

## **La mitad de empresas españolas no cuenta con una estrategia SEO**

**Desde que el mundo digital se instauró en la vida de cualquier ciudadano, la puja por estar entre los primeros resultados de los buscadores lleva a las empresas a crear estrategias de posicionamiento SEO. Aun así, en España, el 50% de las empresas no cuentan con ninguna táctica que les permita ser líderes**

Estar conectado a la red significa ser obligado usuario de los buscadores. Ante cualquier duda, pregunta o curiosidad, ya es prácticamente lo más normal acudir a Google e introducir cualquier palabra clave de la búsqueda. Normalmente, el internauta encontrará su respuesta en menos de medio minuto y, entre las cinco primeras entradas, navegará hasta encontrar aquella que más le convenza.

En eso se centran las estrategias de posicionamiento, que buscan las mejores fórmulas para que los motores de búsqueda de Internet sitúen en lo más alto a las empresas que gestionan su SEO. “Se trata de una técnica que consigue que las webs encuentren su público objetivo”, aseguran desde USAStreams.com, agencia especializada en campañas de SEO y SEM.

Aun así, según un estudio a cargo de USAStreams, con la colaboración de Godaddy, Hostinger y 1and1, en España la prevalencia de estas estrategias de posicionamiento sigue siendo débil: 5 de cada 10 empresas no tiene ninguna hoja de ruta marcada para conseguir estar en la cumbre de la red.

Posicionamiento SEO, asignatura pendiente de las pymes

Según el estudio, apoyado por la participación de casi 8.000 pymes, solo el 16% de empresas en España tiene una estrategia SEO definida y con inversión continua. Una cifra que va en la línea de lo que ocurre con otros países de habla hispana: México cuenta con el 12% de empresas con estrategia, Argentina con un 10% y las empresas chilenas, superan a las españolas con un 18% que ya roza la veintena.

“Las empresas que cuentan con estrategias SEO continuas declaran una subida de beneficios y la recuperación del capital invertido a corto plazo”, explican desde USAStream. Así, el interés que suscita esta práctica empieza a manifestarse en el 34% de empresas, que aplican de manera esporádica inversión en el SEO.

Lo mismo ocurre, más o menos, en los otros países hispanos: Chile se posiciona líder con un 42% de empresas que invierten esporádicamente en posicionamiento web y es seguido por México, que deja en última posición a las empresas españolas con un 35% de compañías que invierten para posicionar una página web.

“La tendencia es que cada vez más empresas contratan servicios de posicionamiento”, explican los expertos. “No solo se trata de una manera de potenciar la presencia de una marca en la red, sino que

también es una forma de aumentar los beneficios de la misma”.

La reconversión de lo invertido, motivo de peso

Uno de los principales motivos por los que las empresas invierten de manera continuada en posicionamiento web es la seguridad de que lo invertido siempre acaba siendo recuperado, ya sea a través de tráfico cualificado, crecimiento o consolidación de la imagen.

“No solo se trata de hacernos visibles en Google y otros buscadores, el SEO es una excelente manera de hacer que un negocio encuentre exactamente el público objetivo, aquel que busca exactamente lo que necesita. Eso es lo que acaba convirtiéndose en un crecimiento notable en los ingresos y en el volumen de negocio de una marca”, explican desde USAStreams.

La red: adiós a los listines telefónicos

Y es que si antes, lo más normal para encontrar aquello que se buscaba era acudir al listín telefónico y buscar el servicio que alguien cercano había recomendado, ahora se acude a Internet para encontrarlo.

Por eso, y según recientes estudios, más del 90% de usuarios buscan opiniones en internet antes de realizar cualquier compra o contratación de empresas. Ese es, precisamente, otro buen motivo por el que tener una buena estrategia de SEO.

“Se trata de tener una buena estrategia de palabras clave y otras técnicas de SEO para que, cuando los internautas realicen una búsqueda en la red mediante sus palabras clave, los buscadores reconozcan una plataforma en concreto como la más cercana a su ‘pregunta’”, comentan desde USAStreams, que explican que los comentarios sobre el servicio irán en aumento a la par que su posición en Google.

No solo se acabaron el listín y las recomendaciones de los vecinos. El empresario, verá además, que invertir en SEO es ahorrar, tanto en tiempo como económicamente, en el terreno comercial. La expansión de negocio irá a cargo de los propios internautas. “Si una web recibe el tráfico que debe recibir, la inversión en una tarea que intente expandir el negocio no es necesaria: los propios futuros clientes encuentran por su propia cuenta aquello que les interesa y, por lo tanto, ya conocen la marca, el servicio o el producto”.

Invertir de manera continuada en una buena estrategia SEO es, hoy en día, un paso imprescindible para que la digitalización y transformación de las pequeñas y medianas empresas de España tenga un impacto no solo en los negocios sino también en la comodidad de todos los usuarios y potenciales compradores.

Acerca de USAStreams.es

El equipo de USAstreams (<http://www.USAstreams.es>) es profesional en servicios de posicionamiento SEO. Conduce cada año cientos de proyectos en el camino al éxito, ofreciendo todos los servicios,

migraciones de página web a WordPress, diseño cuidado, redacción de artículos de calidad, publicación en periódicos nacionales y, cómo no, un servicio completo de redes sociales.

**Datos de contacto:**

Jose Luis Gomez Gomez

SEO [www.usastreams.com](http://www.usastreams.com) profesionales posicionamiento web  
638911629

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Digital](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>