



Site Audit (Details)



seo.esy.es

SEO – Todo lo que necesitas saber sobre SEO

13 problemas encontrados

✖ Errores: 0 | ⚠ Alertas: 3 | ⓘ Info: 10 | 📄 Pages: 3 | 📅 Fecha: nov 15, 2017

Auditoría de sitio: todos los factores

Indexación y rastreabilidad

✔ Páginas con código de estado 4xx	0
✔ Páginas con código de estado 5xx	0
ⓘ Páginas restringidas para la indexación	7
✔ Página 404 configurada correctamente	Si
✔ Archivo robots.txt	Si
⚠ Sitemap .xml	No

Redirecciones

✔ Versiones www y no-www corregidas	Si
✔ Páginas con redirección 302	0
ⓘ Páginas con redirección 301	1
✔ Páginas con meta refresh	0
ⓘ Páginas con rel="canonical"	2

Enlaces

✔ Enlaces rotos	0
✔ Páginas con número excesivo de enlaces	0

Codificación y factores técnicos

✔ Optimizada móviles	Si
✔ Páginas con código rel="canonical" duplicado	0
✔ Páginas con Frames	0
✔ Páginas demasiado grandes	0

URLs

⚠ URLs dinámicas	1
✔ URLs demasiado largas	0

Dentro de la página

✔ Etiquetas título vacías	0
✔ Títulos duplicados	0
✔ Títulos demasiado largos	0
⚠ Meta descripción vacía	1
✔ Meta descripciones duplicadas	0
✔ Meta descripción demasiado larga	0

Auditoría de sitio: todos los factores (detalles)

✔ Páginas con código de estado 4xx (0 recursos)

¡Has hecho un buen trabajo! Tu página está libre de errores 4xx.

Acerca de este factor SEO:

Los errores 4xx suelen apuntar a problemas del sitio web. Por ejemplo, si tienes un enlace roto en la página y un visitante pulsa en él, debería ver un error 4xx. Es importante comprobar regularmente estos errores y corregirlos, debido a que pueden tener un impacto negativo y reducir la autoridad del sitio a ojos de los usuarios.

✔ Páginas con código de estado 5xx (0 recursos)

¡Bien hecho! tu sitio web está libre de errores 5xx.

Acerca de este factor SEO:

Los mensajes de error 5xx son enviados cuando el servidor ha tenido un error. Es importante monitorizar regularmente estos errores para investigar sus causas, ya que tienen un impacto negativo y reducen la autoridad de la página a ojos de los motores de búsqueda.

✔ Página 404 configurada correctamente (Si)

¡Buen trabajo! La página de error 404 de tu sitio web está configurada correctamente.

Acerca de este factor SEO:

Una página de error 404 personalizada puede ayudar a mantener a los usuarios en el sitio web. En un mundo perfecto, se debe informar a los usuarios que la página que está buscando no existe, y deben contar con elementos como un mapa de sitio en HTML, la barra de navegación y un campo de búsqueda. Pero lo más importante, una página de error 404 debe devolver un código de respuesta 404. Esto puede sonar obvio, pero por desgracia no es tan raro.

De acuerdo a Google Search Console:

"La devolución de un código diferente al 404 o 410 para una página inexistente ... puede ser problemático. En primer lugar, dice a los motores de búsqueda que hay una página real en esa URL. Como resultado de ello, que la URL puede ser rastreada y su contenido indexado. Debido al tiempo que Googlebot gasta en páginas que no existen, sus URL únicas pueden ser no descubiertas tan rápido o visitadas con la frecuencia, y así la cobertura de rastreo de su sitio puede verse afectada. Recomendamos que siempre se devuelva un 404 (No encontrada) o un código 410 (Ida) en la respuesta a una petición de una página no existente."

✔ Archivo robots.txt (Si)

¡Bien hecho! Un archivo robots.txt está disponible en tu sitio web.

Acerca de este factor SEO:

El archivo robots.txt se rastrea automáticamente por robots cuando llegan a tu sitio web. Este archivo debe contener comandos para robots, tales como las páginas que deben o no deben ser indexadas. Si deseas no permitir la indexación de algunos contenidos (por ejemplo, páginas con contenido privado o duplicado), sólo tiene que utilizar una regla apropiada en el archivo robots.txt. Para más información sobre estas normas, echa un vistazo a <http://www.robotstxt.org/robotstxt.html>.

