Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO

AndalucíaCERT
CENTRO DE SEGURIDAD TIC

Informe de divulgación
Posicionamiento en buscadores y técnicas Black Hat SEO

Tipo de documento:	*Informe*
Autor del documento:	*AndalucíaCERT*
Código del Documento:	*CERT-IF-6321-141027*
Edición:	*0*
Categoría	*Público*
Fecha de elaboración:	*27/10/2014*
N° de Páginas	*1 de 19*

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.
Este documento y, en su caso, cualquier documento anexo al mismo, contiene información de carácter confidencial exclusivamente dirigida a su destinatario o destinatarios. Queda prohibida su divulgación, copia o distribución a terceros sin la previa autorización escrita de "Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.". Si no es Ud. el destinatario del documento le ruego lo destruya sin hacer copia digital o física, comunicando a "Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A." vía e-mail o fax la recepción del presente documento. Toda declaración de voluntad contenida deberá ser tenida por no producida.

1 TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS....2
OBJETO Y ALCANCE....3
INTRODUCCIÓN....3
INTRODUCCIÓN A LA OPTIMIZACIÓN DEL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES....5
POSICIONAMIENTO EN GOOGLE....8
TÉCNICAS SEO....9
BLACK HAT SEO....12
CONCLUSIONES....19
REFERENCIAS....19

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

2 OBJETO Y ALCANCE

El objetivo de este documento es proporcionar una pequeña introducción al mundo del posicionamiento en los buscadores. Qué es eso del posicionamiento, qué persigue, qué técnicas se usan para poder conseguir mejorar nuestra posición en un resultado de búsqueda, etc. Y como no, mostrar aquellas técnicas que se usan para mejorar el posicionamiento de un sitio web de un modo poco ético y a veces a costa de vulnerar la seguridad de otros sitios web.

Este documento va destinado al personal de la Junta de Andalucía y al público en general.

3 INTRODUCCIÓN

Cuando una persona empieza a usar Internet, lo primero que aprende es a manejar un buscador. Desde que surgieron allá por los 90, los buscadores se han convertido en herramientas imprescindibles para usar Internet tal y como es hoy.

Los buscadores nos presentan de forma clara y **ordenada** resultados a partir de nuestras búsquedas. ¿Ordenada? Sí. Los resultados que nos muestran los buscadores presentan un orden. Este orden es muy importante ya que, en general, como usuario solemos visitar las cosas en el orden que se nos presentan. Por regla general, recorremos los resultados de búsqueda ordenadamente, de arriba a abajo.

Por tanto se puede deducir que el orden importa, y mucho, ya que influyen sobre la cantidad de usuarios que van a visitar una u otra página.

Imagine que estamos buscando una web de reserva de hoteles. Una búsqueda de este tipo en Google nos ofrecerá cientos y cientos de resultados y es evidente que empezaremos a recorrerlos por el primero. Por tanto, las páginas que aparecen en primer lugar juegan con ventaja frente a sus competidoras.

Diversos estudios sobre el uso de buscadores demuestran que la gran mayoría de los usuarios hacen clic en los enlaces mostrados en la primera página de resultados, algunos menos en la segunda y muy pocos en la tercera. A partir de la cuarta página de resultados en adelante casi nadie accede a los enlaces mostrados. Esto nos lleva a sacar una conclusión: aparecer en la quinta página o posteriores de los resultados de búsqueda y no aparecer es lo mismo. Es prácticamente como si no existiera a los ojos de los usuarios.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

Es evidente que, además de la posición en el buscador, existen otros factores que influyen para llevarnos a los usuarios a nuestro sitio web. Algunos:

- Título del resultado
- Descripción
- URL
- Reconocer la marca
- Presencia en redes sociales
- Información del precio
- Información de existencias (stock)
- etc.

Pero veamos algunos datos que muestran cuan influyente puede llegar a ser la posición en el buscador:

- El 77% de las compras online tienen origen en un buscador.
- EL 85% del tráfico de las web de hoteles y alojamientos llega desde Google.
- EL 24% de los compradores de servicios de turismo online realizan la compra o reserva en la misma sesión que la búsqueda según Google.
- El 81% de los estudiantes señalan a los buscadores como la mejor fuente de información.
- Más del 80% de usuarios de Internet visitan sólo los 3 primeros resultados de una búsqueda.

La siguiente imagen muestra el porcentaje de los clics de usuarios para una búsqueda en Google sobre cada uno de los resultados mostrados:

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

Como se puede observar, los primeros resultados ofrecidos acaparan más del 50% de los clics realizados.

Pero, ¿cómo se deciden qué resultados van primero o en qué orden se presentan? En este aspecto, cada buscador tiene sus propias normas. Y con el fin de entenderlas y conseguir que nuestras páginas ocupen una buena posición surgen lo que se conocen como **técnicas para la optimización del posicionamiento en motores de búsqueda**. Estas técnicas ayudan a que un sitio web gane relevancia en un buscador cuando alguien busque una palabra relacionada.

Y como en casi todo, siempre hay un lado oscuro. Nos referimos a técnicas poco éticas y fraudulentas que son usadas para el mismo objetivo, pero no siguen las normas permitidas por los buscadores. Es como hacer trampas. Se intenta mejorar el posicionamiento de una forma rápida a costa de comprometer otras páginas, engañar a los usuarios, engañar a los buscadores o cualquier otro método fraudulento.

A lo largo del informe vamos a dar a conocer unas y otras.

