

## **Cómo trata Google a las principales fuerzas políticas en España**

**En plena efervescencia política ante la cercanía de las próximas elecciones generales del 26 de junio en España, las principales fuerzas políticas del país recorren la Península y los medios de comunicación para dar a conocer sus propuestas entre la ciudadanía. Internet es un vehículo clave en comunicación política y agrupaciones como el Partido Popular, PSOE, Podemos y Ciudadanos son conocedoras de ello**

Una reputada agencia española especializada en posicionamiento en buscadores ha analizado las webs de las grandes fuerzas políticas del país tomando como referencia los datos obtenidos de Google. La información esgrimida plasma una perspectiva real de las búsquedas relacionadas con cada partido, su visibilidad en la Red y el comportamiento SEO de las webs de cada grupo político.

Webpositer, agencia pionera en marketing y posicionamiento en buscadores, ha desarrollado un estudio SEO que analiza el índice de visibilidad en Google de las 4 grandes fuerzas políticas españolas, Partido Popular, PSOE, Podemos y Ciudadanos. Asimismo, fruto de la evaluación y medición de la información, el estudio se completa con el análisis de palabras claves por las que compiten todos los grupos políticos, la revisión del perfil de enlaces que apuntan hacia sus respectivas webs, y la estimación de visitas o tráfico web obtenido en función de su posicionamiento en Google. Finalmente, el equipo de esta agencia SEO líder en España ha recopilado las búsquedas más habituales que se hacen en nuestro país sobre cada uno de los candidatos a la Presidencia del Gobierno.

Con el objetivo de garantizar la imparcialidad en el tratamiento de los datos y estadísticas, sus profesionales informan que esta comparativa se ha desarrollado utilizando algunas de las herramientas extranjeras más reconocidas en el sector del posicionamiento en buscadores, tales como SEMRush, Sistrix o Ahrefs, entre otras.

Midiendo la visibilidad de los partidos en Internet

El índice de visibilidad SEO se obtiene del número total de palabras claves que una web tiene posicionadas en las 100 primeras posiciones de Google, de forma que, cuando mayor sea ese valor, mejor posicionamiento alcanzará en el buscador. Tomando como punto de partida este parámetro, el estudio ha analizado la evolución de la visibilidad desde finales de 2010 al 13 de Junio de 2016. El dominador en visibilidad ha sido el PSOE, seguido de Podemos. El tercer lugar es para el Partido Popular que, debido a una de las actualizaciones del algoritmo de Google, la visibilidad de su web se vio afectada notablemente. La cuarta posición es para Ciudadanos, muy alejada del resto de fuerzas políticas en este parámetro. No obstante, el estudio mantiene que, aunque el PSOE es la agrupación política con más visibilidad SEO en España, Podemos despuntó el 2014 y ha mantenido su evolución favorable equiparándose con la agrupación socialista, contando con un dominio de menor antigüedad, un factor determinante para el posicionamiento en Google.

Posicionamiento en resultados de Google por palabras claves comunes a todos los partidos políticos

El estudio nos lleva a conocer qué partido político está mejor posicionado en el buscador por palabras clave competidas por todos ellos. Una de ellas es “programa electoral”. La información obtenida por la herramienta SEMRush muestra que la primera posición la ostenta el PSOE, seguido del PP, Ciudadanos y Podemos, siendo esta última y la agrupación presidida por Mariano Rajoy quienes compiten por más palabras claves compartidas en el ranking de Google. En esta “pugna” el Partido Popular consigue más palabras claves en primera página del buscador en comparación con la agrupación morada, un factor esencial para atraer visitas a la web.

#### Midiendo la popularidad de las webs políticas españolas

Como subrayan desde Webpositer, “la cantidad de enlaces entrantes que apuntan hacia nuestra página es uno de los aspectos más definitivos para posicionarse en lo alto del buscador”, siendo esencial obtener enlaces de webs de referencia que mejoren la valoración que realiza Google sobre la relevancia de una web, favoreciendo a su vez las posiciones en su ranking de resultados.

