

# F. SEO guía optimización contenido

- [F1. Introducción - SEO guía optimización contenido](#)
- [F2. Categorías, productos y páginas de contenido - SEO guía optimización contenido](#)
- [F3. Descripciones - SEO guía optimización contenido](#)
- [F4. Imágenes general - SEO guía optimización contenido](#)
- [F5. Imágenes subidas con Builder - SEO guía optimización contenido](#)

# F1. Introducción - SEO guía optimización contenido

El SEO es el conjunto de acciones para que tu web aparezca en buscadores.

Wakaprint está estructurada para ser totalmente leída por buscadores.

Respecto al contenido hay algunos factores clave que influyen en que una página se posicione mejor en los buscadores

Factor	Impacto SEO
Contenido de calidad	Muy alto
Palabras clave	Alto
Meta título y descripción	Medio / Alto
Velocidad de carga	Alto
Enlaces internos y externos	Muy alto
Experiencia de usuario	Alto (indirecto)
Categorías (nombre + descripción)	Muy alto
Landing pages	Alto
Menú principal	Medio-Alto
FAQs e información de ayuda para el usuario	Medio-Alto

En Wakaprint cada página de la web tiene su meta título y meta descripción. En algunas páginas de la web como por ejemplo en productos, categorías y páginas de contenido tiene un editor para actualizar estos metadatos. En otras páginas son tomados directamente del título de la página. Además Wakaprint dispone de la **herramienta SEO**, para revisar y actualizar los metadatos.

## **1. Por qué es importante el meta título (title) de la página de inicio para el SEO**

El **meta título de la página de inicio** es uno de los elementos más influyentes para el posicionamiento orgánico (SEO) en buscadores como Google. A continuación, se explica por qué:

**1.1 Es lo primero que ven los usuarios** en los resultados de búsqueda.



Waizabú

<https://waizabu.com>

## Expertos en desarrollo de apps web - Waizabu aplicaciones ...

Desarrollo de aplicaciones web, integración de aplicaciones de terceros y servicio de impresión de gran formato profesional.

### Contactar

Contacte con los profesionales de Waizabú. El horario de atención ...



### Programación

Herramientas que permiten la distribución automatizada de ...



### Aplicaciones

Web para inmobiliarias. La herramienta por excelencia ...



### Web

Sitios web 2.0. Creamos o actualizamos páginas web a los ...



### Kit digital

Factura electrónica. ENICO es el ERP creado por Waizabú y que ...



[Más resultados de waizabu.com »](#)

El texto del resultado de búsqueda con apariencia en color y tamaño de tipografía grande es, el meta título de la página a la que lleva el resultado.

## Expertos en desarrollo de apps web - Waizabu aplicaciones ...

Desarrollo de aplicaciones web, integración de aplicaciones de terceros y servicio de impresión de gran formato profesional.

El texto que muestra el resultado en color gris y tamaño más pequeño es la meta descripción de la página a la que lleva el resultado.

Recomendación. Si el título y la meta descripción son atractivo y claro, aumentará las posibilidades de que el usuario haga clic en el resultado y acceda al sitio.

### 1.1 En el meta título se recomienda como mucho poner :

- 50-60 caracteres (incluyendo espacios)
- Ideal: 55 caracteres aprox.

A partir de ~60 caracteres suele cortarlo.  
Los títulos cortos y claros posicionan y se leen mejor.

Buen ejemplo; Software de impresión bajo demanda | NombreMarca  
(48 caracteres)

## 1.2 En la meta descripción se recomienda como mucho poner

- 140-160 caracteres.
- Ideal: 150-155 caracteres.

En escritorio suele mostrar hasta ~155-160.

En móvil puede variar, pero más de 160 se corta.

No afecta directamente al ranking, pero **sí al CTR.**

Buen ejemplo; Gestiona pedidos, impresión y envíos desde una sola plataforma.  
Automatiza tu producción con nuestro software de impresión bajo demanda.  
(154 caracteres)

## 1.3 Tips importantes (muy recomendables)

- No repetir palabras clave sin sentido.
- Usar la palabra clave principal al inicio
- Cada página debe tener meta título y meta descripción únicos.
- Evitar títulos genéricos tipo *Inicio, Home, etc.*
- Usa palabras clave que definan claramente tu actividad principal.
- Incluye el nombre de tu marca para reforzar tu presencia.
- Si el título está mal escrito, es genérico o no describe bien el contenido, Google puede modificarlo automáticamente en los resultados. Un buen meta título bien redactado asegura que se muestre como tú deseas.



# F2. Categorías, productos y páginas de contenido - SEO guía optimización contenido

En Wakaprint cada página de la web tiene su metatítulo y metadescripción.

En algunas páginas de la web como por ejemplo en productos, categorías y páginas de contenido tiene un editor para actualizar estos metadatos. En otras páginas son tomados directamente del título de la página.

Además Wakaprint dispone de la **herramienta SEO**, para revisar y actualizar los metadatos.

## 1. Guía básica: Meta título y metadescripción para productos

### 1.1 Qué son

- Meta título (Meta Title):  
Es el título que aparece en los resultados de búsqueda de Google. Resume el contenido de la página y debe contener las palabras clave más importantes.
- Meta descripción (Meta Description):  
Es el texto que aparece justo debajo del título en los buscadores. Debe ser atractivo y explicar de forma clara y concisa qué ofrece el producto.

### 1.2 Por qué son importantes

- Mejoran el posicionamiento en Google (SEO). Los motores de búsqueda valoran los títulos y descripciones bien escritos, únicos y con palabras clave relevantes.
- Aumentan el tráfico a la tienda online. Un título llamativo y una descripción clara invitan al usuario a hacer clic.
- Mejoran la experiencia de usuario. Ayudan al visitante a entender rápidamente qué encontrará en el producto antes de entrar en la página.

### 1.3 Cómo escribir un buen meta título

- Incluir la palabra clave principal. El nombre del producto o categoría.
- Ser claro y directo: evitar tecnicismos innecesarios.
- No más de 60 caracteres: si es más largo, Google lo corta.

Ejemplo: *Taza de cerámica personalizada | Envío gratis en 24h*

#### 1.4 Cómo escribir una buena meta descripción

- Explicar qué hace único al producto.
- Incluir beneficios o detalles clave.
- No más de 155 caracteres.

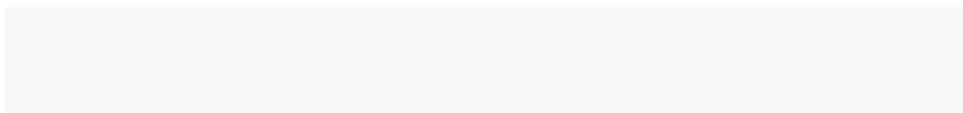
**Ejemplo:** *Taza de cerámica personalizable con tu nombre o diseño favorito. Ideal para regalar. Fabricación rápida y envío en 24 horas.*

#### 1.5 Recomendaciones clave

- Evitar repetir el mismo título o descripción en varios productos.
- Usa palabras clave relacionadas con lo que los clientes buscan.
- Pensar como el cliente: ¿Qué información le haría hacer clic?

#### 1.6 Cuándo revisarlos

- Hacer una auditoría regular (por ejemplo, cada 3-6 meses) para asegurar de que los meta títulos y descripciones siguen siendo relevantes y atractivos.



## Ejemplo visual de un resultado en Google

Metatítulo del producto

Taza personalizada con foto y nombre | Wakaprint

URL

[www.wakaprint.eu/productos/taza-personalizada](http://www.wakaprint.eu/productos/taza-personalizada)

Metadescripción

Diseña tu taza con tu foto o texto favorito. Ideal para regalar. Fabricación urgente y envío gratis en 24h.

Explicación de cada parte del resultado:

- Meta título del producto. Es lo primero que ve el usuario. Debe ser claro, incluir palabras clave, y atraer el clic.
- URL. El enlace que apunta directamente al producto en la tienda online. También comunica confianza si es legible y claro.
- Meta descripción. Texto debajo del título. Ofrece la oportunidad de convencer al usuario de hacer clic, explicando en 1 o 2 frases los beneficios clave.

### Comparativa rápida

Elemento	Ejemplo	Función clave
Meta título de la web	Impresión personalizada	Wakaprint
Meta título del producto	Taza personalizada con foto y nombre	Destaca el producto individual
URL (enlace)	<a href="http://www.wakaprint.eu/productos/taza...">www.wakaprint.eu/productos/taza...</a>	Conduce a la página del producto
Meta descripción	Diseña tu taza con foto o texto...	Motiva al clic y resume el producto

# F3. Descripciones - SEO guía optimización contenido

## 1. Por qué son importantes las descripciones de producto para el SEO

En una tienda online, cada producto debe tener una descripción bien redactada. No solo informar al cliente, sino que también cumple una función crucial en el posicionamiento en buscadores como Google.

## 2. Ayudan a que el producto aparezca en las búsquedas

Los buscadores utilizan el contenido de cada página para decidir en qué búsquedas mostrarla. Si un producto tiene una buena descripción:

- Incluye las **palabras clave relevantes** (ej. “zapatillas deportivas blancas de mujer”).
- Explica claramente qué es el producto, para qué sirve y a quién está dirigido.
- Tiene más probabilidades de aparecer en los resultados orgánicos (no de pago).

## 3. Aumentan el tráfico cualificado

Cuanto más clara y específica sea la descripción, más probable es que atraiga a personas interesadas realmente en ese producto. Esto puede:

- Aumentar las visitas a la tienda.
- Mejorar la tasa de conversión (más ventas).
- Disminuir la tasa de rebote (personas que se van sin interactuar).

## 3. Evitar contenido duplicado

Muchas tiendas online usan descripciones copiadas del fabricante, lo que Google penaliza por ser contenido duplicado. Esto:

- Reduce el posicionamiento.
- Dificulta que la tienda destaque frente a competidores.

Por eso es muy importante crear descripciones originales y únicas para cada producto.

## 4. Mejoran la experiencia del usuario

Una descripción clara y bien redactada:

- Ayudan al cliente a decidir si el producto es lo que necesita.
- Reducen dudas y posibles devoluciones.
- Refuerza la imagen profesional de la tienda.

## 5. Buenas prácticas para descripciones de producto:

- Ser claro, conciso y descriptivo.
- Usar palabras clave relevantes de forma natural.
- Explicar los beneficios, materiales, tamaños, usos, etc.
- Añadir un tono cercano, informativo y adecuado al tipo de público.
- Evitar copiar texto de otras webs.

### **Ejemplo simple:**

Título del producto: Mochila escolar ergonómica

Descripción optimizada para SEO: Mochila escolar ergonómica para niños de primaria, con respaldo acolchado, múltiples compartimentos y diseño resistente al agua. Ideal para libros, material escolar y portátil. Disponible en varios colores.

## 6. Conclusión

Las descripciones de producto no son solo un apoyo para la venta: son **una herramienta clave para el posicionamiento SEO** de la tienda. Invertir tiempo en escribir buenas descripciones originales mejora la visibilidad, la experiencia de usuario y, en última instancia, las ventas.

# F4. Imágenes general - SEO

## guía optimización contenido

### Etiquetas `alt` en las imágenes y SEO

Las etiquetas `alt` (texto alternativo) son descripciones que se asignan a las imágenes en el código HTML. Aunque no se muestran visualmente en la página, tienen un papel clave en la accesibilidad y en el posicionamiento web (SEO).

#### 1. Mejoran el SEO (posicionamiento en buscadores)

Los buscadores como Google no "ven" imágenes, pero leen el texto `alt` para saber qué representan. Esto ayuda a:

- Entender el contenido de la página.
- Posicionar la imagen en Imágenes.
- Aumentar la visibilidad de productos en e-commerce.

El buscador Google tiene tecnología de reconocimiento de texto en imágenes (OCR) y puede detectar texto dentro de una imagen, por ejemplo:

- Texto en una foto
- Texto en un banner
- texto en una infografía

⚠ Pero esto no sustituye al texto HTML ni al atributo `alt`.

## 2. Mejoran la accesibilidad

Las personas con discapacidades visuales utilizan lectores de pantalla. Estos dispositivos leen el texto alternativo para describir la imagen. Si una imagen no tiene `alt`, esas personas no sabrán qué se muestra.

Esto también es una exigencia legal en muchos países en materia de accesibilidad web.

## 3. Aparecen si la imagen no se carga

Si por alguna razón la imagen no se puede mostrar (por conexión lenta o error), el texto `alt` aparece en su lugar. Esto evita vacíos de información en la página.

## Buenas prácticas para usar `alt` correctamente

- Ser **descriptivo y específico**: explicar qué se ve en la imagen.
- Incluir **palabras clave**, si es natural hacerlo.
- No repetir contenido innecesario.
- No usar frases como “imagen de...” o “foto de...”, Google ya sabe que es una imagen.

### **Ejemplo incorrecto;**

```
alt=imagen1
```

### **✓ Ejemplo correcto;**

```
alt=Zapatos de cuero negro con suela antideslizante para hombre
```

## Conclusión

Las etiquetas `alt` no solo mejoran el posicionamiento en buscadores, sino que hacen la web más accesible y profesional. En una tienda online, cada imagen de producto debería tener un `alt` descriptivo, ya que también puede ayudar a aparecer en resultados de búsqueda visual.

# F5. Imágenes subidas con Builder - SEO guía optimización contenido

**En Builder se suben las imágenes mediante un gestor de subida de archivos.**

**Recomendaciones:**

- Organizar las imágenes en carpetas.
- Los nombres de las carpetas y de las imágenes también son leídas por los buscadores. Se recomienda escribir sus nombres sin caracteres especiales, en minúsculas, y con las palabras separadas por guiones.
- Escribir la etiqueta alt en el campo disponible.
- En el supuesto de usar un bloque HTML, se recomienda añadir la etiqueta <alt> a las imágenes.