4 INTRODUCCIÓN A LA OPTIMIZACIÓN DEL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

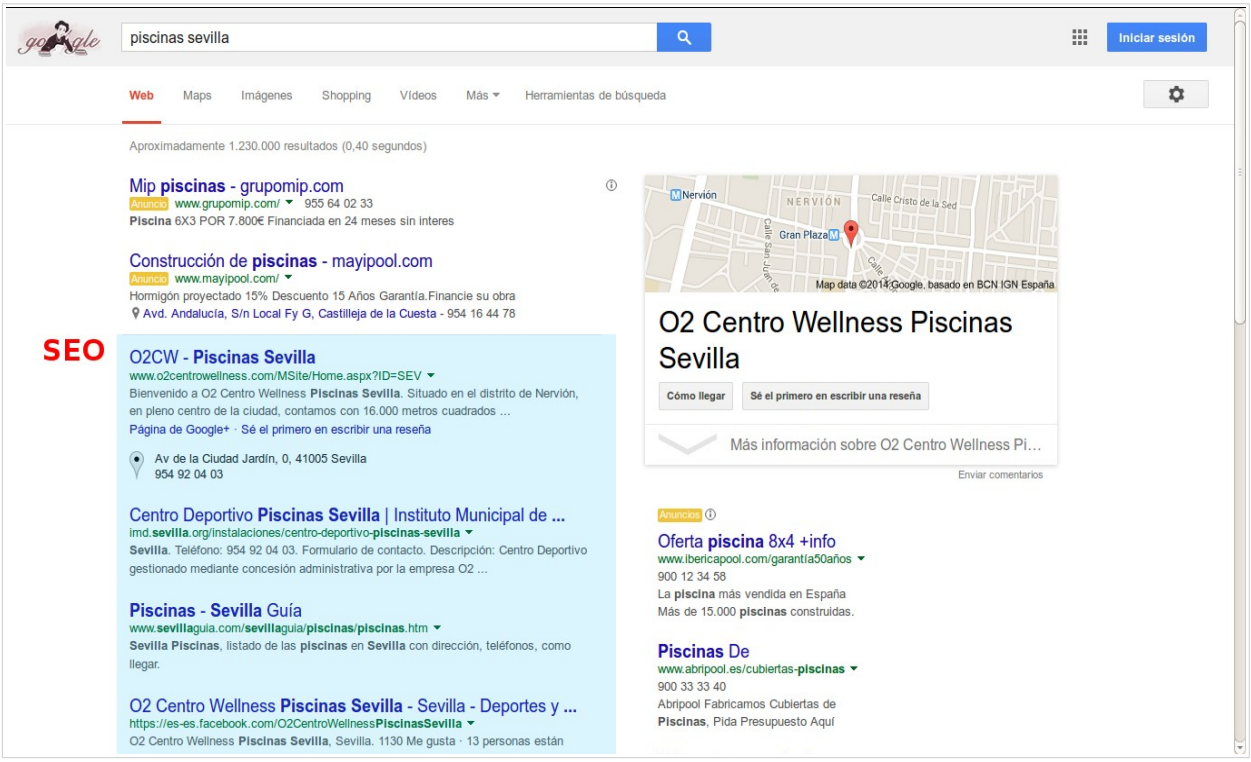
Existen varias formas para conseguir que nuestros sitios web ocupen una buena posición en los resultados de los motores de búsquedas. Una primera clasificación entre estos métodos nos proporciona 2 posibilidades:

- SEO – Search Engine Optimization → Posicionamiento natural
- SEM – Search Engine Marketing → Posicionamiento patrocinado

4.1 SEO – Search Engine Optimization

También conocido como **posicionamiento natural u orgánico**. Es el proceso de mejorar el posicionamiento de un sitio web dentro de los resultados naturales (orgánicos) del buscador. Estas técnicas tienen por objetivo que un sitio aparezca en las posiciones más altas de los resultados para una o varias palabras claves relacionadas con el tema que se ofrecido por la web. Para ello se hace uso de una serie de técnicas, como por ejemplo optimizar la estructura de la página, mejorar el contenido de la misma, aumentando la notoriedad de la web en redes sociales debido al aumento de menciones, etc.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.



El SEO puede realizarse en 2 sentidos:

- **Interno**: Mediante mejoras en el propio sitio web.
  - Mejoras en el contenido.
  - Mejoras en la presentación.
  - Mejoras estéticas.
  - Usabilidad.
  - Accesibilidad.
  - Etc, etc, etc,...

- **Externo**: Mejorar la notoriedad del sitio web mediante referencias a él.
  - Principalmente a través de links en otros sitio web que apuntan al nuestro.

