

# Módulo 3. Herramientas útiles para realizar una auditoría de SEO

## Unidad 3.1 Herramientas útiles para realizar una auditoría de SEO

Una auditoría de SEO tiene varias formas de llevarse a cabo, pero lo que siempre es una constante es que su objetivo es encontrar los errores o carencias de un sitio web en lo que respecta a posicionamiento orgánico y a sugerir formas de mejorar el resultado y su capacidad de desempeño para alcanzar los objetivos.

Para lograr detectar los puntos débiles en un sitio web y poder incluirlos en una auditoría, es necesario utilizar herramientas que ayuden a automatizar parte del proceso. Con esto se logrará tener un trabajo más certero y más rápido a la hora de comenzar a tomar decisiones de optimización. El objetivo de este módulo es mostrar varias herramientas que pueden ayudar a concretar esta meta.

### 3.1.1 Implementación de Google Search Console

Google Search Console es una herramienta de Google con la que se pueden medir y evaluar los resultados de la optimización orgánica ante los resultados propios de Google en distintos tipos de resultados de búsqueda. Google, a través de Search Console, permite tener acceso a la información oficial de primera mano sobre cómo está posicionada cada página de su sitio web, ante qué palabras claves, en qué posiciones está apareciendo, qué páginas tiene Google indexadas y cuáles no, el detalle de errores que pudo detectar, la salud del sitio, su velocidad de carga, los datos estructurados reconocidos (microformatos), la evaluación de las instrucciones planteadas en el archivo “robots.txt” y en “sitemap.xml”, entre otras muchas actividades más.

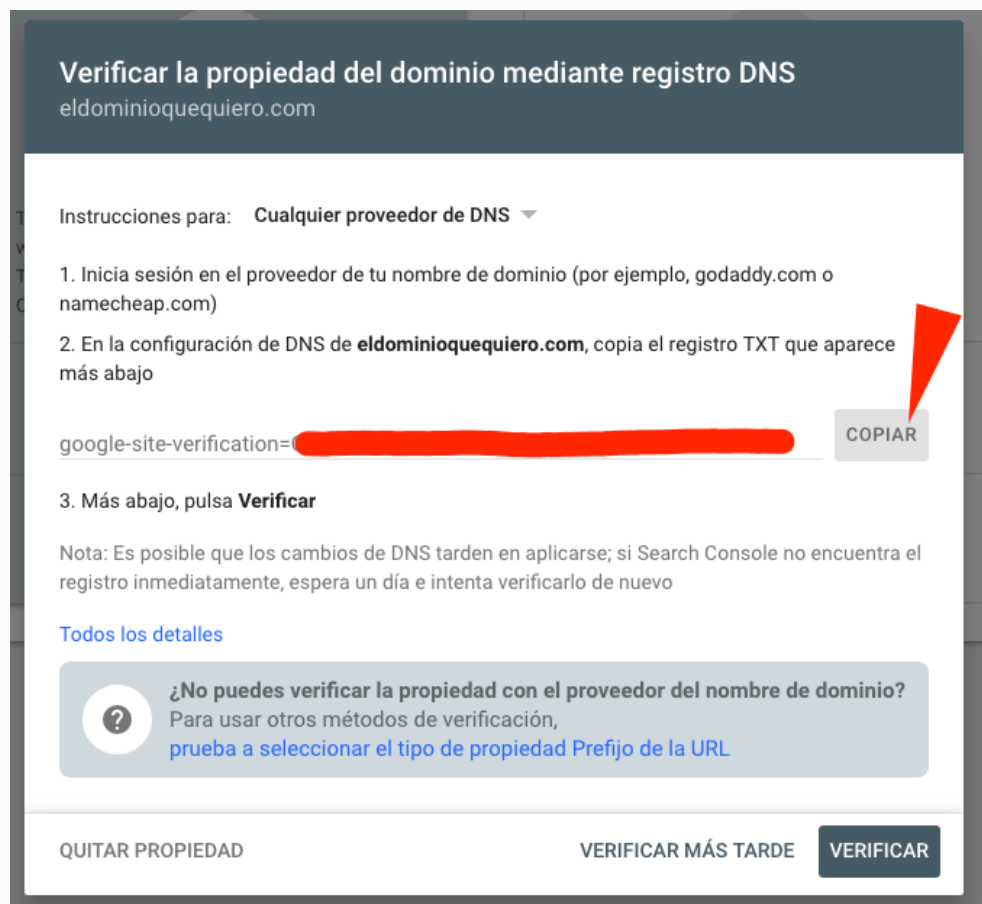
Search Console tiene múltiples virtudes. Con tan solo verificar la propiedad de un sitio web, es posible tener acceso a toda su información y, a diferencia de otras plataformas de análisis de datos, Search Console permite acceder a los últimos tres meses de información desde el primer día que la plataforma es habilitada. Si el sitio está indexado en el buscador de Google, desde el momento en que se habilita el uso de Search Console, se accede a datos históricos de desempeño. Es decir que con esta herramienta se pueden tomar decisiones de optimización importantes con base en datos reales de resultados desde el primer día de uso.

