

ÍNDICE DE GOOGLE

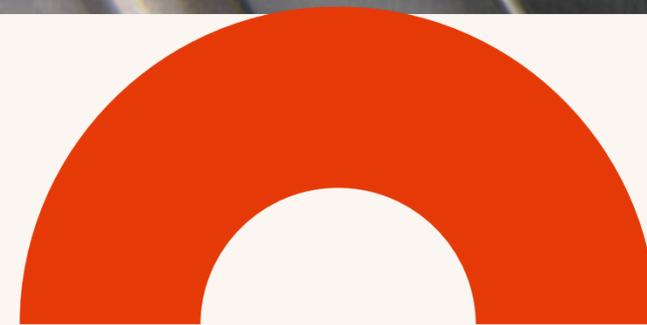
Realizada por Natalia
Lizarazo Castellanos

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

© - **Derechos Reservados UNICISO**

Introducción

El índice de Google es **una base de datos que contiene todas las páginas web que el motor de búsqueda de Google ha rastreado y almacenado**. Para su funcionamiento organiza la información para facilitar su recuperación. Siendo un índice fundamental para que los usuarios puedan recuperar la información relevante en los resultados de cada búsqueda.



Funcionamiento del índice de Google

El índice de Google opera en **tres fases principales**: un rastreo basado en un bot de Google <<Googlebot>>, la indexación que se relaciona con el análisis de la información y el procesamiento que se enlaza con la actividad de búsqueda de los usuarios al realizar la búsqueda del contenido.

01

En el **rastreo** el Googlebot recorre la web en búsqueda de páginas nuevas o que se encuentren actualizadas. Para eso se da a la tarea de **seguir enlaces internos y externos**, así como mapas de sitio y otros mecanismos para recuperar el **contenido relevante**.

02

Una vez rastreada la página Google **analiza el contenido, la estructura y los metadatos** con los que es posible almacenar el contenido adecuado.

03

Finalmente, cuando una persona hace la búsqueda Google selecciona **las páginas más relevantes de su índice** y las muestra en los resultados de la búsqueda.

Factores que Influyen en la Indexación



Hay que partir de un dato importante y es que según los autores Brin y Page (1998) **Google está diseñado para rastrear e indexar de manera eficiente con el fin de producir resultados de búsqueda satisfactorios.** Es por esto que Google utiliza distintos factores para determinar si una página debe o no ser indexada. Entre estos factores se encuentran: la calidad del contenido, la optimización, enlaces internos, enlaces externos y la experiencia del usuario.

Desarrollo de los factores

En el posicionamiento y el proceso de indexar una página o documento en Google influye:

- **La calidad del contenido:** Google busca priorizar el contenido que es original, el que está bien estructurado y el que es valioso para los usuarios.
- **La optimización técnica:** Factores como la velocidad de carga o la compatibilidad con otros dispositivos móviles.
- **Los enlaces internos y externos:** Una página con una buena red de enlaces tiene más probabilidades de ser indexada y aparecer en los primeros resultados.
- **La experiencia del usuario:** Google evalúa métricas como la tasa de rebote y el tiempo de permanencia para determinar la relevancia de una página (Lorenzo-González, s.f.).



Herramientas para Verificar la Indexación

The logo for Google Search Console, featuring the word "Google" in its multi-colored font followed by "Search Console" in a grey sans-serif font. The logo is set against a light blue background with a pink border on the right and bottom.

Para comprobar las páginas que se encuentran indexadas, Google ofrece herramientas como:

- Google Search Console: una herramienta que permite a los propietarios de sitios web **verificar el estado de indexación de sus páginas y recibir informes sobre problemas técnicos.**

Google Search Console

Para ingresar se debe acceder a la herramienta a través del buscador. Una vez haya hecho clic en el enlace encontrará una página que describe que gracias a esta **herramienta podrá medir el rendimiento y el tráfico de búsqueda del sitio web que haya creado** y corregir problemas en los resultados de búsqueda. Para empezar el proceso deberá hacer clic en el botón de <<empezar ahora>>



Otras herramientas para verificar la Indexación:

- **Operador de búsqueda -site-:** es un operador de búsqueda que te permite solicitar resultados de búsqueda del dominio, la URL o el prefijo de URL especificados en el operador (Google, s.f.).
- **Sitemaps XML:** Facilitan la indexación al proporcionar a Google una lista estructurada de las páginas de un sitio.