Por favor ten en cuenta que los comandos ubicados en el archivo robots.txt son más como sugerencias en lugar de reglas absolutas para robots. No hay ninguna garantía de que un robot no comprobará el contenido que tengas anulado.

⚠ Sitemap .xml (No)

No se ha encontrado un sitemap .xml en tu sitio web. Crea un archivo sitemap válido y asegúrate de que es indexado por los motores de búsqueda.

Acerca de este factor SEO:

Un sitemap XML debe contener todas las páginas del sitio web que deseas sean indexadas, y debe estar situado en el sitio web, en una estructura de directorios a poca distancia de la página de inicio (por ejemplo <http://www.sitio.com/sitemap.xml>). En general, sirve para ayudar a la indexación. Debes actualizarlo cada vez que agregues nuevas páginas a tu sitio web. Además, el mapa del sitio debe seguir una sintaxis particular.

El mapa del sitio te permite establecer la prioridad de cada página, diciendo a los motores de búsqueda las páginas que se supone deben rastrearse con más frecuencia (es decir, que se actualizan con más frecuencia). Aprende cómo crear un mapa del sitio .xml en <http://www.sitemaps.org/>.

ⓘ Páginas restringidas para la indexación (7 recursos)

Algunas de las páginas de tu sitio están restringidas para la indexación. Es recomendable comprobar el archivo robots.txt para asegurarte que el contenido relevante es indexado y no está bloqueado por error.

URL recurso	Código estado HTTP	Restricciones Robots
http://seo.esy.es/author/admin/	200 Correcto	No permitido Meta etiqueta noindex
http://seo.esy.es/category/wordpress/	200 Correcto	No permitido Meta etiqueta noindex
http://seo.esy.es/tag/wordpress/	200 Correcto	No permitido Meta etiqueta noindex
http://seo.esy.es/wp-json/	200 Correcto	No permitido Etiqueta x-robots
http://seo.esy.es/wp-json/oembed/1.0/embed?url=http://seo.esy.es/como-crear-un-blog-en-wordpress/	200 Correcto	No permitido Etiqueta x-robots
http://seo.esy.es/wp-json/oembed/1.0/embed?url=http://seo.esy.es/como-crear-un-blog-en-wordpress/&format=xml	200 Correcto	No permitido Etiqueta x-robots
http://seo.esy.es/wp-login.php	200 Correcto	No permitido Meta etiqueta noindex

Acerca de este factor SEO:

Una página puede ser restringida de la indexación de diferentes formas:

- en el archivo robots.txt
- por la etiqueta noindex X-Robots
- por la etiqueta <meta> noindex.

Cada una de ellas es una línea de código HTML que le dice a los motores de búsqueda cómo manejar ciertas páginas del sitio web. Específicamente, la etiqueta dice a los motores de búsquedas si la página está autorizada para su indexación, seguir sus enlaces y/o archivar su contenido. Asegúrate de que las páginas con contenido único y útil están disponibles para su indexación.

✔ Versiones www y no-www corregidas (Si)

¡Buen trabajo! Las versiones "www" y "no-www" de tu sitio web ya están unidas.

Acerca de este factor SEO:

Por lo general, los sitios web están disponibles con y sin "www" en el nombre de dominio. La fusión de ambas URL le ayudará a prevenir que los motores de búsqueda indexen las dos versiones de la página web.

A pesar de que la indexación de las dos versiones no causará una penalización, el establecimiento de uno de ellos como prioridad es una buena práctica, en parte porque ayuda a canalizar el valor SEO de los enlaces a una versión común. Puedes mirar para otro lado o cambiar tu versión principal actual en el archivo .htaccess. Alternativamente, se puede establecer el dominio preferido en Google Search Console.

✔ Páginas con redirección 302 (0 páginas)

¡Buen trabajo! No existen redirecciones 302 en tu sitio web.