Para acceder a Search Console de Google, hay que ingresar a la siguiente dirección: <https://search.google.com/search-console>

Para validar la propiedad de nuestro sitio web, existen distintas formas. Las más comunes son:

1) **Método 1: validar mediante acceso al DNS del dominio.** Es uno de los métodos más efectivos, pero se necesita trabajarlo en conjunto con el desarrollador web ya que implica configuraciones desde el servicio de DNS.

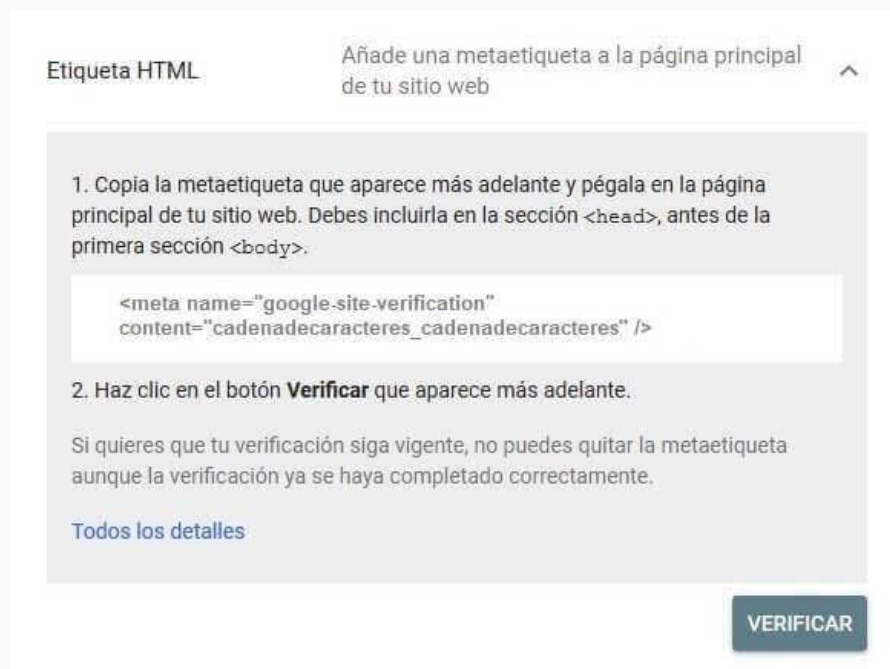
**Figura 1. Validar propiedad mediante DNS**



Fuente: adaptación propia de captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

**2) Mediante el código HTML:** subir una etiqueta HTML a la *home* del sitio. Esta metodología consiste en colocar, a través de la edición del código HTML, una etiqueta de HTML al inicio de la etiqueta *head*. Para ello es necesario solamente copiar y pegar la etiqueta que Google indica en la configuración de Search Console para validar el sitio.

