5. Youtube-SEO

- SEO para youtube
- Guía SEO para youtube
- Factores SEO
- Recursos audiovisuales

Copyright 2026

SEO para youtube

Hemos dado un buen repaso al contenido escrito, ya sea formato web o blog. Es el turno del vídeo y en concreto de youtube, el segundo buscador más importante del mundo.

El vídeo es un formato perfecto para la docencia y hoy en día existen numerosas herramientas para que la creación del vídeo sea una tarea sencilla.

Además, los vídeos no solo posicionan en youtube, sino que google cada vez más muestra este tipo de contenido en sus SERPS, por lo que doble rentabilidad.

Al igual que el texto, existen una serie de pautas que te van a ayudar a posicionar y destacar tus vídeos en el listado de resultados de youtube.

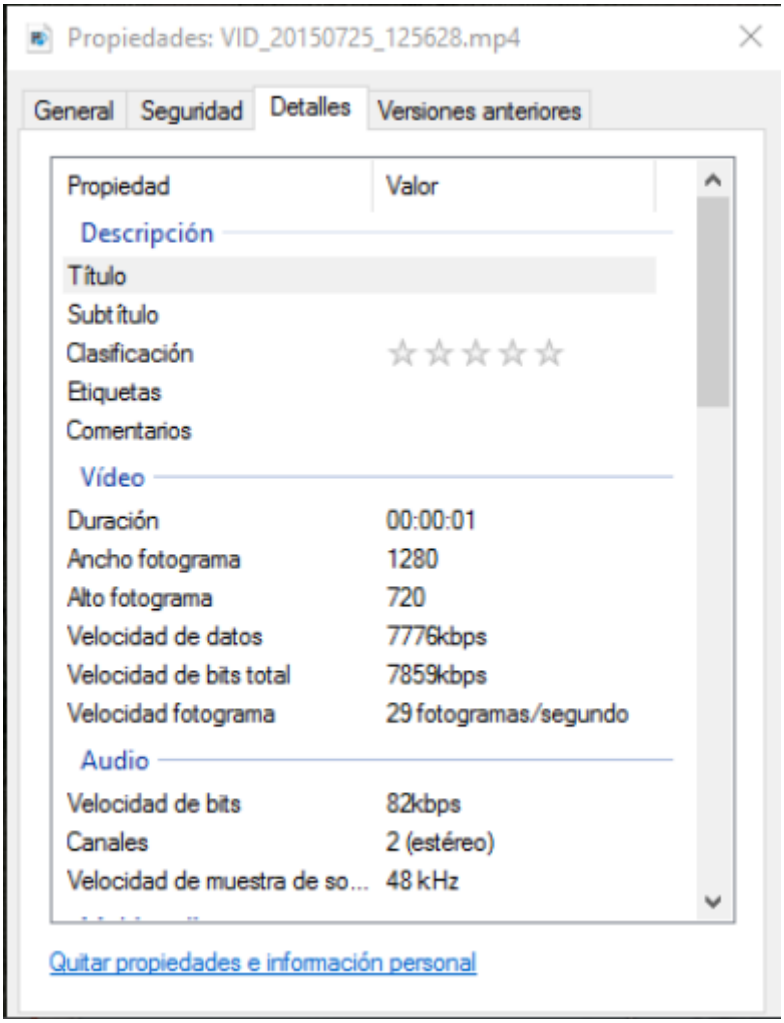
Copyright 2026

Guía SEO para youtube

Antes de subir el vídeo

- Pon un nombre descriptivo al archivo e incluye la palabra clave, cuánto más a la izquierda/inicio, mejor.
- Para confirmar el título con el que se ha subido un archivo concreto:

Botón derecho -> en algunos ordenadores aparece como “propiedades”, en otros como “obtener información”.



Copyright 2026

Copyright 2026

Factores SEO

Título: cuánto más a la izquierda/inicio mejor

Debe responder a las preguntas:

- ¿De qué trata?
- ¿Aparece alguien / algo famoso / relevante?
- ¿Se puede etiquetar? (Challenge, reacción...)
- Sembrar la duda!!

Normas de oro:

- 60 caracteres máximo para que no se corte
- a veces el corte es nuestro aliado para crear la duda
- No sobreoptimices la palabra clave (la utilices repetidas veces)
- Lo más importante al principio: poner la keyword a la izquierda no es un mito falso del SEO.
- Utiliza números o corchetes cuando sea posible, aumenta el CTR (número de clicks según impresiones conseguidas)

Antes de escribir el título, analiza cómo lo hace la competencia (si es que existen vídeos para analizar)

Conoce las búsquedas más populares :

- Youtube suggest: escribe la palabra clave en el buscador de youtube y mira qué resultados se despliegan