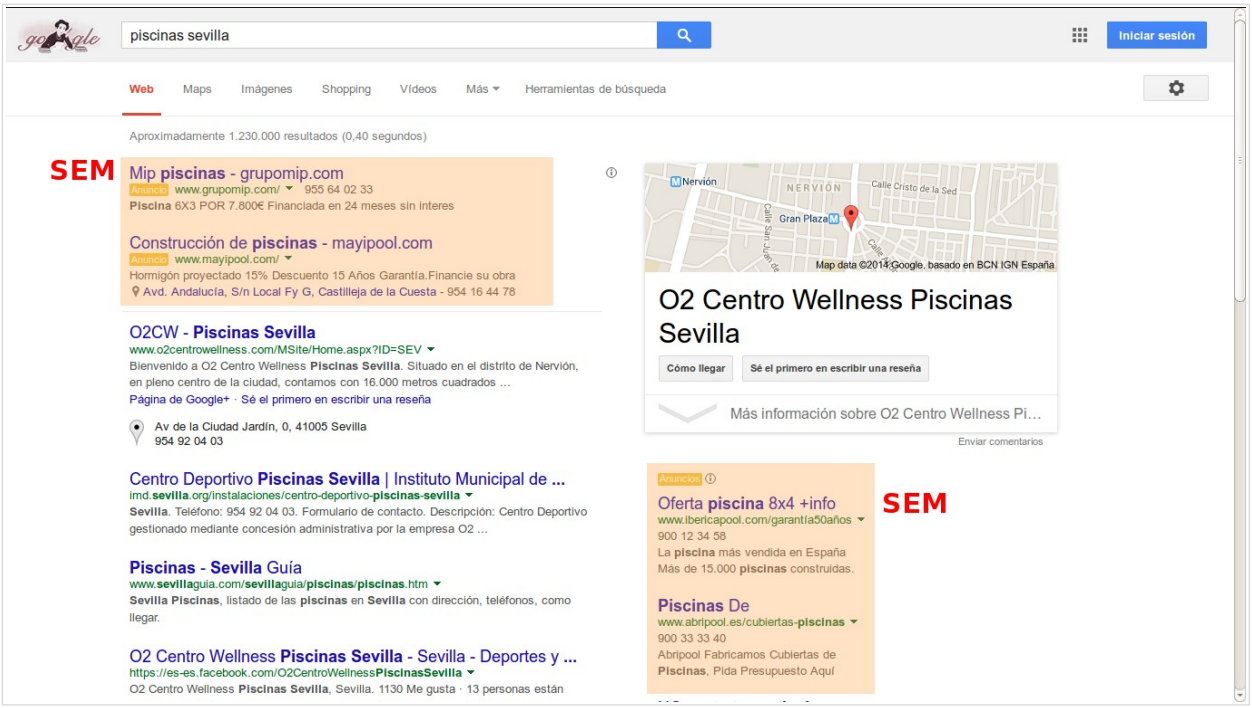
El SEO orgánico en España se desarrolla principalmente sobre Google ya que abarca entre el 90% y el 95% del total de las búsquedas del país.

El posicionamiento en distintos buscadores, como Bing o Yahoo, requiere de distintas técnicas, aunque sus algoritmos de búsqueda son similares.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

4.2 SEM – Search Engine Marketing

Son los llamados **enlaces patrocinados**. Se trata de conseguir una buena posición de nuestros enlaces en el buscador pagando por ello. En este caso, los enlaces no aparecen en la misma zona que los de las búsquedas naturales, sino que tienen reservado lugares diferentes, e incluso pueden aparecer con otros colores.



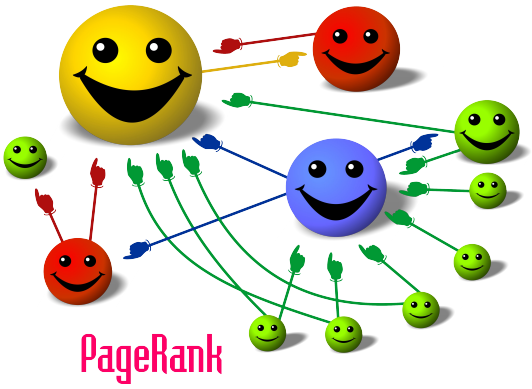
En Google se conocen como **Adwords**. Éste es el nombre del programa para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. Los anuncios patrocinados de Adwords pueden aparecer en diferentes sitios:

- Simultáneamente a los resultados de búsquedas naturales u orgánicas en el buscador. En la zona superior o lateral derecha como hemos visto.

- Dentro de las páginas web en forma de banners, que pueden ser imágenes, vídeos o texto. Google comparte los ingresos de este tipo de publicidad con los propietarios de los sitios web. Esto se conoce como **Adsense**.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

5 POSICIONAMIENTO EN GOOGLE



En este apartado vamos a ver un caso concreto de cómo funciona el posicionamiento en uno de los buscadores más populares. Concretamente veremos cómo realiza Google el posicionamiento de los resultados de sus búsquedas.

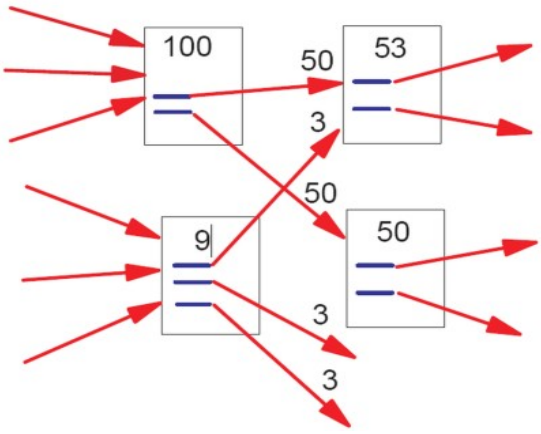
El algoritmo que Google usa para decidir el orden de sus resultados se denomina **PageRank**. Creado por los fundadores de Google, registrado y patentado como marca por Google en 1999. Básicamente PageRank **es un medidor de popularidad de un sitio web**.

PageRank confía en la naturaleza democrática de la web utilizando su vasta estructura de enlaces como un indicador del valor de una página en concreto. Se trata de un algoritmo matemático que puntúa la importancia de una página web basándose en la existencia de enlaces que apuntan a ella. Se estima la posibilidad de que una página web sea vista por un usuario web que navega aleatoriamente por la web, y sigue vínculos de una página a otra. Algunos vínculos son más fuertes que otros, por lo que una página con PageRank más alto tiene más posibilidad de ser visitada por un usuario aleatorio.

Google interpreta un enlace desde una página A (origen) hacia una página B (destino) como un voto, de la página A, para la página B. Se tiene en cuenta la importancia de la página origen de forma que los votos emitidos por las páginas consideradas "importantes", es decir con un PageRank elevado, valen más, y ayudan a hacer a otras páginas "importantes".