Errores comunes al indexar

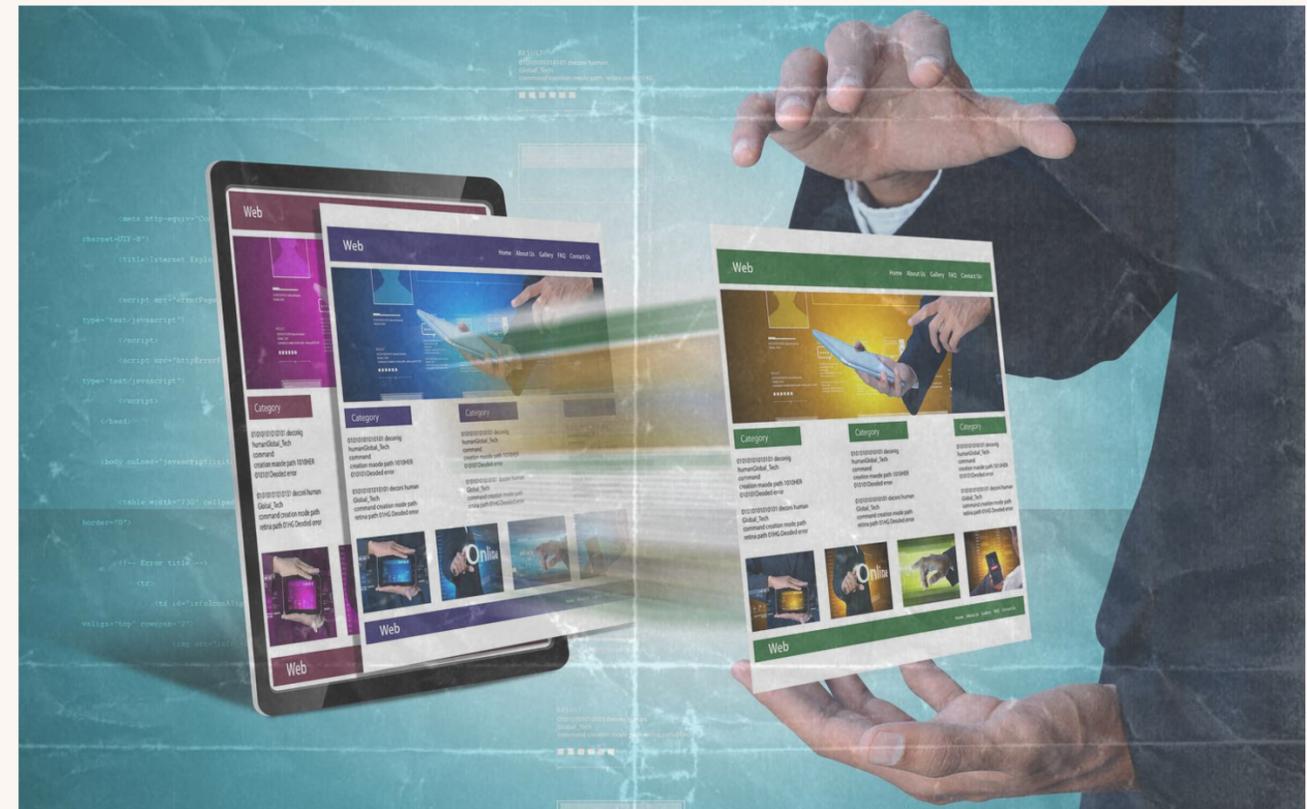
Algunas páginas no logran ser indexadas por errores técnicos o de contenido. Entre los problemas que se identifican esta:

- **El bloqueo de los bots:** si un archivo está mal configurado el Googlebot impide el acceso a la página.
- **Etiquetas:** si se usa incorrectamente una etiqueta puede evitar aparecer en el índice de google.
- **Contenido duplicado:** google puede omitir ciertas páginas porque el contenido se repite, priorizando las versiones originales y las más relevantes.
- **Problemas en el acceso:** algunos errores en los servidores de las páginas pueden ser ignoradas por google lo que hace la que página no sea contemplada en los índices que genera google.



