



ÚLTIMAS NOTICIAS: Desempleo en España repunta en agosto tras 4 meses de descensos

ALTA GERENCIA | Martes, Septiembre 4, 2012

Llegando a la cima de Google: verdades y mitos I

En las conferencias que permanentemente dicto y las charlas que tengo con clientes, una de las preguntas que con mayor frecuencia encuentro, es cómo se hace para llegar a la primera posición en las búsquedas, principalmente en Google.

Esta es casi una obsesión para [empresarios](#), gente de mercadeo, diseñadores y programadores web, entre otros. Y la verdad es que es una obsesión que no es gratuita, pues estar en las primeras posiciones de Google puede ayudar mucho a las ventas y en general, el desarrollo de la estrategia de una empresa.

Para entender la importancia que tiene este tema, revisemos algunas cifras. Según la firma comScore, en el año 2011, 9 de cada 10 búsquedas en América Latina se realizaron en Google. En Colombia esta cifra es un poco mayor, ubicándose en el 93% de las búsquedas. La importancia de Google es [total](#) y por lo tanto se debe tomar en cuenta en cualquier estrategia de internet.

Por otro lado, un estudio de Microsoft (2007) afirma que el primer resultado arrojado por un motor de búsqueda como Google o Bing tiene en promedio un 89% de clics, mientras que la segunda posición es de 33%. En otras palabras estar de primero en los [resultados](#) de búsqueda puede llevar a que casi 9 de cada 10 usuarios visiten esa página, mientras que aparecer de segundo baja a solo 3 clics entre 10 usuarios. Por esto es que es tan importante aparecer de primero en las búsquedas.

Son muchas las personas y empresas que están buscando llegar a ese codiciado primer puesto. Muchos lo han logrado, algunos casi de manera natural (por ejemplo esto sucede con frecuencia con marcas muy importantes y conocidas), otras han empleado estrategias de SEO (Search Engine Optimization - Optimización en [Motores](#) de Búsqueda) para mejorar su posicionamiento.

Antes de continuar quiero explicar los dos tipos de resultados que maneja un motor de búsqueda como Google. El primero es el resultado natural u orgánico, en el cual el motor de búsqueda muestra resultados de lo que este considera más relevante. Para estos resultados, no se le paga al motor de búsqueda un solo peso. Junto a estos aparecen resultados pagos, en los cuáles empresas y personas pagan para aparecer. Este segundo tipo de resultado funciona siempre y cuando se continúe pagando. En el momento que se decida dejar de pagar, los resultados desaparecerán. Las estrategias de SEO apuntan al primero, es decir, a los resultados orgánicos, donde el objetivo es mejorar los resultados en el buscador sin pagarle un solo peso a Google.

La gran ventaja de sacar provecho de los resultados orgánicos (SEO) es que en general, las técnicas prevalecen con el paso del tiempo. En el pago, este será efectivo siempre y cuando se continúe pagando. Una vez se acabe el presupuesto, no se puede garantizar la continuidad de los resultados. En ocasiones la fórmula se encuentra en usar simultáneamente estrategias de posicionamiento orgánico, reforzada con publicidad paga en motores de búsqueda (en una entrega posterior profundizaré en esta estrategia).

Como este tema es tan importante, existen muchas verdades, pero también mitos, alrededor del mismo. En los próximos artículos de esta serie discutiré algunos de estos, recalando que hay mucha información desconocida (muchos afirman que en el mundo empresarial los secretos industriales mejores guardados son la fórmula de



Lo + Leído

1. El colombiano más caro de la historia
2. Carlos Slim ahora entra al negocio del fútbol
3. Pocas diferencias entre medicina prepagada y el plan obligatorio
4. 'Productos milagro' están en la mira de la SIC
5. 'El desconocimiento del mercado tiene frenado el TLC con Canadá'

Coca-Cola y cómo funciona el motor de búsqueda de Google), pero que existe información y experimentos que se han realizado y han dado elementos para aplicar estrategias SEO.

A lo largo de los últimos años, Google ha dado algunas pistas de cómo funciona su buscador. Sin embargo la mayor parte de la información se ha obtenido de personas que experimentaron y han encontrado patrones que funcionan y los compartieron con el mundo.

El primer gran mito que abordaré en el siguiente artículo es la verdad de si se puede llegar al primer lugar. Aunque la respuesta es "sí", este es un "sí" complejo, con muchas variables y que puede cambiar con el tiempo, por el momento solo adelanto que aunque esto es posible, desconfío de las empresas que aseguran que van a lograr el primer puesto en Google (incluso aquellas que garantizan la devolución del dinero si no lo logran). Todos los detalles en la próxima entrega.

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES

Consultor en Innovación y Estrategias Empresariales y de Int



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Andrés Julián Gómez (Change)

Comment

Warning: http://www.larepublica.com.co/alta-gerencia/llegando-la-cima-de-google-verdades-y-mitos-i_19734 is unreachable.

Facebook social plugin

© 2012, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600 | Agencia Digital: imaginamos.com

[Economía](#) [Empresas](#) [Finanzas](#) [Globeconomía](#) [Vida](#) [Opinión](#)
[Comercio Exterior](#) [Alta Gerencia](#) [Finanzas](#) [Responsabilidad Social](#) [Infraestructura](#) [Consumo](#)
[Automotores](#) [Finanzas Personales](#) [Tecnología](#) [Twitter](#) [Financiero](#)
[Agronegocios](#) [Asuntos Legales](#) [Foros LR](#)
[Contacto](#) [Suscripciones](#)
[Aviso Legal](#) [Quienes Somos](#)

Aplicación Blackberry

Móviles