Por tanto, para la valoración de una página se tiene en cuenta lo siguiente:

- Valor de los enlaces entrantes.
- Páginas del sitio web indexadas.
- Valor de enlaces salientes.
  - El valor de un enlace saliente es: **Valor PageRank/Número de enlaces salientes**



© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

Desde 2009 se han sucedido al menos 7 actualizaciones en PageRank con el fin de mejorarlo y evitar las "malas artes" del posicionamiento. La versión actual es conocida como COLIBRÍ.

Esta última versión viene a profundizar el concepto de buscador inteligente. Lo que habitualmente se conoce como búsqueda semántica. Además mejora la calidad de los resultados y penaliza las prácticas de **Black Hat SEO** (que veremos más adelante).

Además de la **popularidad** del sitio web, calculada con el PageRank, hay otros factores que influyen en el posicionamiento de un resultado ante una búsqueda realizada por un usuario específico. Por ejemplo:

- Confianza del sitio web. Determinada por aspectos como la rapidez de carga, que el sitio web no se caiga constantemente, compatibilidad con los navegadores o reputación.
- Ubicación del usuario.
- Preferencias y gustos del usuario.
- ...

Toda la información que Google ha recopilado sobre nosotros le sirve al motor de búsqueda para modificar los resultado y decidir en la posición en la que aparece.

6 TÉCNICAS SEO

Como primer paso se recomienda seguir las directrices marcadas por los desarrolladores del buscador. En el caso de Google, podemos encontrar la siguiente:

- Guía para principiantes sobre optimización para motores de búsqueda

Como ya hemos comentado hay 2 formas de posicionamiento natural:

- Posicionamiento interno
- Posicionamiento externo

6.1 Técnicas de SEO interno

"El contenido es rey".

Con esta frase se pone de manifiesto que lo más importante para estar bien posicionado es que nuestro sitio web tenga contenidos de calidad, que le interesen a la gente, que aporte riqueza a Internet y que sea de utilidad para quién lo busca. Esto no deja de lado la importancia en otros aspectos que

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

también son agradecidos por la gran mayoría de los usuarios. Por ejemplo, la claridad y sencillez, una buena estructuración de las diferentes partes del sitio, una estética agradable, etc.

Entre las muchas cosas que podemos hacer en nuestro sitio web y que influirán directamente en nuestro posicionamiento están:

- Crear contenidos de calidad.
- Realizar la estructuración y el diseño pensando en que sea funcional, fácil de acceder y que capte la atención del usuario.
- Crear títulos únicos y descripciones pertinentes del contenido de cada página. Cada página es una tarjeta de presentación para el buscador.
- Hacer nuestra web lo más accesible posible: limitar contenido en Flash, iframes o JavaScript. Este tipo de contenido no permite el rastreo o seguimiento de la información por parte del robot en las diferentes páginas o secciones. Para ellos son un espacio plano por el cual no se puede navegar.
- Enlazar internamente las páginas de nuestro sitio de manera ordenada y clara. Un "mapa del sitio" en el código (tanto el de Google como uno presente en el sitio) permitirá dar paso al buscador por las diferentes secciones del sitio en forma ordenada, mejorando su visibilidad.
- Mejorar la experiencia del usuario con mejoras del diseño y disminución de las tasas de rebote (porcentaje de usuarios que abandonan la página sin navegar por ella, tan sólo unos pocos segundos tras su entrada).
- Alojar la web en un servidor fiable.
- Utilizar negrita o cursiva en los contenidos para las palabras clave que se pretenden posicionar.
- Utilizar las etiquetas "meta" (*description* y *title*) con las palabras claves, elegidas estratégicamente con anterioridad.
- Optimizar las URL, colocamos las palabras claves más importantes y significativas para la búsqueda.
- Crear un diseño web limpio en publicidad y que entregue el contenido relevante en la mitad superior del sitio web.
- Actualizar la página con contenido original de calidad.
- Optimizar el tiempo de carga de una web para mejorar la experiencia de usuario.
- Utilizar un correcto etiquetado del sitio web.

6.2 Técnicas de SEO Externo

Son aquellas técnicas que usamos para mejorar la notoriedad de nuestra web en los medios online. Por norma general, se busca conseguir menciones online, en forma de links hacia la web que hay que optimizar.

- Conseguir que otras webs de temática relacionada enlacen con tu web.
- Tener presencia en las redes sociales. Para Google la red social que mayor impacto tiene en el posicionamiento es Google Plus.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

- Darse de alta en directorios importantes como Dmoz y Yahoo!. Los directorios han perdido mucho interés en los buscadores pero siguen siendo un buen punto de partida para conseguir enlaces o un primer rastreo de tu web por los buscadores.
- Registrarse y participar en foros relacionados a la actividad de su página web.
- Escribir artículos en otros sitios web. Los artículos son un método muy poderoso para mejorar el posicionamiento y conseguir atraer visitas.
- Intercambiar contenido.

6.2.1 Linkbuilding

Una de las técnicas de SEO externo más populares es el linkbuilding o "**construcción de enlaces**". Consiste en conseguir, a través de diferentes métodos, que otras páginas apunten a la nuestra con sus enlaces. Dependiendo de como sea llevado a cabo puede ser considerado como una práctica legítima o fraudulenta. Es por ello que se debe de diferenciar 2 tipos de formar de realizar linkbuilding:

- **Natural**: Otras páginas nos enlazan sin previo acuerdo, comentando algo que hemos hecho o dicho o porque le interesa.
- **Artificial**: Se provoca de alguna manera que otras páginas nos enlacen y se simula que los enlaces se han conseguido de forma natural.

Se muestran a continuación algunas técnicas para hacer linkbuilding.