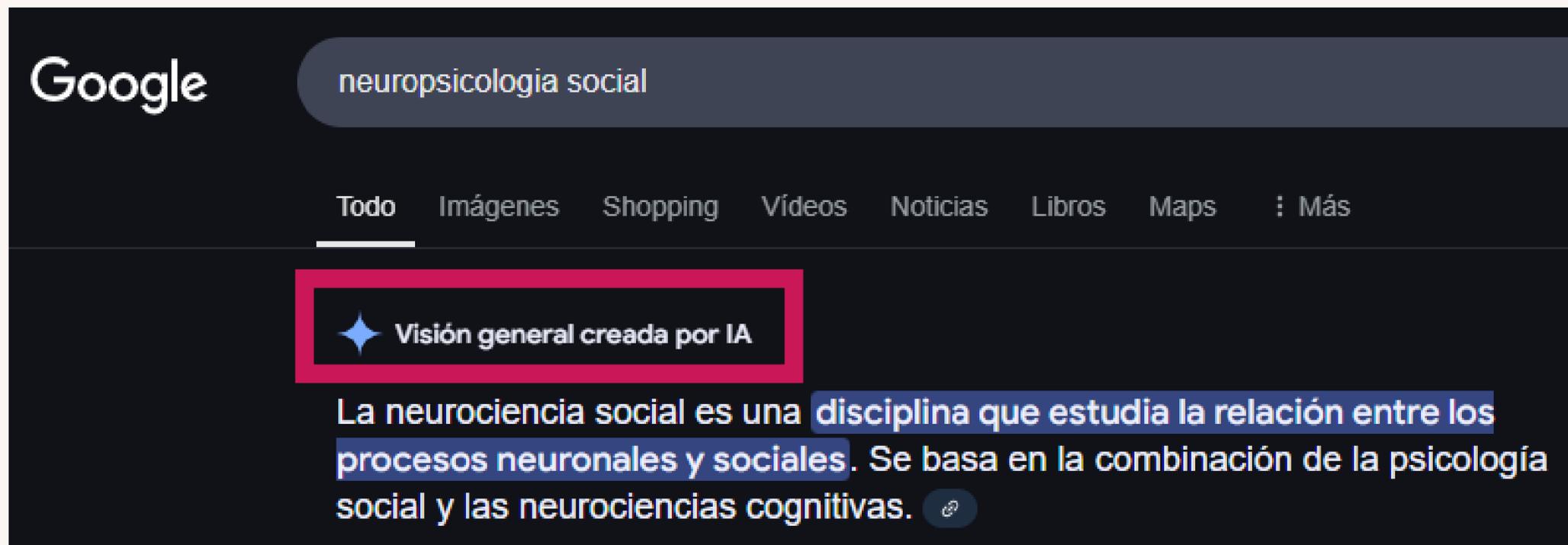
Puntos claves para mejorar la indexación en Google:

- **Optimización:** incluir palabras claves es de gran importancia al mejorar la estructura del contenido.
- **Imágenes:** incluir íconos representativos de la información y de manera específica permite que Google entienda mucho mejor la página.
- **Enlaces:** el uso de enlaces internos y externos facilita la navegación y mejora la organización del sitio.
- **Publicaciones frecuentes:** mantener el sitio web actualizado con contenido relevante y nuevo mejora la frecuencia de rastreo que tiene Google.
- **Experiencia:** un diseño intuitivo con colores prácticos y llamativos en los puntos que se requiera contribuye a una mejor indexación y posicionamiento.