**Figura 2. Validar propiedad mediante etiqueta HTML**



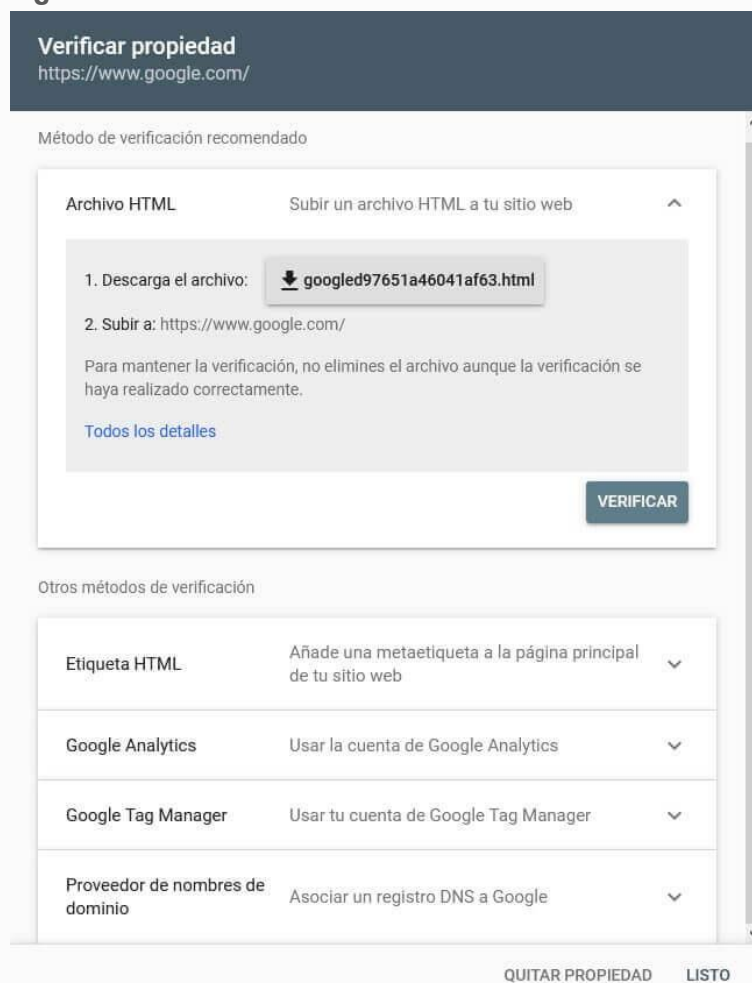
Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

En este caso, el código HTML de la *home* del sitio debería quedar con una estructura parecida a la siguiente:

```
<html>
<head>
<metaname="google-site-verification"
content="PDTmf52bblybaU8G25ZBei7fh4p0NT9gu*****" />
<title> Mi título </title>
</head>
<body>
contenido de la página
</body>
</html>
```

**3) Subir un archivo HTML al servidor del sitio.** Esto consiste en tomar un archivo HTML y subirlo al servidor (*hosting*) donde está almacenado nuestro sitio web. Con este archivo subido, se coloca una dirección específica (provista automáticamente por Google Search Console) para que la validación se mantenga activa.