- **Directorio de artículos**: Consiste en escribir artículos para publicarlos en directorios que, a cambio del contenido, permiten incluir enlaces hacia una web.
- **Bookmarking**: Se trata de guardar aquello que interesa posicionar en los buscadores en web de marcadores sociales. Algunos ejemplos de este tipo de webs son:
  - http://www.favoriting.com/
  - http://www.reddit.com
  - http://www.bestuff.com
  - http://www.folkd.com
  - http://www.diigo.com
- **Link Baiting** ("cebo de enlaces"): Consiste en crear contenidos o características para estimular a los visitantes a crear enlaces hacia nuestra página. Se suele definir como cualquier cosa lo suficiente interesante para captar la atención de la gente. ¿Qué podemos ofrecer a los usuarios para que éstos propaguen enlaces de nuestra página?. Por ejemplo:
  - Proporcionar material descargable gratuito bajo licencias creative common.
  - Establecer listas de recomendaciones.
  - Son muy habituales los ataques a personas conocidas con el fin de mover a la opinión pública desfavorable a tu favor.
  - Aspectos humorísticos / amarillistas
  - Envío de notas de prensa con licencia creative commons.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

El Link Baiting requiere de una alta capacidad creativa para que surta efecto. Algunas formas de llevar a cabo esta práctica son:

- Enviar correos a amigos y conocidos interesados en el tema para que lo viralicen por otras webs.
- Contactar con bloggers influyentes.
- Usar foros web y comunidades online.
- Usar redes sociales.
- Promocionar en espacios participativos y sociales.
- Ofrecer contenidos gratis a cambio de algo.

- **Intercambio de enlaces**: Es una de las primeras técnicas de construcción de enlaces que se empezaron a utilizar. Como se puede intuir, consiste en intercambiar enlaces con otro sitio web ("tu pones enlaces a mi web y yo los pongo hacia la tuya").

- **Compra de enlaces**: Más efectiva que el intercambio de enlaces pero también más cara. Lo ideal en estos casos en comprar enlaces en sitios que tienen relación con aquello que queremos posicionar porque últimamente están perdiendo valor. Según la política oficial de Google esta forma de conseguir enlaces es punible.

- **Otras técnicas**: envío de enlaces a blogs, enlaces desde foros, a redes sociales, escribir revisiones, notas de prensa, entre otros.

Para que sea eficaz, el linkbuilding debe parecer lo más natural posible. En general su uso no está muy bien visto. De hecho el linkbuildind abusivo suele ser penalizado por los buscadores.

7 BLACK HAT SEO

Se conoce como Black Hat SEO como el conjunto de prácticas cuyo objetivo es posicionar entre los primeros puestos y de forma más rápida determinados sitios web mediante el uso inadecuado y abusivo de las técnicas de SEO.

El objetivo es intentar engañar a los buscadores y manipular intencionadamente los resultados de las búsquedas.

Estas técnicas además de ser usadas por personas que quieren subir en las posiciones de los resultados de búsqueda de una forma rápida y sin respetar las reglas del SEO, es también usada por delincuentes para promocionar sitios web peligrosos desde los que propagan amenazas o realizan actividades fraudulentas. En una situación normal, estos sitios web serían eliminados de los resultados de búsqueda debido a su baja reputación, la detección de amenazas alojadas en ellos o tener contenidos explícitos. Sin embargo, mediante estas técnicas de dudosa moral es posible conseguir que estas páginas tengan visibilidad.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

Las técnicas de Black Hat SEO suelen combinarse con la ingeniería social para camuflarse entre contenidos legítimos. Por ejemplo, aprovechar el "boom" de una noticia importante, o un momento del año para camuflarse entre anuncios del momento. Éstas, además, se van actualizando para hacer frente a las nuevas mejoras que van implementando los buscadores. De hecho, existen algunas técnicas que actualmente gracias a la evolución de los algoritmos de posicionamiento, no son válidas.

Estas artes no se encuentran contempladas como buenas prácticas para el posicionamiento web según los buscadores. En general, son penalizadas al violar las normas tipificadas y aceptadas para las prácticas de SEO.

Veamos a continuación cuales son las técnicas más famosas de Black Hat SEO.

7.1 Spamdexing

El término spamdexing surge de la combinación de **SPAM** (envío de información no solicitada) e **INDEXING** (indexar: proceso mediante el que se extrae la información de una página web). Es uno de los varios métodos de manipular la relevancia de los recursos indexados por un motor de búsqueda.

Los motores de búsqueda usan una variedad de criterios para determinar la relevancia. Algunos de estos incluyen determinar si el término de búsqueda aparece en el código (por ejemplo, en etiquetas META), otras si el término de búsqueda aparece en el texto del cuerpo o en la URL de una página web. En base a esto, el spamdexing consiste en generar grandes cantidades elementos (palabras clave, enlaces, etiquetas, etc.) que el motor de búsqueda usa para determinar la relevancia de un sitio web con respecto a una determinada búsqueda, y aumentar así artificialmente la relevancia del sitio web, y por ende mejorar su posicionamiento.

Existen 2 variantes de esta técnica:

- Spamdexing de contenido.
- Spamdexing de enlaces.

7.1.1 Spamdexing de contenido

Consiste en generar una importante cantidad de palabras clave dentro del contenido de una página web con el objeto de atraer a los bots y catalogar así esa página con un ranking de posicionamiento alto.

Definición - BOT: Programa que rastrea todas las páginas de Internet, recorre cada enlace, las copia y las almacena en la memoria del buscador. Algunos bots conocidos son GoogleBot, Yahoo Slurp y MSNBot.

Se trata de una técnica antigua y cuya eficacia se ha visto reducida a medida que los buscadores han ido mejorando. Antes, los buscadores tenían en cuenta si el término de búsqueda aparece en las

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

etiquetas META del código, en el texto del cuerpo o en la URL de una página web. Ahora se tiene en cuenta, pero mucho menos.