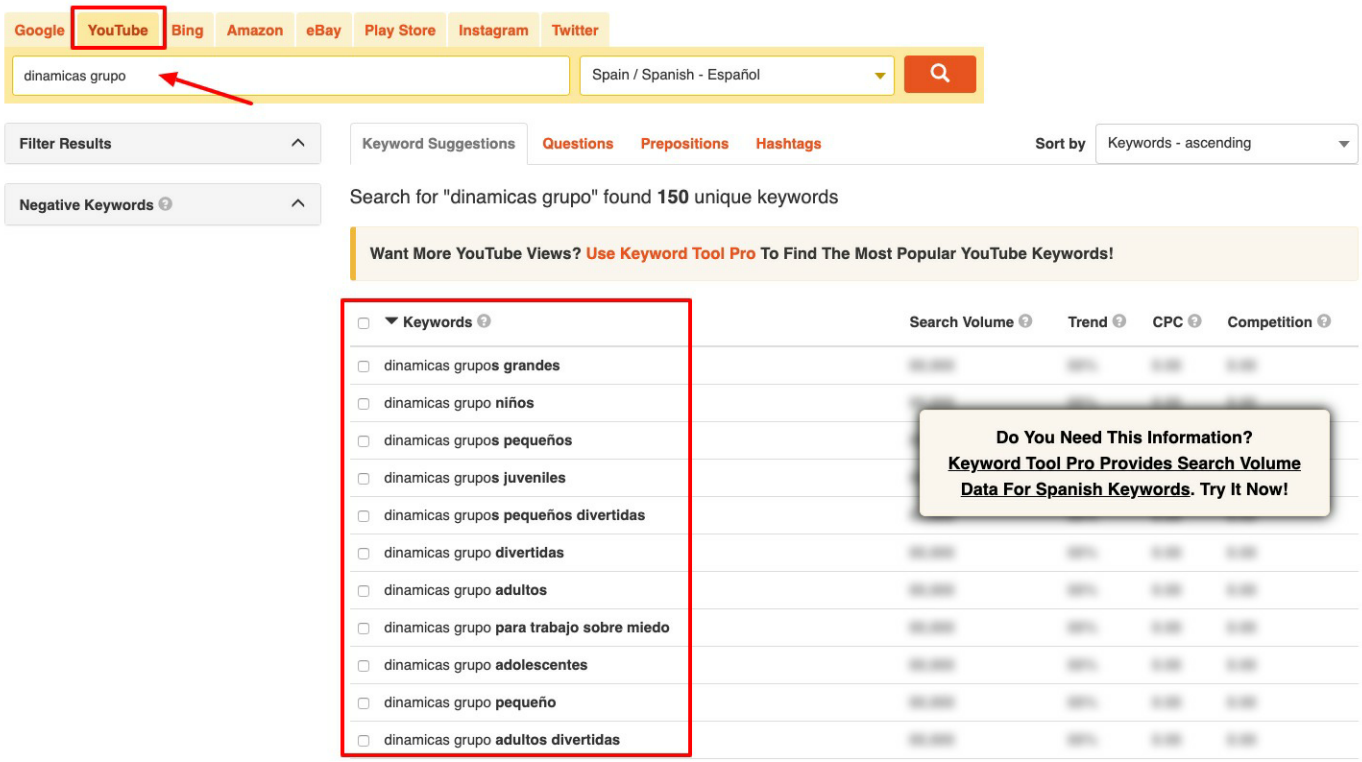
Copyright 2026



- TRUCO: para ampliar el listado de búsquedas relacionadas, ve probando con la palabra clave y las letras del abecedario, ya verás como la lista se va ampliando.



- Keywordtool.io: tiene pestaña para búsqueda de palabras clave en youtube



Para conocer el volumen de búsqueda tienes que aplicar el mismo método que te he enseñado antes para conocer el volumen de las keywords para google. El Planificador de palabras clave va a ser un gran aliado.

Otros factores para generar los títulos de los vídeos:

- Usa a tu favor elementos como: mayúsculas, emojis, iconos.. Úsalos mientras puedas, que no penalizan, y siempre y cuando encaje con tu público objetivo y el contenido que muestras.
- emojis: si utilizas Google Chrome, añade esta extensión y así tendrás los emojis siempre a mano https://chrome.google.com/webstore/detail/emoji-keyboard-emojis-for/fbcgkphadgmbalmlklhbdagcicajenei?hl=es
- ¡Ojo!: a la hora de confeccionar los títulos hay que tener claro quién es el público objetivo, esto es, a quién te diriges con tus vídeos.

Por ejemplo, no tiene sentido poner iconos, exclamaciones, emojis, etc. en un vídeo de una entrevista con un médico

Se pueden crear titulares generando duda. Por ejemplo:

Con esta dinámica de grupo consigues que el 80%.... - no hay que abusar, pero es una estrategia que se puede utilizar.

