Cómo Posicionar tu sitio web en Google sin pagar en 2024



Recientemente, me preguntaba una emprendedora del sector de la salud, ***¿cómo podría lograr visibilidad en Internet sin tener que pagar por ello?***. La respuesta corta a este interrogante es el SEO o posicionamiento en motores de búsqueda, específicamente en Google y para lograrlo se debe implementar una estrategia de contenidos en su propio sitio web creando periódicamente artículos basados en la o las palabras clave que se quieren posicionar.

A grandes rasgos, esta sería la forma de aparecer en Internet sin pagar, claro que para que este proceso sea exitoso se debe hacer una excelente investigación de palabras clave, una buena producción de contenido, post de 600 palabras seo optimizados, ser muy constante, etc.

Pero a raíz de esta interesante pregunta que casi todos los emprendedores tenemos, decidí investigar cuáles son los parámetros que Google podría tener en cuenta a la hora de posicionar un sitio web para este 2024 y lo que encontré fue

mucho más interesante y que nos puede dar muchas luces a la hora de crear una estrategia de contenidos para nuestros sitios web.

¿Cómo Posicionar tu sitio web en Google sin pagar en 2024?

Para saber como posicionar tu sitio web en Google sin pagar en 2024 debes tener en cuenta algunos factores importantes que explicaremos a continuación que incluso el propio motor de búsqueda nos indica.

Lo primero, *c*rea contenido original y relevante, enfócate en la autoridad del creador y la experiencia del usuario, y aplica SEO éticamente para mejorar tu presencia en línea.

Puntos clave a tener en cuenta.

- Crea contenido tipo post SEO optimizado regularmente.
- La originalidad y la relevancia del contenido son esenciales.
- La autoridad del creador y la experiencia en la página impactan en el posicionamiento.
- SEO útil cuando se aplica éticamente a contenido centrado en personas.

Y es que en el vasto mundo digital, destacar en la Búsqueda de Google no solo se trata de estrategias de posicionamiento, sino de ofrecer contenido útil, fiable y centrado en las personas. En este artículo, exploraremos las directrices proporcionadas por el Centro de la Búsqueda de Google para ayudar a creadores y propietarios de sitios web a evaluar la calidad de su contenido y mejorar su presencia en línea.

Organización y Evaluación de Contenido

Google destaca la importancia de organizar el contenido a través de colecciones, permitiendo a los usuarios guardar y clasificar información según sus preferencias. Además, se enfatiza que la clasificación automatizada de Google está diseñada para presentar datos útiles y fiables, no para favorecer el posicionamiento en buscadores.

La autoevaluación del contenido es fundamental. Preguntas clave sobre calidad incluyen la originalidad, exhaustividad y relevancia del material. La sugerencia es evaluar si el contenido proporciona información interesante, evitando exageraciones en los títulos y manteniendo un enfoque útil y descriptivo.

Autoridad del Contenido y Experiencia en la Página

La autoridad del contenido se evalúa mediante la presentación clara de fuentes y la identificación del autor. Google sugiere que el contenido escrito o revisado por expertos o entusiastas que conocen bien el tema es más valioso. Además, la revisión de errores ortográficos y el esfuerzo dedicado a la creación del contenido son factores considerados.

Ofrecer una buena experiencia en la página es esencial. **Google destaca que los sistemas de posicionamiento premian el contenido que proporciona una experiencia positiva.** Se aconseja a los propietarios de sitios web evaluar la experiencia general en la página en múltiples aspectos, no solo en uno o dos.

Contenido Dirigido a Personas

El contenido dirigido a personas es aquel creado pensando principalmente en usuarios y no con el objetivo de manipular el posicionamiento en buscadores. Google proporciona preguntas clave para evaluar si se sigue una estrategia centrada en las personas. Aspectos como tener una audiencia prevista, basar el contenido en experiencias de primera mano y tener un objetivo o enfoque principal son considerados.