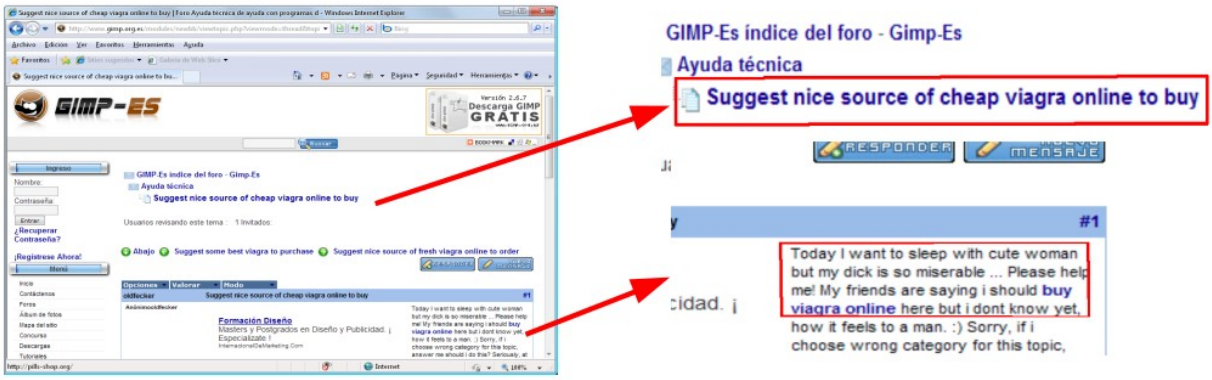
7.1.2 Spamdexing de enlaces

Se aprovecha de los algoritmos de posicionamiento basados en enlaces, tales como PageRank de Google. El objetivo de esta técnica es conseguir aumentar el número de enlaces entrantes que apuntan a la web. Como ya hemos comentado, aumentar el número de enlaces que hay en otras páginas y que apuntan hacia tu página es igual a aumentar tu popularidad en la red, y esto es igual a aumentar tu posición en los resultados de búsqueda.

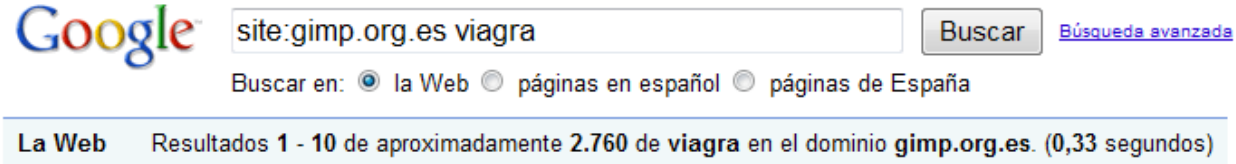
La idea es publicar enlaces a tu página web en cualquier lugar que sea posible: foros, wikis, blogs, comentarios, libros de visitas, otras páginas, redes sociales, etc.

Veamos algunos ejemplos.

En la siguiente imagen podemos observar que un tema de debate han metido referencias a la compra de productor farmacéuticos y enlaces, seguramente a páginas donde los venden.



A priori puede parecer que esto no es excesivamente grave. Pero ahora probamos a realizar la siguiente búsqueda en Google: "site:gimp.org.es viagra"



Si observamos con atención, tras buscar el término "viagra" dentro del sitio web anterior vemos que el buscador nos arroja 2760 resultados. Esto provocará que nuestro sitio web se vea relacionado con

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

algo que podría además resultar perjudicial para nuestra imagen. Por ejemplo, imagine que este término es asociada a una página para menores.

Es importante destacar que además de introducir enlaces y contenidos ilegítimos en sitios permitidos de los sitios web (comentario, etc.), también por medio del aprovechamiento de vulnerabilidades los atacantes introducen este tipo de contenidos. Por ejemplo, a través de un ataque de inyección SQL sería posible introducir de forma permanente en una sitio web enlaces para el spamdexing.

7.2 Google bombing

Método mediante el cual es posible colocar ciertos sitios web en los primeros lugares de los resultados de una búsqueda en Google para un texto determinado aunque no tenga nada que ver con éste.

Esta técnica puede ser usada para dañar la imagen de un sitio web. Un ejemplo real. Ejemplo: La palabra “ladrones” fue usada masivamente para enlazar la web de la SGAE.

La técnica del Google Bombing explota el modo en que trabaja el algoritmo de búsqueda de Google, PageRank. Se consigue incluyendo enlaces a la página objetivo del ataque en el mayor número de páginas distintas posibles, de manera que el texto del enlace sea el criterio de búsqueda deseado.

Se crean muchos enlaces de este estilo:

```
<a href="dirección-del-sitio">Palabra o frase</a>
```

Google, para detectar estas “bombas”, mediante su algoritmo intenta averiguar cuando el término y la página destino realmente no tienen nada que ver.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

7.3 Telarañas de enlaces

Recordemos la siguiente regla del algoritmo de posicionamiento:

"Una página enlazada obtendrá mayor relevancia cuanto mayor sea la relevancia de la página que la apunta".

Basándose en esta premisa, el objetivo de esta técnica es, en vez de intentar posicionar nuestro sitio web creando muchos enlaces que le apunten, crear muchos enlaces que apunten a otro sitio web para darle relevancia y en ésta crear los enlaces que apunten a la que realmente queremos posicionar.

El siguiente esquema intenta aclarar este método:

- A → Página que se desea posicionar.
- B → Página bien posicionada que se vulnera y se incluyen enlaces a nuestra página.
- C,D,E.... → Páginas apuntando a B

Esto es a veces usado como negocio dentro del mundo del posicionamiento fraudulento. Imagine que alguien posee el control de muchas páginas "B" con gran relevancia. Podría vender un servicio de SEO basado en la creación de enlaces en sus páginas hacia la que se quiere posicionar.