Acerca de este factor SEO:

Las redirecciones 302 son temporales, así que no pasan nada de jugo de enlace. Si las utilizas en vez de las 301, los motores de búsqueda continuarán indexando las viejas URLs, y descartarán las nuevas como duplicados. O puede que dividan la popularidad del enlace entre las dos versiones, dañando tus posiciones. Por esto es que no son recomendables si estás moviendo de forma permanente tu contenido. Utiliza una redirección 301 para preservar

todo el jugo de enlace y evitar problemas por contenido duplicado.

i Páginas con redirección 301 (1 páginas)

Existen redirecciones 301 en tu sitio web. Comprueba todas las redirecciones y asegúrate que apuntan a páginas relevantes y que estén configuradas correctamente.

URL página	Página Redirigida	Encontrado en
http://seo.esy.es/?p=643	http://seo.esy.es/como-crear-un-blog-en-wordpress/	1
	Título no encontrado	

Acerca de este factor SEO:

Las redirecciones 301 son permanentes y normalmente son utilizadas para solucionar problemas de contenido duplicado o redirigir ciertas páginas que ya no son necesarias. La utilización de redirecciones 301 es totalmente legítima, y es una buena práctica SEO debido a que las 301 pasan el jugo de enlace de la vieja página a la nueva. Asegúrate de que rediriges tus viejas URLs a la páginas más relevantes.

✓ Páginas con meta refresh (0 páginas)

¡Bien heccho! No se han detectado redirecciones meta refresh en tu sitio web.

Acerca de este factor SEO:

Básicamente, el Meta refresh puede ser visto como una violación de las directrices de calidad de Google y, por tanto, no es recomendable desde el punto de vista SEO. Como uno de los representantes de Google señala: "En general, se recomienda no utilizar el tipo de redirección meta-refresh, ya que esto puede causar confusión entre los usuarios (y los rastreadores de motores de búsqueda, que podrían confundirlo como un intento de redirección)... Esto actualmente no causa ningún problema en relación con el rastreo, indexación, o posicionamiento, pero aún sería una buena idea quitar esto." Es mejor utilizar una redirección 301 en su lugar.

i Páginas con rel="canonical" (2 páginas)

Hay página con etiquetas rel="canonical" en tu sitio web. Por favor comprueba que las etiquetas rel="canonical" están configuradas correctamente.

Página	URL canónica
http://seo.esy.es/ SEO – Todo lo que necesitas saber sobre SEO	http://seo.esy.es/
http://seo.esy.es/como-crear-un-blog-en-wordpress/ Cómo crear un blog en WordPress – Mundo SEO	http://seo.esy.es/como-crear-un-blog-en-wordpress/

Acerca de este factor SEO:

En la mayoría de los casos las URLs duplicadas se gestionan a través de redirecciones 301. Sin embargo, a veces, por ejemplo cuando el mismo producto se presenta en dos categorías con dos URLs diferentes y ambos tienen que estar disponibles, se puede especificar qué página debe ser considerada una prioridad con la ayuda de etiquetas rel="canonical". Debe estar implementado correctamente dentro de la sección <head> e indicar la versión de la página principal que deseas sea posicionada en los motores de búsqueda.

✓ Optimizada móviles (Si)

¡Bien hecho! La página principal de tu sitio web es amigable con los móviles.

Acerca de este factor SEO:

De acuerdo con Google, el algoritmo móvil afecta a las búsquedas desde móviles en todos los idiomas del mundo y tiene un impacto significativo en los resultados de búsqueda de Google. Este algoritmo funciona sobre una base de página por página - no se trata de cómo de amigables son tus páginas para móviles, sino simplemente de saber si nos amigables a móviles o no.

El algoritmo se basa en criterios tales como tamaños pequeños de letra, objetivos de pulsación y enlaces, legibilidad de contenido, punto de vista, etc.

✔ Páginas con código rel="canonical" duplicado (0 páginas)

¡Buen trabajo! Ningunas de las páginas del sitio web tienen código rel="canonical" duplicado.

Acerca de este factor SEO:

El duplicado del rel=canonical en una página sucede con frecuencia por la combinación de plugins SEO que a menudo insertan un rel=canonical por defecto, y posiblemente pasó desapercibido para el webmaster que instaló el plugin. Haz una doble comprobación del código fuente de la página para localizar y corregir el problema.

