede a analytics.google.com
2. Crea una propiedad con detalles del sitio
3. Obtén el código de seguimiento JavaScript
4. Añade el código en la cabecera del sitio
5. Espera unos minutos y verifica datos

Acciones Recomendadas al Iniciar

- **Verificar y Subir Sitemap**

Asegúrate de que tu sitio esté verificado en GSC y que el archivo sitemap.xml esté cargado para facilitar rastreo e indexación.

- **Revisar Informe de Cobertura**

Identifica errores de rastreo e indexación como páginas bloqueadas, redirecciones incorrectas o errores 404.

- **Analizar Rendimiento**

Ve qué palabras clave atraen tráfico, qué páginas reciben más visitas y de qué países provienen los usuarios.

- **Configurar Objetivos en Analytics**

Establece objetivos básicos para medir conversiones como envío de formularios, compras o descargas.

- **Actualizar a GA4**

Asegúrate de usar la versión más reciente de Google Analytics para medición avanzada y seguimiento de eventos automáticos.

- **Comparar Datos**

Compara datos de ambas herramientas para detectar discrepancias y ajustar tu estrategia según insights combinados.

Recursos Gratuitos y Ayuda en Línea

Encuentra aquí los mejores recursos para aprender SEO y dominar las herramientas de Google, todo de forma gratuita.



Centros de Ayuda Oficiales

Google Search Console Help, Analytics Help, SEO Help ofrecen guías detalladas.



Tutoriales y Blogs

Aprende de YouTube, Domestika, MiPosicionamientoWeb y SEOQuantum.



Comunidad y Foros

Resuelve dudas en los foros oficiales de GSC y Analytics.



Herramientas Gratuitas

Usa Site Kit para WordPress y Looker Studio para informes.

Reflexiones y Tendencias Futuras

Inteligencia Artificial y SEO

ChatGPT y Bard cambian las búsquedas conversacionales

Búsqueda Visual y por Voz

Google Lens y asistentes dominan la búsqueda

Core Web Vitals Evolucionados

Métricas UX más sofisticadas y exigentes

SEO Semántico Avanzado

Comprensión contextual supera palabras clave

Privacidad y Datos

Era cookieless y GA4 redefinen el tracking

Automatización y Machine Learning

Herramientas predictivas optimizan automáticamente

Conclusiones

El SEO es Inversión a Largo Plazo

No es un gasto, es un activo que genera valor sostenible.

Los Datos Guían las Decisiones

Analytics y Search Console son esenciales para estrategias efectivas.

La Experiencia del Usuario es es Clave

UX y velocidad web determinan el éxito en buscadores.

El Contenido Relevante Convierte

Calidad sobre cantidad, resolver problemas reales de usuarios.

La Adaptación es Constante

Los algoritmos cambian, hay que mantenerse actualizado y flexible.



CreaciónExperiencias

Evalúa el curso y el profesor escaneando el siguiente QR:





www.xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



Tel.: 625 54 77 48



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA