

# Orlando Santana (Adseoweb): “En el 99,99% de los negocios de éxito, su mayor fuente de captación de clientes es el SEO”



Tiempo de lectura: minutos

Dicen que las casualidades no existen, y de ello vamos a hablar hoy con **Orlando Santana García**, experto en SEO #MadeInCanarias y fundador de una de las mejores agencias de **SEO en Canarias**. Orlando es emprendedor online desde hace más de 5 años, actualmente cuenta con varios proyectos online activos y se ha vuelto un especialista en levantar dominios desde cero. Todos conocemos lo que es el posicionamiento web y lo importante que es para cualquier negocio online actualmente pero... **¿Cómo se llega a la primera página de Google?**

Las empresas que aparecen en la primera página de Google **no lo hacen por casualidad**, y todos sabemos que uno de los mayores canales de captación de clientes a nivel online es el SEO, por tanto, hoy vamos a hacer que Orlando nos responda algunas preguntas sobre SEO que creemos que pueden resultarte interesantes

## **¿Por qué decidiste especializarte SEO?**

Realmente no fue una decisión como mucha gente hace de “quiero ser bombero o ser SEO”. **Soy emprendedor desde los 21 años**, prácticamente llevo trabajando para mi desde esa edad, al montar mi primer proyecto online que fue una plataforma de empleo, me di cuenta de que durante el proceso se aprenden muchas cosas porque no tienes dinero para subcontratar los servicios.

**Entonces apareció el SEO** y otras 53.959 alternativas más. Al ver lo importante que era el SEO en cualquier negocio online y entender que era lo que más me gustaba dentro de todo lo que había aprendido montando mi primera startup quise seguir por esa línea hasta montar mi propia agencia de SEO, [Adseoweb](#), y que luego pasó a ser una agencia más completa a nivel de servicios como es [Coco Solution](#).

## **¿Cuál es el peso del SEO hoy en día en el éxito de las empresas online? ¿Crees que son conscientes de su importancia?**

Después de llevar negocios en muchos de los sectores importantes dentro del mundo online, como es el caso del sector turístico, considero que **en el 99,99% de los negocios online de éxito, su mayor fuente de captación de clientes es de SEO** (ya sea porque el usuario que busca su marca termina buscándolos en Google mediante una keyword de marca o por el número de keywords posicionadas de los diferentes productos/servicios que puede ofrecer la empresa).

Por otra parte, creo que son conscientes de su importancia

pero creo que **la mayor parte de las empresas buscan acciones más directas e inmediatas**, no ir trabajando en una estrategia de medio y largo plazo como es el caso del SEO.

Los negocios normalmente que me encuentro buscando servicios de SEO y que entienden su importancia, suelen ser empresas que **invierten mucho en SEM**. A estas, una estrategia de SEO fijando KPIs, les resulta mucho más atractiva que seguir en la línea de la inversión infinita en SEM.

**Pensemos en una pequeña empresa de eCommerce que quiere empezar a cuidar/mejorar su posicionamiento en buscadores. ¿Cuál sería tu principal consejo? ¿Por dónde debería empezar?**

Mi principal consejo es que sepa contestar a la siguiente pregunta. **¿Por qué o para qué necesita el SEO?** Esto es muy importante porque existen muchos negocios online que no saben diferenciar entre sus principales canales de captación de clientes.

Si un negocio online, como el caso de los eCommerce, no sabe en qué momento se encuentra dentro de su estrategia, es muy difícil que pueda empezar a entender su importancia y por ende, materializar esa optimización en una métrica más tangible como es **el ROI de su negocio**. Todo el mundo escucha hablar de SEO como todo el mundo escucha hablar de un Iphone pero...¿Para qué necesito un Iphone? ¿Qué ventaja estratégica me ofrece? ¿Cuánto tiempo voy a tardar en recuperar la inversión de ese Iphone?

Todo esto es importante ya que **una estrategia de SEO y cada vez más, tiene que ser mantenida en el largo plazo**. Si ya hemos superado esa brecha entre el conocimiento del mundo online a nivel global y el peso estratégico de cada canal de captación de clientes dentro de un embudo de ventas, creo que el principal consejo que le daría es que **antes de montar su eCommerce cogiera a un consultor SEO de otra empresa para que**

**supervisara el montaje del propio eCommerce**, así se ahorran luego tener que tocar el core del sitio web más adelante.

---

*.@orlandoadseoweb: “Una estrategia SEO tiene que ser mantenida en el largo plazo”*

---

Creo que **la auditoría de SEO On Site es clave** para evitarnos dolores de cabeza en el futuro. **Es más fácil arreglar la casa por fuera si se encuentra mal** (como es el caso de una estrategia de Link building mal realizada) que tener que tirar la casa y volver a construir una nueva.

En este último punto, no solamente afecta que **puedan hacerlo mal nuevamente** si no que puede ser que le generes una fricción a un cliente que te compraba regularmente, ya sea porque hayas cambiado algo que ya no se encuentre ahí y no lo encuentre o que no le guste la nueva experiencia del sitio web.

**Todo debe avanzar pero de forma progresiva**, si tenemos que tirar todo para poder empezar a hacer las cosas “bien” a nivel SEO, es un problema para tu negocio y un problema para tus clientes. Y más sabiendo que la mayoría de negocios online no miden ni trackean nada del comportamiento del consumidor dentro del sitio web.

**¿Cuál es el error más bestia que has visto a lo largo de tu trayectoria?**

El principal error que he visto, lo veo todos los días, empresas con un volumen de facturación offline muy importante que **ni siquiera tienen una web que les proporcione una venta al mes**. Eso es un error de visión, y esos son los errores que más caro se pagan.

Quizá si hablo estrictamente de SEO, podría decir que el mayor error es **pensar que un programador por saber programar también**

**sabe de SEO y esto realmente no es así.** Me encuentro con muchos programadores que no saben de SEO, por tanto, a nivel de SEO Técnico lo hacen mal, saben picar código y materializar la idea en una página web pero no saben realmente cumplir las directrices mínimas a nivel de SEO.

**Hay una variante del SEO que no es demasiado conocida por el gran público: el SEO en marketplaces como Amazon. ¿Cómo funciona el posicionamiento en estas plataformas? ¿Cuáles son los principales detalles a cuidar?**

El posicionamiento en estas plataformas funciona como cualquier otro buscador. Antes de empezar a hacer SEO en cualquier otro buscador hay que entender sus factores de clasificación y para ello, no hay nada mejor que estudiar lo que están haciendo actualmente. **Aspectos como la descripción, el título, o las valoraciones son factores de clasificación en casi todos los buscadores.** Una vez que entendemos los principales factores de clasificación tenemos dos opciones:

- **1º Grey Hat:** Empiezo a generar una estrategia para que todos esos factores que no dependan de mi, empiecen a mejorar de forma “natural”.
- **2º Black Hat:** Los manipulo yo y ya veremos si cuando adquiera mayor visibilidad el producto, puedo mantenerme sin tener que forzar yo. Todos sabemos que muchos de los factores de posicionamiento en algunos marketplaces como Amazon se pueden manipular.

Aunque mi punto de vista es que, si tenemos que empezar por algo, **debemos empezar por hacer un buen Keyword Research tirando mucho a las long long tail** o variaciones semánticas que puedan buscar menos gente pero que te aseguren una entrada de potenciales clientes, ya habrá tiempo de competir con los grandes. “Uno suma más que cero” como dijo un consultor de EEUU.

## **Uno de los disruptores más importantes en el SEO actual es la popularización de los asistentes de voz. ¿Cómo afectará la búsqueda por voz al SEO?**

Creo que afectará más al contenido, se tendrá que trabajar mucho más las LSI. Por otro lado, **Google será el principal afectado para seguir siendo útil de cara al Usuario**, para cada consulta el usuario deberá encontrar lo que busca y esa consulta puede ir afectada por la pronunciación, por lo que entienda el asistente de voz, por lo que el usuario se encuentre pensando y a lo mejor no sepa expresarlo tal y como lo haría escribiendo, por tanto, tendrá que manejar mucho mejor las variaciones semánticas y las construcciones de frases más complejas a nivel mundial y esto, es un problema.

**El lenguaje humano evoluciona como lo hace un algoritmo**, por ello, tendrá que conseguir una evolución más acelerada en muchos lenguajes en los que las frases pueden llevar a confusiones o se puedan interpretar de varias maneras. Aunque a día de hoy creo que lo que escribía antes el usuario es lo que le dice al asistente de voz porque todavía le ven limitaciones a dichos asistentes.

## **¿Tiene sentido tratar de cuidar el SEO en otros buscadores que no sean Google? ¿Cuáles son las principales diferencias entre el SEO en Google y otros buscadores como Bing o Yandex?**

Sí, he visto bastantes conversiones **a través de Bing por ejemplo**. Siempre pensamos que todo el mundo conoce el mundo online como nosotros, o que todo el mundo usa Google pero no es así, hay gente que no tiene muchos conocimientos del mundo online y su buscador predeterminado es Bing. Por tanto, **hace sus búsquedas a través de Bing porque no sabe la diferencia entre Google y Bing**, son muy parecidos a nivel visual si no conoces ambos buscadores.

Desde hace bastante tiempo cuido el SEO en Bing y en Google **si**

**veo que existen oportunidades dentro de Bing para mis clientes.** Cada buscador tiene sus factores de clasificación, pero en este caso, Google es el más complejo a la hora de posicionar.

Una diferencia de Google con respecto a Bing por ejemplo es que **Bing todavía mira el tema de las meta-keywords**, Google hace mucho tiempo que no lo hace. Con respecto a **Yandex**, destacaría la edad de la web, es decir, cuanto lleva indexado en Yandex esa web y también el tema de los enlaces que mucho más permisivo que Google. **Bing y Yandex se parecen, como por ejemplo, en el uso de las meta-keywords.**

### **¿Dejará de existir alguna vez el SEO?**

Considero que no. Si nos basamos en la funcionalidad básica de un buscador, al final **es un asesor que te ofrece más de 500 opciones** cada vez que le consultas algo y se adapta y aprende de ti para ofrecerte los mejores resultados posibles y que sigas preguntándole lo que necesites. Asesores existían desde antes de la Edad Media, por tanto, creo que el SEO no va a desaparecer nunca, **evolucionará como siempre.**

### **Hagamos un viaje en el tiempo hasta 2021. ¿Cómo te imaginas el SEO entonces? ¿Cuáles serán los principales cambios?**

Me imagino un SEO muy parecido al de ahora pero creo que **adquirirá más peso la reputación global de la empresa** (no solamente por lo que haga dentro de su sitio web), la reputación del propio usuario que deja una reseña, al final creo que buscarán más dinamismo, que los sitios web que antes funcionaban como “escaparates” empiecen a funcionar de forma más dinámica y que los sitios web que realmente se preocupen por entender y ayudar a sus potenciales clientes en todas las fases del negocio, adquieran mucho más peso estratégico dentro de las SERPs.

[...]

La entrada [Orlando Santana \(Adseoweb\)](#): “En el 99,99% de los negocios de éxito, su mayor fuente de captación de clientes es el SEO” aparece primero en [Marketing 4 Ecommerce – Tu revista de marketing online para e-commerce](#).

This content was originally published [here](#).