

¿Por qué mi web no tiene una buena posición en Google? parte 1.

Mayo 2008

Hay más de 200 motivos.

Como sabéis la posición que asigna Google o cualquiera de los buscadores a las páginas web que muestra como resultado de las palabras clave que alguien busca dependen de muchísimos factores. Cada buscador tiene su propio algoritmo y éste es absolutamente secreto, como la fórmula de la Coca-Cola.

Pero que no sepamos su fórmula no significa que no sepamos algunos ingredientes que contiene, en el caso del algoritmo de Google se dice que son cerca de 200 variables que analizan en tu web antes de decidir en qué posición la muestra.

Muchas son de dominio público como crear una estructura acorde con tus palabras clave, que tengan una visibilidad destacada entre el resto de tus contenidos, crear unos metatags robustos... En este artículo pretendemos comentar algunas claves menos conocidas de porqué una web puede no tener una buena posición en Google.

1. El Page Rank sigue siendo importantísimo.

El Page Rank, por si alguien no lo sabe, es el valor que Google da a cada página para saber cómo clasificarla en función de su importancia. Y entiende que esa importancia es mayor contra más páginas enlacen con la nuestra y más importantes sean. Su fórmula original es conocida:

$$PR(A) = (1 - d) + d(PR(T1) / C(T1) + \dots + PR(Tn) / C(Tn))$$

Donde **PR(A)** es el PageRank de la página A; **PR(Ti)** es el PageRank de las páginas Ti que enlazan a A; **C(Ti)** es el número de enlaces salientes de la página Ti; y **d** es un factor variable que puede estar entre 0 y 1.

Resumiendo que contra más enlaces que apunten hacia nuestra página y mayor Page Rank tengan las páginas que nos apuntan más importante entenderá Google que somos y mayor será nuestro Page Rank.

Si no aparecemos en una buena posición debemos preguntarnos qué PR tenemos, se puede saber descargando la barra de Goole en nuestro navegador o introduciendo la URL en la siguiente web:

<http://www.tools-live.com/pagerank-actual.html>

Para palabras poco competidas tendremos suficiente un PR1 ó 2, para palabras con más competencia necesitaremos un 3 o un 4. Pero ojo, que el PR sigue una escala logarítmica, no lineal, por lo que pasar de 1 a 2 es más o menos sencillo pero para aumentar PRs superiores se deberá hacer una campaña específica.

2. La antigüedad es un grado.

Google da mucha importancia a la antigüedad de una página web, a una página de 6 meses difícilmente le otorgará un PR alto.

De igual forma valora mucho más los links antiguos que los más nuevos. Y eso hace que ganen en importancia los links permanentes.

Entonces qué pasa, que Google da prioridad a las páginas viejas? no bien, bien. Da importancia a la antigüedad pero valora que además se actualicen constantemente.

3. Dónde tenemos alojada nuestra página.

Google, en su intento de ofrecer a sus usuarios el resultado que más de ajusta a una búsqueda, da mucha importancia a la proximidad entre el lugar donde está el usuario y el lugar donde se encuentra alojada la página a mostrar.

Para saber donde tenemos la página alojada no es suficiente pensar que hemos contratado el hosting desde España, ni siquiera que se lo hemos contratado a una empresa española, lo que hemos de ver es qué IP tiene la máquina donde tenemos alojada la web y a qué país pertenece ese rango de IPs.

Para ver la IP de nuestro host basta con introducir nuestra url en:

<http://baremetal.com/cgi-bin/dnsip>

La IP obtenida la introduciremos en este otro y obtendremos país y ciudad exacta de donde está alojada nuestra web:

<http://www.ip2location.com/free.asp>

Conclusión, hemos de intentar tener la web alojada lo más cerca posible de nuestro Cliente objetivo.

CEO Thatzad.

www.thatzad.com

Nota:

Todos los artículos de esta web están sometidos a las leyes de propiedad intelectual y pertenecen a Thatzad. Pueden ser utilizados total o parcialmente por cualquier medio de comunicación siempre que se haga una referencia a la empresa y a su página web. En caso de medios digitales se solicita únicamente un link visible para los buscadores.