Evitar Crear Contenido Centrado en Buscadores

La recomendación clave es centrarse en crear contenido pensando en usuarios en lugar de buscar un buen posicionamiento en buscadores. Se advierte contra la creación de contenido principalmente para atraer visitas de buscadores, escribir sobre temas solo porque son tendencia y no por interés genuino, y otras prácticas que no contribuyen a una experiencia positiva para el usuario.

SEO y E-E-A-T: Factores Clave

Aunque se desaconseja la creación de contenido centrado en buscadores, Google reconoce la utilidad del SEO (Search Engine Optimization) cuando se aplica a contenido centrado en personas. El SEO se presenta como una herramienta para ayudar a los buscadores a descubrir e interpretar mejor el contenido, siempre que se aplique de manera ética y alineada con las mejores prácticas.

E-E-A-T (Experiencia, Conocimiento, Autoridad, Fiabilidad, en español) son factores clave en la evaluación de contenido. **La fiabilidad se destaca como el más importante, influyendo en temas críticos relacionados con la salud, la estabilidad financiera o la seguridad.** Google sugiere que los evaluadores

de calidad de búsqueda, usuarios que informan sobre la eficacia de los algoritmos, juegan un papel vital en este proceso.

- **Estos temas críticos se le conocen como YMYL («Your Money or Your Life»), son temas relacionados con el dinero o la vida.** Es decir, Google pondrá la lupa a sitios web cuya temática principal trate alguno de estos temas por su complejidad para las personas, si alguien puede perder dinero o la vida por las temáticas de tu sitio web, entonces Google evitara posicionarte a no ser que logres comprobar que eres un experto en el tema o te estás asesorando de manera correcta y fiable.

El anterior es quizás el factor más determinante para sitios web especializados en este tipo de temas, si notas que por más esfuerzos que realizas en la creación de tu contenido, el sitio no termina de posicionar, entonces debes evaluar la calidad del mismo **y comenzar a mostrar tu autoridad en la temática.**

Google informa que mucho de este contenido es filtrado por los evaluadores de calidad de búsqueda, que son usuarios que informan si los algoritmos devuelven buenos resultados. Google forma a los evaluadores para identificar si un contenido se ajusta a un buen nivel d**e experiencia, conocimiento, autoridad y fiabilidad (E-E.A-T).**

Preguntas Clave: ¿Quién, Cómo y Por Qué?

Una parte esencial de la evaluación del contenido implica hacerse preguntas fundamentales: ¿Quién ha creado el contenido? ¿Cómo se ha creado? ¿Por qué se ha creado? Indicar claramente quién creó el contenido contribuye a la transparencia y confianza (E-E-A-T). Proporcionar detalles sobre cómo se creó el contenido, especialmente si involucra

automatización o inteligencia artificial, mejora la comprensión de los usuarios. **La pregunta crucial es el «¿Por qué?», donde la respuesta ideal es que el contenido se ha creado principalmente para ayudar a las personas.**

Conclusiones: Un Enfoque Equilibrado

Para finalizar, e**l éxito en la Búsqueda de Google no solo se trata de tácticas de SEO, sino de ofrecer contenido valioso y centrado en las personas.** Claramente, Google nos pide que realmente resolvamos la duda que tiene el usuario al ingresar a nuestro sitio web. La combinación de factores como la originalidad, la autoridad del contenido, la buena experiencia en la página y la transparencia en la creación del contenido son claves para destacar en los resultados de búsqueda y lograr el objetivo.

Si bien el SEO puede ser una herramienta útil, su aplicación debe ser ética y alineada con la creación de contenido que realmente beneficie a los usuarios. La transparencia en la autoría y el propósito del contenido, junto con la atención a la experiencia del usuario, son aspectos que Google valora y premia en su proceso de posicionamiento.

En última instancia, la recomendación es clara: crea contenido pensando en las personas, no solo para los motores de búsqueda. Al seguir estas directrices, los creadores pueden mejorar la calidad de su contenido, ofrecer experiencias positivas a los usuarios y aumentar su visibilidad en la Búsqueda de Google. ¡Haz que tu presencia en línea destaque por lo que aporta a las personas!

Nota final: *este post se ha realizado en colaboración con ChatGPT y mi experiencia en diseño y posicionamiento web. Gracias por leerme.*