**Figura 3. Validar sitio web en Search Console con un archivo HTML**

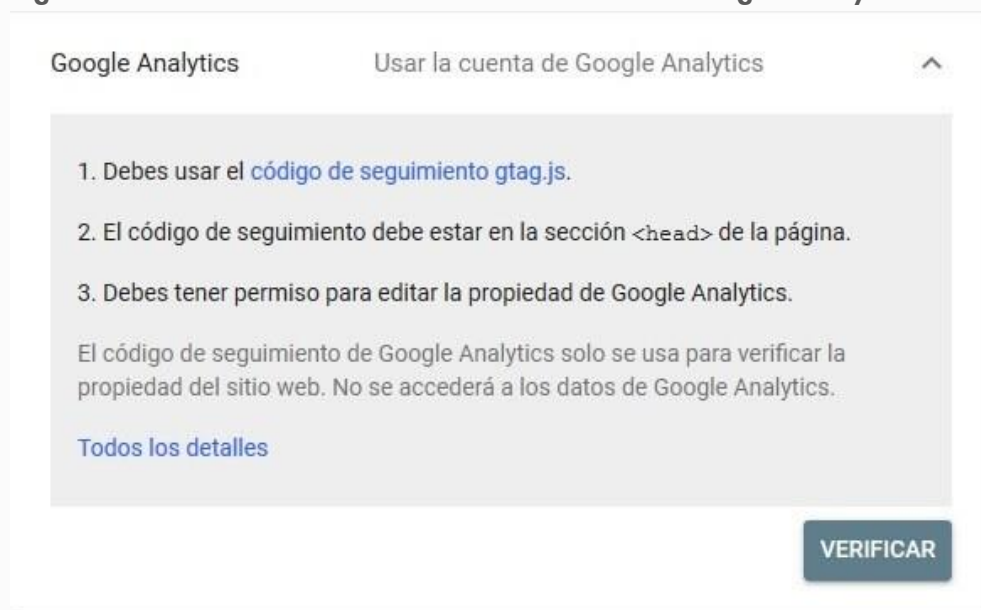


Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

Este archivo únicamente contiene un código de validación que utilizará Search Console para determinar que efectivamente ese sitio web sea de la persona que está solicitando acceso a la información.

**4) Mediante Google Analytics.** Si el sitio web ya utiliza la herramienta Google Analytics como plataforma de medición y analítica web, ese mismo código puede ser utilizado para validar los datos en Search Console. Automáticamente, Search Console detectará que el código ya está colocado en el sitio web y lo verificará.

**Figura 4. Validar sitio web en Search Console con Google Analytics**



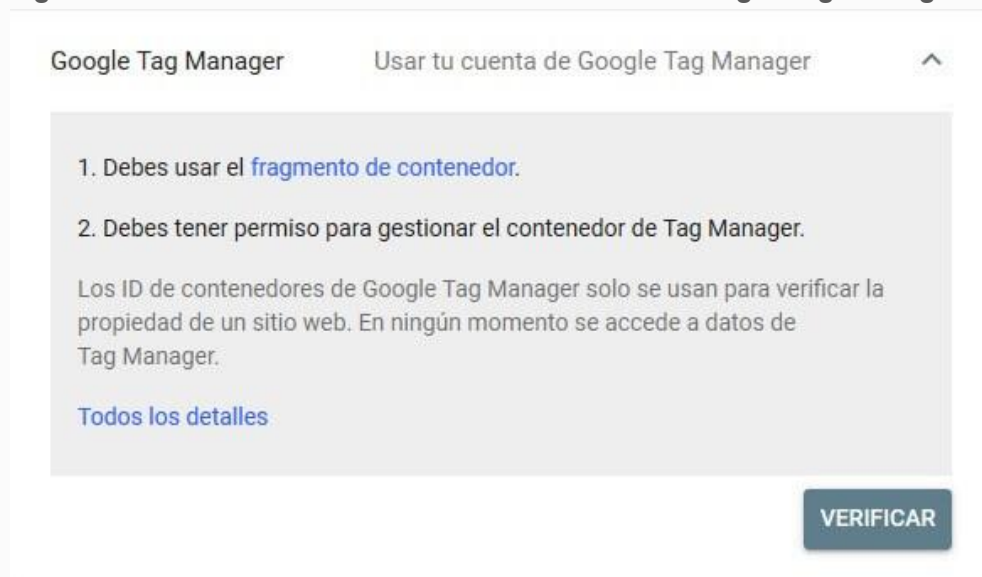
Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

**Importante:** para lograr la validación con el método de Google Analytics, es necesario cumplir con varios puntos previos:

- El usuario Google con el que se está creando Search Console debe ser administrador de la cuenta de Google Analytics con la que se desea validar el sitio.
- El código con el que esta validación podrá ser aplicada debe ser la versión asincrónica de Google Analytics.
- El código de Google Analytics debe estar colocado dentro de la etiqueta `<head>` de la página de inicio.
- Google Analytics no debe estar implementado con Google Tag Manager. Si este fuera el caso, será necesario elegir el siguiente método de validación.

**5) Mediante Google Tag Manager.** Si el sitio web ya utiliza la herramienta Google Tag Manager como plataforma de manejo de *tags*, Search Console detectará el código que está colocado en el sitio web de manera automática y lo verificará.