Ejemplo práctico de búsqueda

Digamos que quiere obtener información sobre un tema específico. Para este ejemplo utilizaré el tema de “**neuropsicología social**”. Cabe mencionar que en la actualidad el buscador de Google tienen integrado un asistente de IA de modo que podrá encontrar algunos resultados de la temática que busca de manera directa.

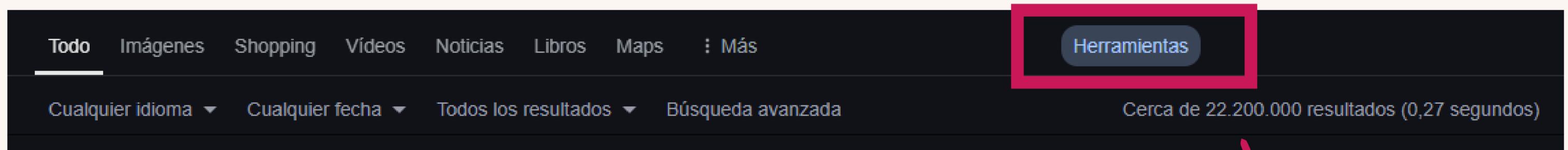


The screenshot shows the Google search interface with the query "neuropsicología social" entered in the search bar. Below the search bar, navigation tabs for "Todo", "Imágenes", "Shopping", "Vídeos", "Noticias", "Libros", "Maps", and "Más" are visible. A highlighted box contains the text "Visión general creada por IA" with a star icon. Below this, a summary of the search results is displayed: "La neurociencia social es una disciplina que estudia la relación entre los procesos neuronales y sociales. Se basa en la combinación de la psicología social y las neurociencias cognitivas." A share icon is located at the end of the summary text.



Ejemplo práctico de búsqueda

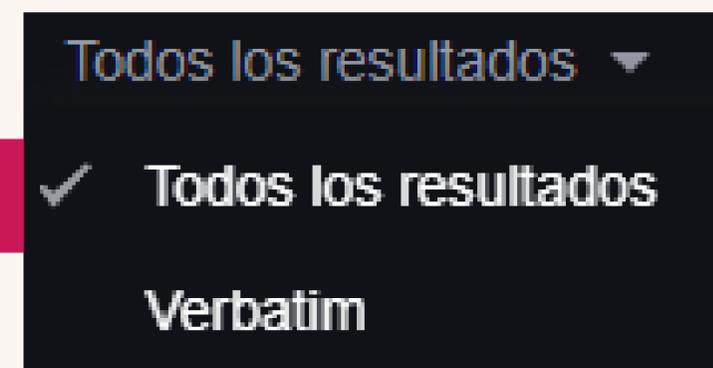
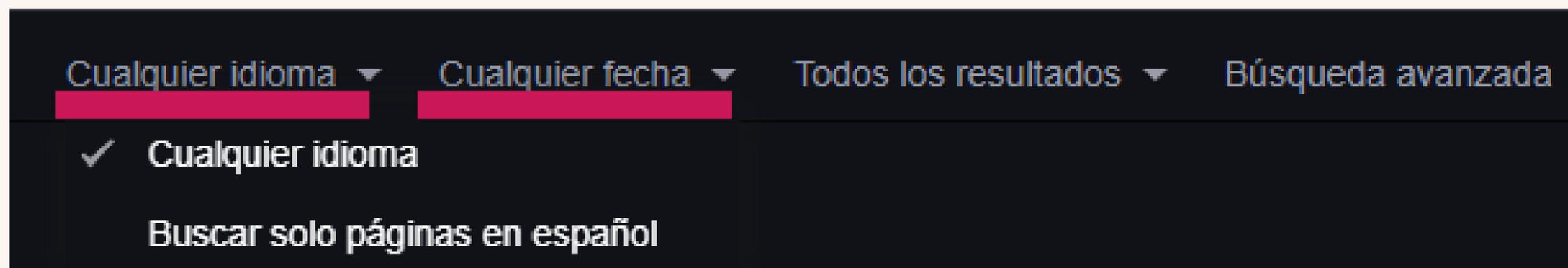
Aparte del ayudante (IA) podrá decidir en qué formato busca acercarse al contenido de su búsqueda. De modo que encontrará opciones como: **imágenes, shopping, videos, noticias, libros y más**. Ahora bien, para tener información más específica puedes dar clic en la opción de **<<Herramienta>>** la cual desplegará unos ítems para hacer mucho más específica la búsqueda o para obtener la cantidad de resultados respecto a lo que se está buscando.