7.4 Cloacking

Esta técnica consiste en variar la información que la página web muestra en función de quién seas. Si eres un usuario normal podría presentar una página con aspecto normal. Pero si detecta que la visita es de un bot de un buscador (que está haciendo sus labores de indexación) le presenta otra página diferente. Una página especialmente diseñada para la mejora del posicionamiento.

Un ejemplo real. En la página web de BMW alemana se observó durante un tiempo que si accedías como usuario normal te mostraba una información diferente de si accedías como si fueras el robot de Google.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

Como bot de Google:

3er BMW
3er BMW - Fahrspaß pur!
Autohaus BMW
Sie suchen ein BMW Autohaus?
Behörde Fahrzeuge Anschaffung
Fahrzeugverkauf an Behörden
Behörde Fahrzeuge Beschaffung
Fahrzeugbeschaffung für Behörden bei BMW
Beschaffung Fahrzeuge Behörde
Beschaffung von Behördenfahrzeugen bei BMW
Blaulichtfahrzeug BMW
Für Polizei, Notarzt und Feuerwehr - Blaulichtfahrzeuge von BMW
Blaulichtfahrzeug Notarzt
Schnell am Einsatzort - mit einem Notarztwagen von BMW
BMW 316
Informationen zum BMW 316
BMW 318
Informationen zum BMW 318
BMW 318i
BMW 318i - Design und Fahrkultur
BMW 320
Probefahrt mit einem BMW 320?
BMW 330
Faszination BMW 330
BMW 3er
BMW 3er Editionen
BMW 5er
BMW 5er Serie
BMW 6er
Das BMW 6er Coupé
BMW Ausbildung
Stellenangebote bei BMW
BMW Autohändler
BMW Autohändler Adressen
BMW Autohaus
BMW Autohaus finden
BMW Felgen
BMW Zubehör Felgen

BMW Neuwagen

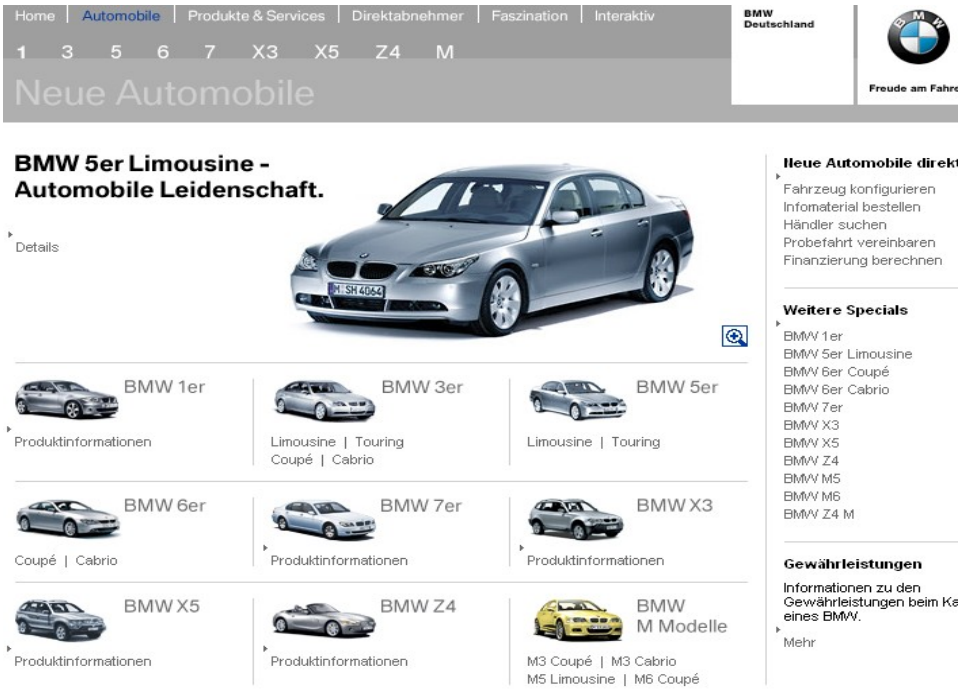
Sie suchen einen BMW Neuwagen? Unsere Suche nach BMW Händlern in Ihrer Nähe bietet schnellen Zugriff auf BMW-Autohäuser in Ihrer Nähe, wo Sie sich die BMW Neuwagen in aller Ruhe und Ausführlichkeit ansehen können. BMW Neuwagen - Sie erhalten von uns Adresse, Telefon und Website der BMW-Händler in Ihrer Nähe. Suchen Sie über Postleitzahl, Stadt oder Name des BMW-Partners. BMW Neuwagen - In jeder Abteilung unserer BMW Niederlassung arbeiten Fachleute für Sie. Unsere Mitarbeiter werden durch intensive Schulungen der BMW AG immer auf dem aktuellen Stand des Wissens gehalten. BMW Neuwagen - Mit diesem Know-how erarbeiten sie garantiert immer die Lösung, die sich am besten an Ihre Bedürfnisse anpasst. In einem unserer vielen Autohäuser in ganz Deutschland können Sie sich rasch und unproblematisch für eine Probefahrt in Ihrem Lieblings-BMW Neuwagen anmelden. Egal, worum es geht: um die Absprache eines Service-Termins, eine Reparatur oder die Finanzierung Ihres Neuen oder Ihres neuen Gebrauchten. BMW Neuwagen - Sympathisch und kompetent. Unser Team ist immer im Einsatz für Sie. Bei uns ist immer was los! Langeweile kommt in unserer Niederlassung nicht auf.
Hier finden Sie Informationen zum Thema: BMW Neuwagen gesucht?.

Ein BMW Neuwagen gesucht?