**Figura 5. Validar sitio web en Search Console con Google Tag Manager**



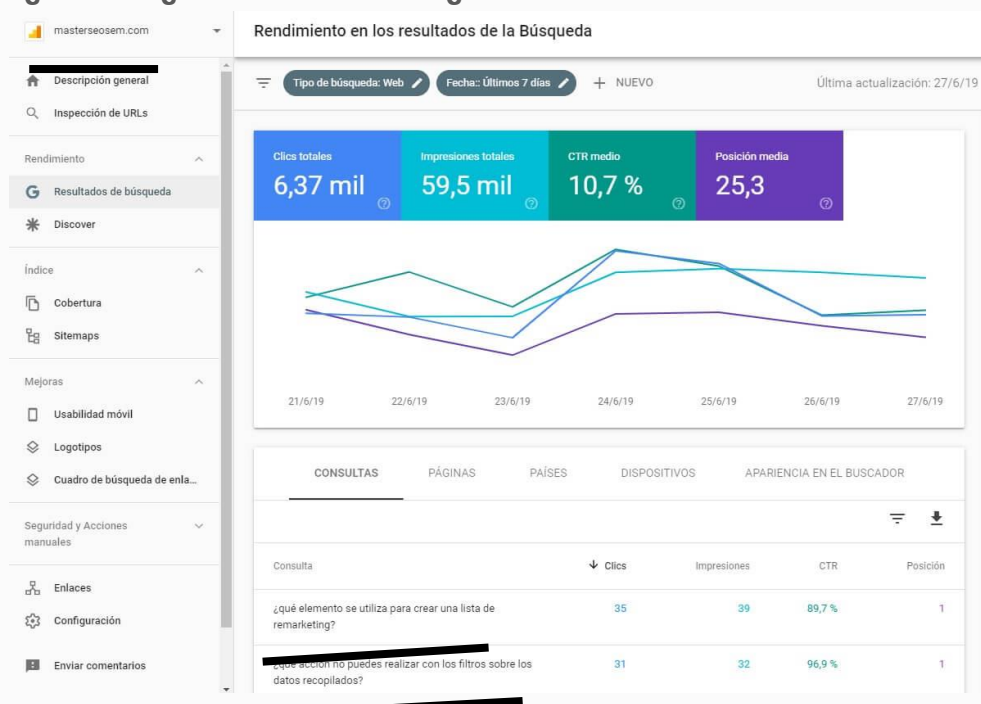
Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

**Importante:** para lograr la validación con el método de Google Tag Manager, es necesario cumplir con algunos requisitos previos:

- El usuario Google con el que se está creando Search Console debe ser administrador de la cuenta de Google Tag Manager con la que se desea validar el sitio.
- El código de Google Tag Manager utilizado debe ser el que ya tiene un extracto del código que se coloca dentro de la etiqueta <head>.

Podemos validar nuestro sitio web en Search Console de Google con cualquiera de los métodos anteriores para obtener información del desempeño orgánico que está teniendo nuestro sitio inmediatamente.

Figura 6. Página de inicio de Google Search Console



Fuente: adaptación propia de captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

### 3.1.2 Herramientas de diagnóstico de SEO

En una auditoría, Search Console y Google Analytics serán claves en el diagnóstico de la situación actual. Sin embargo, el máximo provecho se obtendrá al combinarlas con otras herramientas disponibles y muy populares entre los expertos en SEO de todo el mundo. Veamos cada una de ellas de acuerdo a la etapa de análisis en la que nos encontremos.

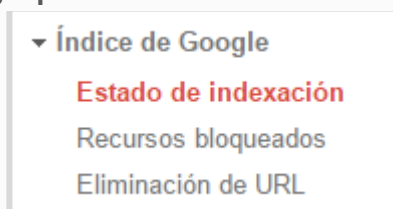
#### 3.1.2.1 Herramientas para el análisis de la indexación y el rastreo

##### Search Console

**Análisis de cobertura y estado de indexación:** Search Console detalla cuál es el estatus de las páginas encontradas de nuestro sitio y si se logró agregarlas al índice o no.