En caso de múltiples rel=canonical, Google es probable que ignore todos, por lo que tu esfuerzo para evitar problemas de contenido duplicado puede ser inútil.

✔ Páginas con Frames (0 páginas)

¡Bien hecho! Tu sitio web está libre de Frames.

Acerca de este factor SEO:

Los Frames permiten visualizar más de un documento HTML en la misma ventana del navegador. Como resultado, el texto y los hipervínculos (las señales más importantes para los motores de búsqueda) parecen que faltan en este tipo de documentos. Si utilizas Frames, los motores de búsqueda no podrán indexar adecuadamente su contenido valioso.

✔ Páginas demasiado grandes (0 páginas)

¡Buen trabajo! El tamaño del html de cada página de tu sitio web es menor de 256Kb.

Acerca de este factor SEO:

Naturalmente existe una correlación directa entre el tamaño de la página y la velocidad de carga, que de hecho, es uno de los numerosos factores de posicionamiento. Básicamente, las páginas pesadas tardan más en cargar. Es por esto que existe una regla que nos aconseja mantener el tamaño del HTML por debajo de 256 Kb. Por supuesto, no siempre será posible. Por ejemplo, si tienes una página de comercio electrónico con un gran número de imágenes, tendrá a buen seguro más kilobytes, pero esto tendrá un impacto significativo en usuarios con una velocidad de conexión lenta.

⚠ URLs dinámicas (1 páginas)

Se han encontrado URLs dinámicas en tu sitio web. Por favor, revísalas por si puedes corregirlas.

Página

<http://seo.esy.es/?p=643>

Título no encontrado

Acerca de este factor SEO:

Las URLs dinámicas contienen caracteres como "?", "_" y parámetros, no son amigables con el usuario debido a que no son descriptivas y son difíciles de memorizar. Para incrementar las posibilidades de un buen posicionamiento, es mejor configurar las URLs para que sean descriptivas y contengan palabras clave, no números y parámetros. De acuerdo a la Guía de Webmasters de Google, "Las URLs deben ser limpias para una mejor práctica, y no contener caracteres dinámicos".

✔ URLs demasiado largas (0 páginas)

¡Bien hecho! La longitud de todas las URLs de tu sitio web está dentro de los límites recomendables (hasta 115 caracteres).

Acerca de este factor SEO:

Las URLs más cortas de 115 caracteres son más fáciles de leer por los usuarios y los motores de búsqueda, y ayudará a mantener tu sitio web amigable con el usuario.

✔ Enlaces rotos (0 enlaces)

¡Buen trabajo! No hay enlaces rotos salientes en tu sitio web.

Acerca de este factor SEO:

Los enlaces salientes rotos pueden ser una señal de mala calidad para los motores de búsqueda y los usuarios. Si un sitio tiene muchos enlaces rotos, pueden llegar a la conclusión de que no ha sido actualizado desde hace algún tiempo. Como resultado, el posicionamiento del sitio pueda ser afectado.

A pesar de que 1-2 enlaces rotos no causarán una penalización por parte de Google, trata de comprobar regularmente tu página web, repara los vínculos rotos (si lo hay), y asegúrate de que su número no sube. Además, a los usuarios les gustará más tu sitio web si no tienes enlaces rotos que apunten a páginas no existentes.

✔ Páginas con número excesivo de enlaces (0 páginas)

¡Bien hecho! No hay páginas en tu sitio web que tengan más de 100 enlaces salientes.

Acerca de este factor SEO:

Según Matt Cutts (cabeza visible del equipo Webspam de Google), "... todavía hay una buena razón para recomendar mantener a menos de cien enlaces más o menos: la experiencia del usuario. Si usted está mostrando más de 100 enlaces por página, podría ser abrumador para sus usuarios y darles una mala experiencia. Una página puede parecer buena para usted hasta que se pone en el "sombrero del usuario" y ve cómo se ve la página siendo un nuevo visitante". Aunque Google sigue hablando de la experiencia de usuarios, demasiados enlaces en una página también puede hacer daño a tu clasificación. Así que la regla es simple: cuantos menos enlaces en una página, menos problemas con sus posiciones. Así que trata de cumplir con las mejores prácticas y mantén el número de enlaces salientes (internos y externos) por debajo de 100.