Acá podrá visualizar la cantidad de resultados que recupera el buscador.

Ejemplo práctico de búsqueda

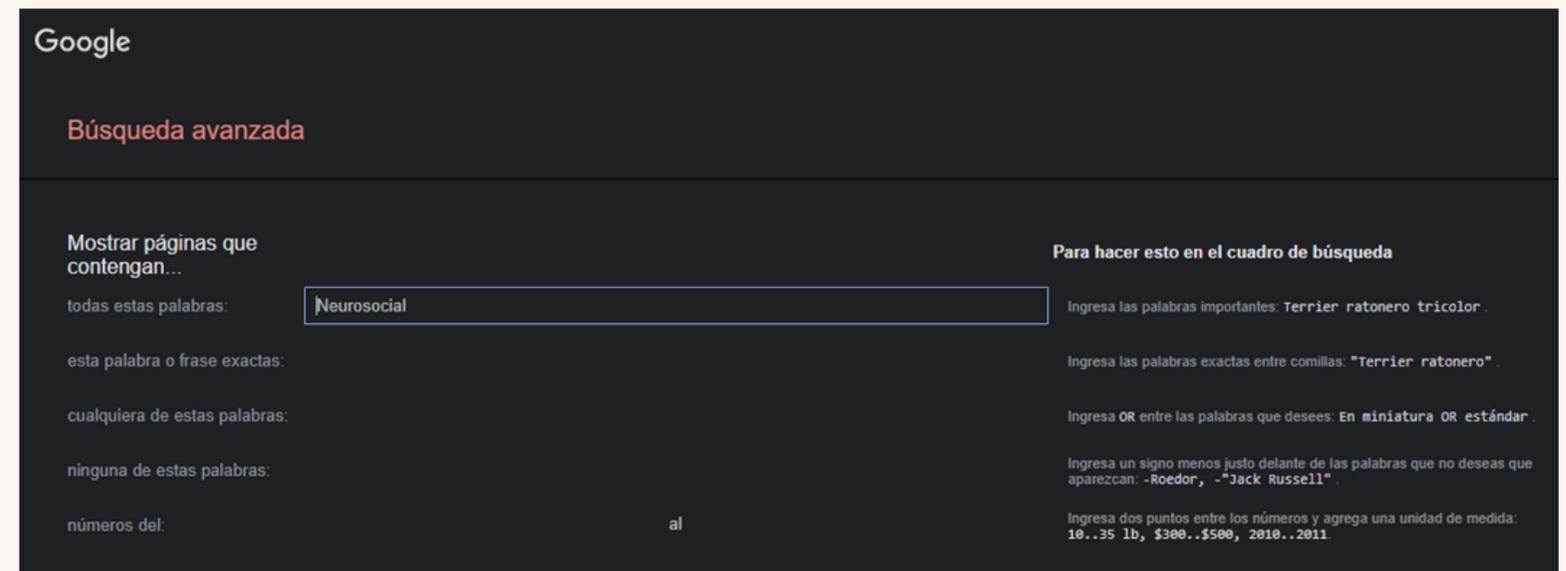
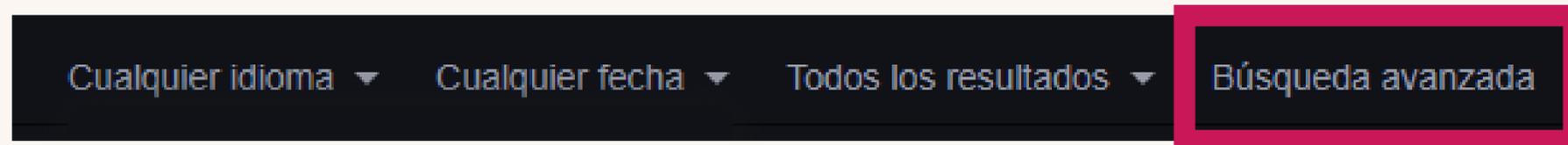
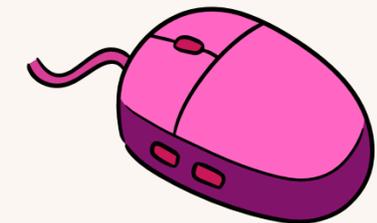
En este punto es posible agregar todos los filtros posibles como: el idioma en el que se quiere el documento o la página de búsqueda, así como la fecha de su publicación.



