

Actualización sobre contenido útil de Google Search: análisis de Ricard Menor, Consultor SEO senior

El pasado 14 de septiembre de 2023, Google Search lanzó una significativa actualización orientada a valorar el contenido útil y devaluar los contenidos más vacíos; este "update" está generando un impacto importante en el mundo del SEO y puede traer consecuencias para las empresas que compitan o quieran competir online

Esta actualización, que como todas se encuentra en constante evolución, busca recompensar el contenido que proporciona una ayuda, una respuesta o soluciones fiables a la consulta: en resumen, experiencia satisfactoria para los usuarios. Por contra, penaliza el contenido que no cumple con las expectativas inescrutables del sistema. Ricard Menor, Managing Consultant de Solid SEO y experimentado consultor SEO freelance con más de 20 años en el sector, ha analizado en detalle esta actualización y ofrece sus observaciones, destacando su relevancia añadida a los preexistentes conceptos de EAT (Expertise, Autoridad, Confianza) y YMYL (Your Money Your Life).

Cabe añadir que EAT lleva un tiempo añadiendo otra "E" que ciertamente justifica aún más el desarrollo de la actualización sobre contenidos útiles: EXPERIENCIA práctica en el campo del que se escribe u opina. Como puede apreciarse, todo anda en la misma dirección.

El sistema de contenido útil de Google Search y su impacto conjunto con EEAT y YMYL

El sistema de contenido útil de Google Search es una señal clave utilizada por los algoritmos de clasificación automatizados de Google para asegurarse de que los usuarios encuentren contenido valioso y auténtico en los resultados de búsqueda. Este sistema, que está en constante evolución, busca destacar el contenido optimizado para usuarios y escrito por personas (citando literalmente a Google) que además sean cualificadas o expertas, al tiempo que reduce la visibilidad de contenido que no cumple con las expectativas para los usuarios.

Ricard Menor subraya que esta actualización tiene un impacto significativo junto con la evaluación de EEAT (Experiencia + Expertise, Autoridad, Confianza). Si las cosas van bien, es decir que la actualización sea beneficiosa para el sitio web de una empresa, se irá notando una mejora incremental en sus resultados. Sin embargo, la empresa que sufra esta actualización automática verá bajar el rendimiento de su posicionamiento SEO.

Se remarca el carácter global y multiidioma de la actualización, así como que afecta a todo el sitio web y no solamente a la página o páginas que no pasen el corte.

Cómo afecta este sistema a un sitio web y a los sectores sensibles a YMYL

La afectación puede ser desastrosa para la empresa que no haya hecho las cosas muy bien. Google habla de meses cuando se trata de ver progresos en los rankings tras efectuar mejoras significativas y

detectables por todo el sitio web. Esto implica necesariamente conocimiento SEO y recursos aplicados al problema, cosas de las que muy pocas compañías disponen internamente.

Si hay un buen momento para valorar la colaboración de un consultor SEO freelance, probablemente sea este.

La actualización sobre contenido útil puede ser especialmente relevante para sitios web relacionados con YMYL (Your Money Your Life), que abarcan temas críticos como la salud, las finanzas y la seguridad. Estos sitios están bajo un mayor escrutinio en cuanto a su calidad y credibilidad, ya que pueden afectar directamente a la vida y el bienestar de los usuarios. La actualización busca asegurarse de que el contenido relacionado con YMYL sea confiable y útil para los usuarios, redundando sobre los efectos de la actualización pretérita que da nombre al paradigma YMYL.

Este profesional destaca que no solamente los sitios YMYL deben prestar especial atención a la calidad de su contenido y a la credibilidad de los autores. Retirar o mejorar el contenido de baja calidad es esencial para mantener una buena clasificación en los resultados de búsqueda, esto es algo que ya debería estar arreglado desde hace tiempo, ya que con esta nueva actualización la cosa se ha complicado aún más. Como ya se ha remarcado, fallar en esto puede significar un largo periodo de oscuridad y duro trabajo simplemente para salir de nuevo a la luz.

Es el momento perfecto para demostrar la "E" de Experiencia práctica sobre lo que se expone. Cumpliendo todos estos parámetros, junto a la dedicación rigurosa a las tareas habituales en SEO (tanto sencillas como complejas), las empresas con presencia web tienen mucho que ganar si juegan bien sus cartas.

El futuro de la actualización de contenido útil

Google Search perfecciona regularmente la forma en que su sistema detecta contenido no útil y evalúa la calidad de los sitios web en términos de (E)EAT y YMYL. Cuando se produce una mejora notable, como aumentar o hacer más visible el contenido útil en una mayoría de páginas de su sitio web, el posicionamiento en los resultados de Búsqueda de Google puede verse beneficiado. Esto significa que las estrategias de SEO deben estar en constante adaptación para mantenerse al día con las últimas actualizaciones.

Si el volumen forma parte de la ecuación, ¿no será tal vez el momento de volver a utilizar el infravalorado recurso de las microwebs o micrositos?

La actualización sobre contenido útil de Google Search tiene un impacto significativo en el posicionamiento SEO de los sitios web, pero no es solamente esto: hay libros enteros sobre actualizaciones de Google y esto solamente es una parte, la forma de hacer las webs, la validez SEO

de los contenidos, las palabras clave, los enlaces... El análisis y gestión por parte de expertos es crucial para comprender y adaptarse a estas dinámicas en constante cambio en el mundo del SEO.

Datos de contacto:

Ricard Menor

Managing Consultant, SOLID SEO

+34 690 261 370

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

Categorías: [Nacional Marketing Otros Servicios Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>