Evaluando este parámetro a través de la herramienta AHREFS, el estudio indica que la web del PSOE cuenta con cerca de 2 millones y medio de enlaces entrantes procedentes de 8.000 webs distintas, frente a las cerca de 7.000 webs que apuntan hacia la web del PP. En este punto son los partidos veteranos los que se alzan con el triunfo, dado que su trayectoria online les ha permitido tener más exposición y visibilidad en la Red.

#### Evaluación de tráfico web como indicativo del impacto e interés entre el público de cada agrupación política

El posicionamiento en buscadores es una técnica esencial para atraer visitas de calidad a una web. La medición del tráfico web para las fuerzas políticas tiene una enorme importancia porque, cuantas más visitas obtengan, las posibilidades de llegar al público con sus propuestas también irá en ascenso.

Tomando como referencia solo el tráfico orgánico procedente de Google España, el PP vivió su mejor dato en enero de 2012 superando las 100.000 visitas, descendiendo progresivamente hasta mostrar unas 60.000 visitas orgánicas en 2016, con 1.200 palabras claves posicionadas. Por su parte, el partido de Pedro Sánchez cuenta con más keywords posicionadas (2.200) pero obtiene de 52.000 visitas mensuales con un claro ascenso desde enero de 2015 a la actualidad.

La agrupación de Pablo Iglesias destaca con un fuerte incremento de tráfico web desde enero de 2016 con 40.400 visitas mensuales y 499 palabras clave posicionadas. Es significativa la bajada drástica de tráfico en los últimas semanas tras el cambio de dominio (de [www.podemos.info](http://www.podemos.info) a [lasonrisadeunpais.es](http://lasonrisadeunpais.es)), derivado de su unión con Izquierda Unida.

Por su parte, aunque con una web que muestra mayores deficiencias SEO, la página de Ciudadanos es la que registra más visitas orgánicas al mes – un total de 123.000 - especialmente desde enero de 2016, con 448 keywords posicionadas de mayor calidad que las de sus oponentes porque han conseguido atraer más tráfico a la web de la agrupación naranja.

Datos del interés informativo de los internautas sobre los 4 candidatos a la Presidencia del Gobierno

Gracias a la herramienta gratuita Google Trends, el estudio ha recogido las tendencias de búsquedas realizadas en los últimos 12 meses en torno a Mariano Rajoy, Pedro Sánchez, Pablo Iglesias y Albert Rivera, los principales candidatos a presidir España.

Pablo Iglesias y Mariano Rajoy son los nombres predilectos en las búsquedas de los internautas españoles, aunque sin demasiada distancia con el resto de candidatos. No obstante, en todos ellos el mes de Diciembre de 2015 fue el que centralizó más el interés de los usuarios por buscar información de los líderes de las 4 fuerzas políticas del país.

El estudio va más allá y refleja las palabras claves que más utilizan los españoles para conocer más a estos políticos. Analizándolas se observa el interés de la ciudadanía por la vida personal y profesional de los candidatos a Presidente del Gobierno Español. Desde “Mariano Rajoy hijos”, pasando por “mujer de Pedro Sánchez”, a “Pablo Iglesias twitter” o “Albert Rivera novia”, los intereses del internauta español son múltiples.

De la mano del estudio SEO desarrollado por Webpositer, se obtiene una visión objetiva de cómo el buscador Google valora no solo las webs de las principales fuerzas políticas de España, sino también su posicionamiento real en los resultados de búsqueda de Internet, su visibilidad online, al tiempo que recoge los aspectos de interés del internauta sobre los líderes de cada agrupación política. Una radiografía del escenario político español que, gracias a disciplinas como el posicionamiento el buscadores, pone de manifiesto la capacidad de Internet como herramienta de análisis y hallazgo de intereses y oportunidades.

En el estudio comparativo disponible públicamente en el siguiente enlace, se amplía esta información mediante gráficos, imágenes e incluso el acceso a la descarga de los datos más interesantes.

Para consultar el informe completo, visita: <http://www.webpositer.com/blog/quien-gana-las-elecciones-en-google.html>

**Datos de contacto:**

Iñaki Tovar  
965121315

Nota de prensa publicada en: [Alicante](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>