Copyright 2026

Descripción

- Palabra clave al inicio.
- Debe ser única. Aunque los enlaces a tus RRSS dentro de la descripción pueden ser iguales, varía el resto del contenido
- La extensión máxima es de 5000 caracteres para la descripción completa. Asegúrate de que el extracto se lee correctamente, incluye la palabra clave y es atractivo para que el usuario quiera seguir leyendo o viendo el vídeo.
- Extensión: una descripción corta puede posicionar, pero siempre que puedas aprovéchala mejor para reforzar las keywords (sin caer en la sobreoptimización. Cuando la leas tiene que ser natural)
- Si el vídeo es muy largo, siempre que puedas divídelo en minutajes:
- ejemplo: vídeo de dinámicas de grupo. En descripción poner:
  - 2’32 introducción a las dinámicas
  - 3’22 crear grupos para las dinámicas
  - 5’15 listado de dinámicas para primaria

Esta práctica mejora la usabilidad con el usuario * ¡hashtags! #Keyword . Convierte la palabra o palabras clave en un hashtag. Prácticamente nadie lo hace y funciona * por ejemplo: Utiliza #dinámicas de #grupo en clases de #secundaria

Palabras a utilizar en la descripción de manera natural: utiliza palabras principales, sinónimos, semánticas relacionadas...

Ejemplo de descripción:

Copyright 2026



Rgalgora
Publicado el 3 jul. 2018

ESTADÍSTICAS EDITAR VÍDEO

La intención de búsqueda viene a decir que no importa tanto lo que buscamos como lo que queremos encontrar cuando buscamos, o en palabras de Google "Learning meaning behind the words".

Continuar realizando un estudio de palabras clave atendiendo solo a volumen y competencia es un grave error. No se debe dejar fuera ni la intención de búsqueda ni la cantidad de tipologías de resultados de que han surgido a partir del machine learning.

Rankbrain y hummingbird son dos algoritmos clave basados en machine learning que han tenido que aprender a marchas forzadas lo que queremos encontrar cuando realizamos una búsqueda.

¿Sabías que el 15% de las búsquedas que se realizan a diario son completamente nuevas y nunca se habían realizado antes? Wow!!

En este vídeo te hablo de la intención de búsqueda, qué aporta cada tipo a nuestro negocio y cómo podemos optimizar nuestro contenido para satisfacer al usuario, a google y así mejorar en los rankings.

► Post: http://bit.ly/intencion-busqueda-seo

Si te ha gustado el vídeo:

► Sucríbete a mi canal
► Activa la campana
► Comenta, me encantará leerte
► ¡y comparte! ya sabes que compartir es vivir :D

Cada martes un nuevo vídeo de Marketing y/o SEO en mi canal ¡únete al poder de la hormiga!

Etiquetas

- **Variedad**: no pasa nada por ser un poco repetitivo, pero tampoco abuses de ellas - utiliza palabras con las que tú explicarías a tu amigo de qué trata el video.
- **Ortografía**: el usuario no ve estas etiquetas, por lo que si detectas que hay búsquedas con errores ortográficos que se repiten, puedes escribir etiquetas con errores para captar estas búsquedas.

- **Truco**: Usa palabras clave de la competencia. Fíjate en los videos que mejor posicionan para la palabra clave que quieres y amplía tus etiquetas con las suyas. Utiliza también nombres de canales de competidores (observación propia)

> **Tarea 1**: crea un listado con vídeos de la competencia y analiza qué títulos utilizan, descripciones, cuál es su duración, si las personas comentan o no... la información de la competencia nos debe servir de "inspiración" para nuestros propios vídeos.

> **Tarea 2**: añade la extensión de VIDIQ, está tanto para chrome como para firefox. Su sitio web es https://vidiq.com/

Esta herramienta es gratuita, y entre otras muchas posibilidades, permite analizar los vídeos de la competencia y descubrir qué etiquetas utilizan.

https://www.youtube.com/embed/F3kbcEo20oI

Algunos datos que vas a poder ver de cualquier vídeo y no solo de los tuyos con VidIQ

