ALT TAG Y TITLE TAG DE IMÁGENES: CÓMO MEJORAR SU POSICIONAMIENTO



Posted on 30 de octubre de 2025 by Tomás

Las imágenes forman parte de toda buena página web. Hacen que los contenidos sean más claros, atractivos y facilitan la comprensión de temas complejos. Sin embargo, para que las imágenes no solo tengan un impacto visual, sino que también contribuyan a su posicionamiento, debe prepararlas de forma adecuada para los motores de búsqueda. Dos elementos clave para lograrlo son el **Alt Text (texto alternativo)** y el **Title Tag (etiqueta de título)**. En este artículo descubrirá cómo utilizar ambos correctamente, cuáles son las mejores prácticas y cómo optimizar aún más sus imágenes para mejorar sus resultados de SEO (Search Engine Optimization, optimización para motores de búsqueda).

QUÉ ES UN ALT TAG: UNA PEQUEÑA DESCRIPCIÓN CON GRAN IMPACTO

Cuando una imagen no se carga en una página web, aparece un **pequeño texto** para el usuario. Ese texto es el **Alt Tag** (también denominado “alternative text” o “Alt Attribute”), que se incluye en el código fuente de la página. Consiste en una **breve descripción** del contenido de la imagen junto con las palabras clave relevantes.

El Alt Tag es especialmente importante para la usabilidad, es decir, la facilidad de uso de una web. Si la imagen no se muestra, el usuario sigue sabiendo qué representa. Además, para las personas con discapacidad visual, el Alt Tag o Alt Attribute permite que los **lectores de pantalla** o

navegadores de voz lean el contenido de la imagen, ofreciendo así un acceso web sin barreras.

Dentro del SEO, los Alt Tags forman parte de la optimización on page (en la propia página) y son un componente técnico y de contenido esencial para mejorar el rendimiento de su sitio web.

El Alt Attribute debe reflejar exactamente lo que aparece en la imagen. Elija siempre una imagen adecuada y coherente con el contexto de su contenido. Si selecciona la imagen correcta, le resultará más fácil escribir un Alt Tag preciso y relevante. Incluya además palabras clave importantes por las que desee posicionar la imagen y la página correspondiente.

Esto es importante porque los motores de búsqueda, como Google, ofrecen **resultados de búsqueda de imágenes** y quieren mostrar a los usuarios las más adecuadas según su consulta. Pero ¿cómo llega su imagen a aparecer ahí? Los buscadores no interpretan imágenes, sino textos. Los **Crawler (rastreadores)** necesitan Alt Tags para identificar el contenido visual.

Si en el código HTML incluye el Alt Tag con la descripción y la palabra clave, el buscador analiza la relevancia y añade la imagen a su índice. Por tanto, los Alt Tags ayudan al **posicionamiento** tanto en la búsqueda de imágenes de Google como en los resultados orgánicos.

QUÉ ES UN TITLE TAG

El **Title Tag (atributo de título)** aparece cuando pasa el cursor sobre una imagen. Se abre un **pequeño cuadro con el texto** que haya definido. También se añade en el código de la página.

Tiene sentido usarlo cuando el diseño de la web no permite incluir un caption (leyenda), por ejemplo, en imágenes de cabecera grandes o en imágenes que funcionan como enlace. En caso contrario, puede añadir la información directamente en la caption.

El Title Tag sirve sobre todo para el usuario, no para el motor de búsqueda, aunque puede aprovecharlo para incluir palabras clave y **aumentar la densidad** de estas, lo que ayuda a Google a entender mejor la relevancia de su contenido.

Los atributos de título también se aplican a los **enlaces** o elementos del **menú de navegación**. Si pasa el cursor por encima de una palabra, se abre igualmente un pequeño cuadro de texto. Estos Title Tags deben ser breves y describir claramente el destino del enlace.

En SEO, los Title Tags de las páginas individuales son especialmente importantes para su **posicionamiento**. Junto con la meta descripción, forman parte de los **metadatos** que Google muestra en los resultados de búsqueda (SERP, Search Engine Results Page). Allí es donde debe incluir las **palabras clave principales**. Estos títulos no se ven en la página, sino que se ocultan en el código y funcionan como un resumen o teaser en los resultados de Google.



Captura de pantalla de los metadatos (título y descripción) en los resultados de búsqueda de Google.

En resumen: si una imagen tiene caption, el Title Tag **no es obligatorio**. Pero los puntos del menú y las imágenes que enlazan a otras páginas sí deben tenerlo, ya que informa al usuario de lo que encontrará al hacer clic. En cambio, **los Title Tags de las subpáginas son imprescindibles**, pues se muestran en los resultados de búsqueda y animan al usuario a visitar su sitio web.