✔ Etiquetas título vacías (0 páginas)

¡Bien hecho! Todas las páginas de tu sitio web tienen una etiqueta <title>, y todas las etiquetas título tienen contenido.

Acerca de este factor SEO:

Si la página no tiene un título, o la etiqueta título está vacía (p.e. se verá así en el código: <title></title>), Google y otros motores de búsqueda decidirán qué parte del texto mostrarán como el título de tu página en los listados. De esta forma no tendrás control sobre lo que la gente verá cuando encuentren tu página.

Así pues, cada vez que hagas una página web, no te olvides de crear un título con significado que sea atractivo a los usuarios.

✔ Títulos duplicados (0 páginas)

¡Enhorabuena! Todas las páginas de tu sitio web tienen títulos únicos.

Acerca de este factor SEO:

El título de la página es a menudo tratado como el elemento más importante en la página. Es una señal fuerte de la relevancia para los motores de búsqueda, ya que les dice lo que la página es realmente. Es, por supuesto, importante que el título incluya la palabra clave más relevantes. Pero más que eso, cada página debe tener un título único para asegurar que los motores de búsqueda no tienen problemas para determinar cuál de las páginas del sitio web es relevante para una consulta. Páginas con títulos duplicados tienen menos oportunidades de posicionarse alto. Aún más, si tu sitio tiene páginas con títulos duplicados, esto puede influir negativamente en el posicionamiento de otras páginas.

✔ Títulos demasiado largos (0 páginas)

¡Bien hecho! Todos los títulos de tu sitio web están dentro de los límites recomendables (hasta 70 símbolos).

Acerca de este factor SEO:

Cada página debe tener un título único rico en palabras clave. Al mismo tiempo, debes tratar de mantener las etiquetas de título concisas. Títulos que tengan más de 70 caracteres quedarán cortados por los motores de búsqueda y se verán poco atractivos en los resultados de búsqueda. Incluso si tienes tus páginas en la página 1 en los motores de búsqueda, si tus títulos se acortan o están incompletos, no van a atraer a tantos clics como lo habrían hecho estando de otra manera.

⚠ Meta descripción vacía (1 páginas)

Algunas de tus páginas no tienen meta descripciones. Revisa estas páginas para crear una meta descripción donde sea necesario.

Página

<http://seo.esy.es/como-crear-un-blog-en-wordpress/>

Cómo crear un blog en WordPress –

Mundo SEO

Acerca de este factor SEO:

A pesar de que las meta descripciones no tienen efecto directo en el posicionamiento, son muy importantes, ya que forman parte del fragmento que la gente ve en los resultados de búsqueda. Por lo tanto, las descripciones deben "vender" la página web para los buscadores y animarles a hacer clic en el enlace.

Si la meta descripción está vacía, será el propio motor de búsqueda el que decidirá qué incluir en el fragmento.

✔ Meta descripciones duplicadas (0 páginas)

¡Enhorabuena! Todas las páginas de tu sitio web tienen descripciones únicas.

Acerca de este factor SEO:

Según Matt Cutts, es mejor tener meta descripciones únicas e incluso no tener meta descripciones, que mostrar descripciones duplicadas en sus páginas. Por lo tanto, asegúrate de que tus páginas más importantes tienen descripciones únicas y optimizadas.

✔ Meta descripción demasiado larga (0 páginas)

¡Buen trabajo! Todas las meta descripciones tienen la longitud requerida.

Acerca de este factor SEO:

A pesar de que las meta descripciones no tienen efecto directo en el posicionamiento, son muy importantes, ya que forman parte del fragmento que la gente ve en los resultados de búsqueda. Por lo tanto, las descripciones deben "vender" la página web para los buscadores y animarles a hacer clic en el enlace. Si la meta descripción es demasiado larga, va a quedar cortada por el motor de búsqueda y puede parecer poco atractiva para los usuarios.

Informe creado: nov 15, 2017 por [Seo Posicionamiento web](#)