Copyright 2026


VISIÓN GENERAL
34.9/100
vidIQ puntuación
1,588
vistas
08:44
duración
SOCIAL
Great
tasa de interacción
98.2%
YouTube
99.1% tasa de me gusta
107 YouTube Me gusta
1 YouTube No me gusta
≈0 FB me gusta
0 reddit upvotes
0 reddit comentarios
0 reddit posts
¿Quiere obtener más estadísticas de FB?
Autenticarse con facebook
1,952
twitter seguidores
453
instagram seguidores
SEO
70/100
vidIQ puntuación SEO
1/20
225
número de palabras en la descr.
3
pantallas finales
186.8
palabras por minuto
9
número de enlaces en la descripción
17
LA LISTA DE CONTROL DE OPTIMIZACIÓN DE VÍDEO
✓ Título
✓ Palabras clave
✓ Descripción
✗ Tarjetas
✓ Pantallas finales
✓ Miniatura personalizada
✓ Subtítulos (manual)
✓ Respondido al comentario reciente
✗
✗ Compartido en Facebook
✓ Compartido en Twitter
✗ Obtención de ingresos activada
✓ Añadido a una lista de reproducción
✓ Público
Palabras clave controvertidas
Suscríbase a Pro para ver palabras clave controvertidas que puedan resultar en la suspensión de monetización
¡Suscríbase ahora!
CANAL
6
vistas en total
España
país del canal
ETIQUETAS DE VÍDEO
SEO
Marketing
emprendedores
freelance
seo local #4
seo local 2018 #3
seo local business #19
posicionamiento para buscadores
primeras posiciones

Si te gustan las herramientas, te dejo otra que también ofrece muchas funcionalidades para youtube. En este caso, es para Chrome: https://www.tubebuddy.com/

Miniaturas

No es un factor directo de posicionamiento SEO, aunque la creación y elección de una buena miniatura aumenta el porcentaje de click.

Además, permite dar coherencia visual a tu canal.

A grandes rasgos, las miniaturas que mejor funcionan:

- las imágenes luminosas y de alto contraste destacan más
- los planos cercanos de rostros captan la atención
- sigue siempre una identidad visual distintiva



Intención de Búsqueda: Optimiza y Mejora la...
247 visualizaciones • Hace 11 meses • 100%

10 Extensiones para Google Chrome IMPRESCINDIBLES...
756 visualizaciones • Hace 11 meses • 100%

SEO LOCAL: Acciones Efectivas para posicionar...
1,5 mil visualizaciones • Hace 11 meses • 99%

SEO para Ecommerce: 10 factores para aumentar tu...
524 visualizaciones • Hace 11 meses • 100%

Cómo BUSCAR Palabras Clave GRATIS [Incluye...
820 visualizaciones • Hace 11 meses • 98%

Duración

Hace años, youtube daba mucha importancia al número de visitas; hoy en día el foco está puesto en la retención de cada visita, esto es:

- el tiempo de permanencia individual, en cada vídeo
- reconocimiento de tiempo de permanencia, es decir, la acumulación de minutos visionados o tiempo que pasa en tu canal

“La cantidad de tiempo total que pasa una persona en YouTube durante una sola visita se denomina "sesión de visualización". Si uno de los vídeos del canal de tu marca consigue que los espectadores sigan viendo vídeos, el canal obtendrá reconocimiento de tiempo de visualización por los minutos acumulados que hayas conseguido.”, Youtube.

Conociendo esta información, ¿qué duración tiene que tener el vídeo?

No hay una respuesta definitiva. En este caso hay que observar y probar.

Copyright 2026

- Observar: analiza la duración de los vídeos de la competencia que están bien posicionados y que tratan sobre la temática que tú quieres abordar.
- Probar: prueba con diferentes duraciones y saca una conclusión. Si retienes al espectador, hazlo largo. Si no, corto
- ten en cuenta la palabra clave que estás atacando, ya que unas darán más juego que otras.

Si tienes redes sociales, ten en cuenta que los vídeos cortos funcionan muy bien en estas plataformas.

- Práctica adecuada: crear vídeos más cortos y montar una playlist o lista de reproducción con una palabra clave principal. Las playlist posicionan muy bien y no tienen que estar creadas exclusivamente con tus vídeos, sino que puedes incluir vídeos de terceros.

Subtítulos

Prácticamente nadie utiliza la funcionalidad de traducir los vídeos y sin embargo, youtube lo tiene en cuenta.

Tienes dos opciones:

Opción 1: activar subtítulos por la comunidad

Opción 2: hacer tú los subtítulos. En esta opción, puedes incluir palabras clave.

“Los subtítulos pueden aportar más información sobre tu vídeo a los sistemas de visibilidad de YouTube.”

EXTRA 1: lectura obligatoria. Aunque es de 2017, en general los datos reflejan la realidad de 2019.
http://backlinko.com/youtube-ranking-factors

EXTRA 2: Conoce la página secreta de youtube: https://www.youtube.com/testtube

Copyright 2026

Recursos audiovisuales

- Camtasia Studio: edición de video (de pago, pero se puede conseguir gratis)
- Spreaker studio (sonido, entrevistas) : grabar audio. Pista de mezclas
- Pamela for skype (sonido, entrevistas)
- Audacity (edición de audio)
- Freesound (recursos de sonidos)
- Freepik: gráficos de todo tipo gratis
- Flaticon: iconos gratis
- Pexels: vídeos gratis
- Canva: diseño gratuito, fácil y profesional
- Powtoon: animaciones en vídeo
- Animatron: animaciones en vídeo

Copyright 2026