Es posible ver otra opción como la de <<todos los resultados>> el cual al desplegarse muestra dos formas de recuperar la información, una de ellas es la de **verbatim** una función de Google que permite buscar palabras o frases exactas, sin que el buscador realice correcciones automáticas (Google. (s.f.-a))

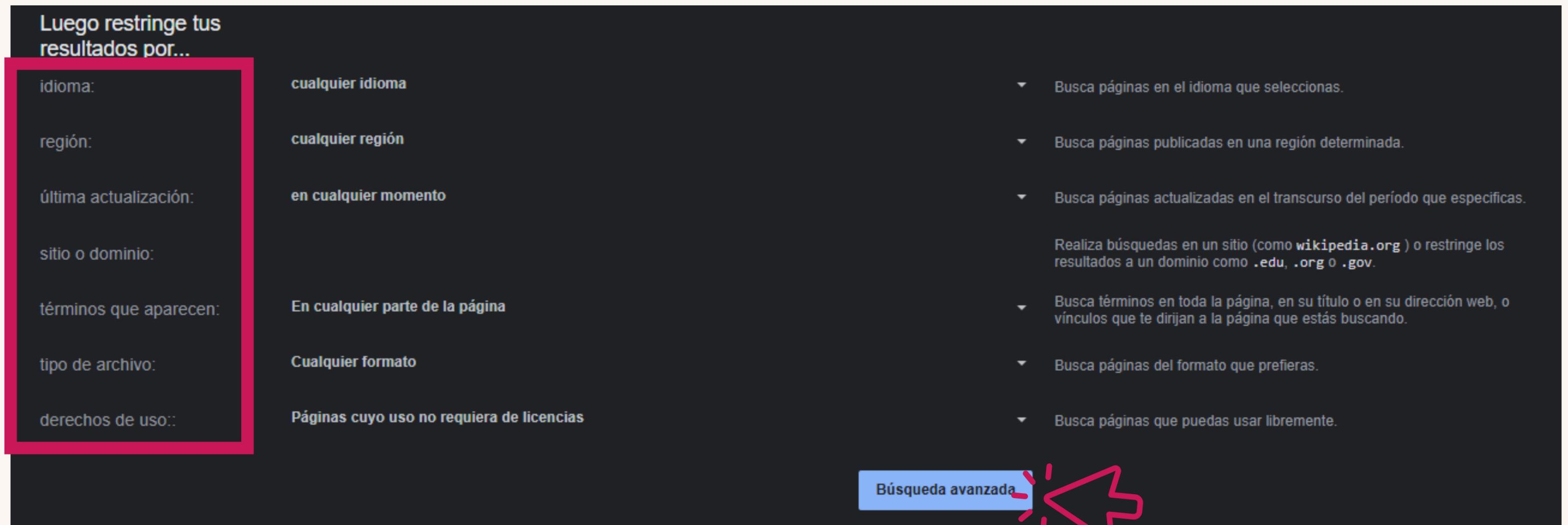
Ejemplo práctico de búsqueda

Al aplicar opciones como el verbatim se reducen significativamente las opciones de búsqueda. Sin embargo si lo que busca es realizar un acercamiento más avanzado a la información lo que debe hacer es hacer clic en la opción de **<<búsqueda avanzada>>**. En ese caso se encontrará con una pantalla que le mostrará las opciones que puede modificar o agregar para hacer más focalizada su búsqueda.