BMW Neuwagen - Regelmäßig bieten wir Ihnen neue Angebote, bringen Ihnen Aktuelles über die neuesten BMW Modelle nahe und organisieren Veranstaltungen aller Art. Bei uns werden Sie gut informiert und gut unterhalten. BMW Neuwagen - Egal, welche Frage Sie an unsere Profis haben: in unseren Filialen sind Sie als unser Kunde oder als neugieriger Interessent immer herzlich willkommen. BMW Neuwagen - Wenn Ihnen das BMW-Portal im Internet Appetit gemacht hat, besuchen Sie doch einmal eine Niederlassung ganz in Ihrer Nähe - hier können Sie unseren Mitarbeitern Löcher in den Bauch fragen. BMW Neuwagen - Haben Sie Interesse an einer Probefahrt in Ihrem Wunsch-BMW? Kein Problem! Bei unseren Niederlassungen können Sie sich jederzeit für eine Probefahrt in einem unserer Automobile anmelden. In unseren Niederlassungen bekommen Sie einen Vorgeschmack auf die Freude am Fahren. BMW Neuwagen - Der Hol- und Bring-Service. Nutzen Sie die Flexibilität Ihres BMW Partners. So verlieren Sie keine unnötige Zeit. Viele BMW Autohäuser führen nicht nur die Wartungs- und Reparaturarbeiten an Ihrem BMW fachgerecht aus. Sie holen das Fahrzeug auch direkt bei Ihnen zu Hause oder im Büro ab und bringen es Ihnen nach Beendigung der Arbeiten wieder zurück.
Ihr neues Auto - ein BMW.

BMW Neuwagen - Fragen Sie Ihren BMW Partner, welchen Service er Ihnen anbieten kann, damit Sie möglichst lang mit Ihrem BMW Neuwagen Freude haben. Sollten Ihre Arbeitszeiten trotz erweiterter Öffnungszeiten bei Ihrem BMW

Como usuario normal:



© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

Esta técnica está muy perseguida por los buscadores y si es detectada te penalizarán o incluso podrían eliminar tu sitio web de los resultados de búsqueda.

Los especialistas del Black Hat SEO intentan entonces mostrar los mínimos cambios entre las páginas "cloacked" y "no cloacked".

7.5 SEO negativo

No siempre se trata de mejorar los resultados de búsqueda. A veces lo que puede interesar es **bajar la posición de la competencia**, o incluso dejarla fuera de juego.

En este sentido surge el SEO negativo que consiste en realizar acciones penalizadas por los buscadores contra otras webs para que sean castigadas y bajen puestos en los resultados de búsqueda.

Algunas técnicas para realizarlo son:

- **Badlinks**: Generar enlaces al sitio web objetivo desde páginas de mala reputación y dudosa calidad.
  Contra este tipo de prácticas algunos buscadores disponen de funcionalidades que nos permiten combatirlas:
  - Monitorizar enlaces entrantes.
  - Desautorizar enlaces entrantes.

- **Contenido duplicado**: Una recomendación que suelen dar los buscadores es: "No crees páginas, subdominios o dominios que presenten básicamente contenido duplicado". Google NO penaliza la duplicación de contenidos. Sin embargo, el contenido que publiques no obtendrá el beneficio que debiera y será ignorado.
  Generar contenido duplicado puede tener diferentes objetivos en contra de nosotros:
  - Negative SEO.
  - Aprovechar popularidad para meter publicidad.
  - Dominios misstyped o "mal escritos" (bolgspot.com, yootube.com, ...). Suelen aprovechar el nombre de alguna página conocida y crear una página con un nombre muy parecido. El objetivo es que algunos usuarios, por error al teclear el nombre de la página, caigan en estas otras páginas y aprovechar para enviarle algún tipo de amenaza, fraude o publicidad.
  - Propagar malware.
  - etc.

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.

- **Acciones post-explotación**: Si un sitio web es atacado y comprometido, se pueden hacer múltiples acciones para bajar su popularidad:
  - Sobre-optimización (Keyword Stuffing).
  - Inyectar malware.
  - Modificar enlaces con referencias a páginas de dudosa reputación o contenido explícito.
  - Mandar SPAM.
  - Etc.

8 CONCLUSIONES

La presencia de un sitio web en un buscador y que además esté bien posicionado es fundamental para su existencia. Si los usuarios no lo conocen, no habrá visitas, y a día de hoy la mayor visibilidad la proporcionan los buscadores. En el caso de nuestro país la proporciona Google.

Como hemos podido ver, hay formas éticas y otras no tanto para conseguir una buena posición. Las técnicas fraudulentas de SEO o black hat SEO son además de una práctica fraudulenta para mejorar el posicionamiento, una amenaza para el resto de páginas de Internet. Ya hemos visto que a veces las mejoras en la posición es a costa de insertar contenidos y enlaces no deseados en otros sitios web.

Modificaciones de nuestro sitio web sin permiso, publicaciones no deseadas, contenidos explícitos, etc. Todo ello puede causar daños en nuestro sitios web y en su posicionamiento. Por ello esto debe ser considerado como una amenaza contra la que hay que estar preparados y evitarla a toda costa.

9 REFERENCIAS

- WIKIPEDIA: Posicionamiento en buscadores
  - http://es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento_en_buscadores
- WIKIPEDIA: Black Hat SEO
  - http://es.wikipedia.org/wiki/Black_Hat_Seo
- GOOGLE: Guía para principiantes sobre optimización en motores de búsqueda
  - https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/es//intl/es/webmasters/docs/guia_optimizacion_motores_busqueda.pdf
- UN INFORMÁTICO EN EL LADO DEL MAL: SEO para gente de moral relajada
  - http://www.elladodelmal.com/2009/10/seo-para-gente-de-moral-relajada-i-de.html
- SEOBLOG
  - http://seoblog.es/

© 2014 Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.