SEO PARA IMÁGENES: LOS REQUISITOS

Si su imagen aparece en la búsqueda de imágenes de Google, puede generar tráfico adicional. Cuando un usuario hace clic en su imagen, llega directamente a su sitio web. Para que esto ocurra, además del Alt Tag y el Title Tag, necesita aplicar **más optimizaciones de SEO**.

NOMBRE DEL ARCHIVO

El nombre del archivo de la imagen debe elegirse con cuidado e incluir **palabras clave** relevantes. Esto facilita que los Crawler identifiquen e indexen el contenido correctamente.

TAMAÑO Y FORMATO DEL ARCHIVO

Las imágenes demasiado pesadas ralentizan la **velocidad de carga**, y el **tiempo de carga** de página (PageSpeed) es un factor crucial para el posicionamiento. Un sitio lento perjudica el SEO y la experiencia del usuario, sobre todo en móviles.

Google da prioridad a la versión móvil de las páginas desde su política **Mobile First** (primero móvil), por lo que su posicionamiento depende de la velocidad de carga en dispositivos móviles.

El tamaño del archivo no se refiere a las dimensiones de la imagen, sino al peso **en datos** (MB, KB). Aunque la imagen se muestre pequeña, el navegador carga el archivo completo. Por eso conviene **comprimir** las imágenes para mejorar el PageSpeed y la **User Experience (experiencia del usuario)**.

También **el formato** es importante: use solo tipos de archivo compatibles con navegadores comunes (.jpg, .gif o .png). Si emplea un formato no admitido, la imagen no se cargará y, sin un Alt Tag, el usuario no sabrá qué muestra.

SITEMAP (MAPA DEL SITIO) DE IMÁGENES

Para facilitar la indexación, puede crear un sitemap específico de **imágenes**. Este incluye los enlaces a todas las imágenes relevantes de su sitio y las URL de las páginas donde se encuentran.

Como los Crawler no pueden “ver” imágenes, este sitemap les ayuda a procesarlas y añadirlas al índice.

El **sitemap** principal de su web contiene la estructura de páginas y se guarda, junto con el de imágenes, en el archivo **robots.txt.** También debe enviarse a la Google Search Console para su correcta lectura.

VENTAJAS Y UTILIDAD DEL ALT TAG Y DEL TITLE TAG

A continuación, un resumen de los principales beneficios de los Alt Attributes y Title Attributes de imágenes:

- **Mejor posicionamiento** en
  la búsqueda de imágenes de Google.

- Impacto positivo en el **posicionamiento orgánico**.
- Parte esencial de la optimización **SEO** para imágenes.
- Mayor **usabilidad** y **accesibilidad** (acceso sin barreras).
- **Tráfico** adicional desde la búsqueda de imágenes de Google.
- Aumento de la **densidad de palabras clave**.
- Title Tags en URLs (metadatos): refuerzan la CTR (Click-Through Rate, tasa de clics).

CONCLUSIÓN: ALT TAG Y TITLE TAG DE IMÁGENES

Los Alt Tags y Title Tags son componentes esenciales de la optimización SEO para imágenes. En especial, el Alt Tag resulta decisivo para el **posicionamiento** en la búsqueda de imágenes de Google.

Si optimiza además el tamaño y formato de los archivos, reducirá el tiempo de carga y mejorará su posicionamiento orgánico. Google valora especialmente una **velocidad de carga** alta, sobre todo en la versión móvil.

Una web rápida mejora **la experiencia de usuario** y reduce el abandono. Con un sitemap de imágenes, facilita que los rastreadores comprendan y clasifiquen sus contenidos visuales. Si sus imágenes posicionan bien, generará **tráfico adicional**.

Los Title Tags no influyen directamente en el posicionamiento, pero ayudan a contextualizar las imágenes y aumentar la densidad de **palabras clave**. También mejoran la usabilidad al indicar al usuario qué encontrará al hacer clic en un enlace.

Por último, los Title Tags de las subpáginas **son esenciales**, ya que se muestran junto con la descripción en los resultados de búsqueda y contribuyen a atraer clics y visitas a su web.

¿Tiene dudas sobre los Alt Tags o Title Tags, o sobre la optimización SEO de imágenes? En Wisea le ayudamos a implementar todas las medidas necesarias para mejorar la visibilidad de su sitio web y alcanzar un mejor posicionamiento en los resultados de Google.

Contacto