Ejemplo práctico de búsqueda

La búsqueda avanzada le permitirá restringir los resultados de la búsqueda por:



Luego restringe tus resultados por...

idioma:	cualquier idioma	▼ Busca páginas en el idioma que seleccionas.
región:	cualquier región	▼ Busca páginas publicadas en una región determinada.
última actualización:	en cualquier momento	▼ Busca páginas actualizadas en el transcurso del período que especificas.
sitio o dominio:		Realiza búsquedas en un sitio (como wikipedia.org) o restringe los resultados a un dominio como .edu , .org o .gov .
términos que aparecen:	En cualquier parte de la página	▼ Busca términos en toda la página, en su título o en su dirección web, o vínculos que te dirijan a la página que estás buscando.
tipo de archivo:	Cualquier formato	▼ Busca páginas del formato que prefieras.
derechos de uso::	Páginas cuyo uso no requiera de licencias	▼ Busca páginas que puedas usar libremente.

Búsqueda avanzada 

Una vez termine de filtrar las restricciones debe hacer clic en el botón de <<búsqueda avanzada>> con el cual podrá llevar a cabo la búsqueda en el indicador de Google de manera más efectiva.

Conclusión

El índice de Google es un elemento clave para la búsqueda de información dado **que permite establecer resultados en la recuperación de información.** Comprender su funcionamiento así como la forma en la que se puede agregar una página al índice de Google son funciones que facilitan la práctica de búsqueda así como de indexación. Facilitando el acceso a la información para los usuarios, quienes pueden acceder de manera adicional a herramientas de control y revisión de lo que se publica como Google Search Console. Cabe recordar que una buena búsqueda es aquella que se permite ser específica y concreta, en la cual se puedan utilizar palabras claves para encontrar aquellos datos que se requieren.



Referencias

- 40 de Fiebre. (s.f.). ¿Cómo posiciona Google una web? Recuperado de <https://www.40defiebre.com/guia-seo/como-posiciona-google-una-web>
- Ahrefs. (s.f.). Factores de posicionamiento en Google en 2025. Recuperado de <https://ahrefs.com/blog/es/google-factores-posicionamiento/>
- Brin, S., & Page, L. (1998). The anatomy of a large-scale hypertextual web search engine. Computer Networks and ISDN Systems, 30(1-7), 107-117. [https://doi.org/10.1016/S0169-7552\(98\)00110-X](https://doi.org/10.1016/S0169-7552(98)00110-X)
- Cutts, M. (2010). Search engine optimization starter guide. Google Inc. Recuperado de <https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/es//webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>
- Google. (s.f.-a). Filtrar resultados de búsqueda - Ordenador - Ayuda de Búsqueda de Google. Recuperado de <https://support.google.com/websearch/answer/142143?hl=es&co=GENIE.Platform%3DDesktop#zippy=%2Cresultados-web>
- Google. (s.f.-b). Operador de búsqueda "site:" en Google Search. Recuperado de <https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/search-operators/all-search-site?hl=es>
- Lorenzo-González, L. (s.f.). Factores SEO para posicionar una web en Google. Recuperado de <https://lorenzo-gonzalez.com/factores-seo-posicionar-web-google/>
- SEO en México. (s.f.). Indexación web y su importancia para el SEO. Recuperado de <https://www.seoenmexico.com/blog/indexacion-web/>
- Sullivan, D. (2020). How Google Search Works. Search Engine Land. Recuperado de <https://searchengineland.com/how-google-search-works-168449>

CITA DE LA GUÍA

Lizarazo, N. (2025). Índice de Google. UNICISO. Disponible en:

www.portaluniciso.com

SÍGUENOS:



UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

© - **Derechos Reservados UNICISO**