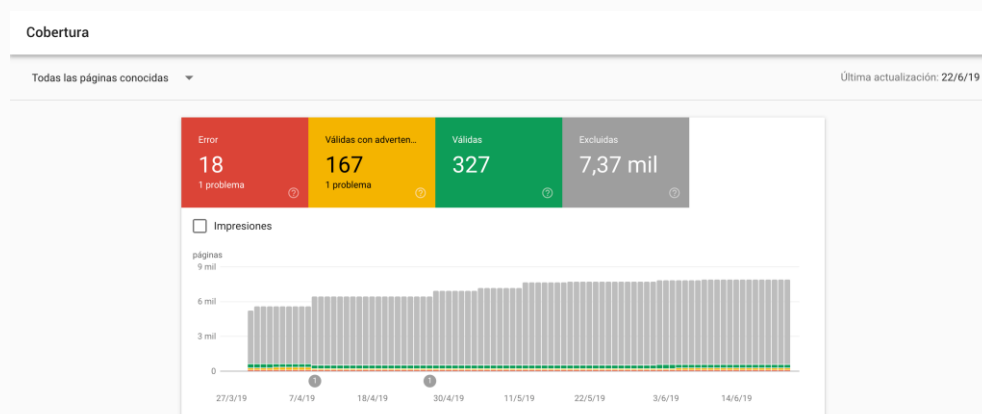
De ser necesario, se detallan también los impedimentos encontrados de páginas que no hayan podido ser indexadas para que el profesional de SEO pueda corregirlas. En el menú también se encontrarán reportes de recursos que se encuentren bloqueados o de URL excluidas manualmente del índice.

**Figura 7. Índice de Google para la indexación en Search Console**



Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

**Figura 8. Análisis de cobertura en Search Console**



Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

## Screaming Frog

### Estado de indexación

Como alternativa, con Screaming Frog podemos ver en la columna de “indexabilidad” el estado de cada página. Sin embargo, Search Console resulta más que suficiente en este aspecto.

Figura 9. Análisis de sitio en Screaming Frog

	Address	Content	Status Code	Status	Indexability	Indexability Status
1	https://ernestogustamante.com/	text/html; charset=UTF-8	200	OK	Indexable	
2	https://ernestogustamante.com/wp-content/plugins/easy-table-of-contents/ass...	text/css	200	OK	Indexable	
3	https://ernestogustamante.com/wp-includes/js/jquery/jquery-migrate.min.js?ve...	application/javascript	200	OK	Indexable	
4	https://ernestogustamante.com/wp-content/themes/uncode/library/css/style.css	text/css	200	OK	Indexable	
5	https://ernestogustamante.com/wp-includes/js/jquery/jquery.js?ver=1.12.4	application/javascript	200	OK	Indexable	
6	https://ernestogustamante.com/wp-content/uploads/2016/09/logo-auiacm-curs...		0	Blocked by robots.txt	Non-Indexable	Blocked by robots.txt
7	https://ernestogustamante.com/wp-content/plugins/contact-form-7/includes/cs...	text/css	200	OK	Indexable	
8	https://ernestogustamante.com/contacto	text/html; charset=iso-8859-1	301	Moved Permanently	Non-Indexable	Redirected
9	https://ernestogustamante.com/wp-content/themes/uncode/library/css/style-cu...	text/css	200	OK	Indexable	
10	https://ernestogustamante.com/wp-content/themes/uncode/library/js/min/init.m...	application/javascript	200	OK	Indexable	
11	https://ernestogustamante.com/mejor-hosting-wordpress/	text/html; charset=UTF-8	200	OK	Indexable	
12	https://ernestogustamante.com/wp-includes/js/mediaelement/mediaelement-a...	application/javascript	200	OK	Indexable	
13	https://ernestogustamante.com/wp-content/themes/uncode/library/css/uncode...	text/css	200	OK	Indexable	
14	https://ernestogustamante.com/wp-content/themes/uncode/library/js/min/app...	application/javascript	200	OK	Indexable	
15	https://ernestogustamante.com/wp-content/plugins/kik-star-ratings/js.min.js?ve...	application/javascript	200	OK	Indexable	

Fuente: captura de pantalla del software de Screaming Frog (Screaming Frog, 2017).

### 3.1.2.2 Herramientas para el análisis de contenido: keywords y CTR

#### Análisis de contenido:

- **Siteliner: contenido duplicado interno.**

Este aspecto no se logra cubrir desde herramientas de Google, por lo que recomendamos tener Siteliner entre los recursos prioritarios para la auditoría.

<https://www.siteliner.com/>

- **Copyscape: contenido plagiado.**

Es similar a Siteliner, pero releva el contenido con otros dominios.

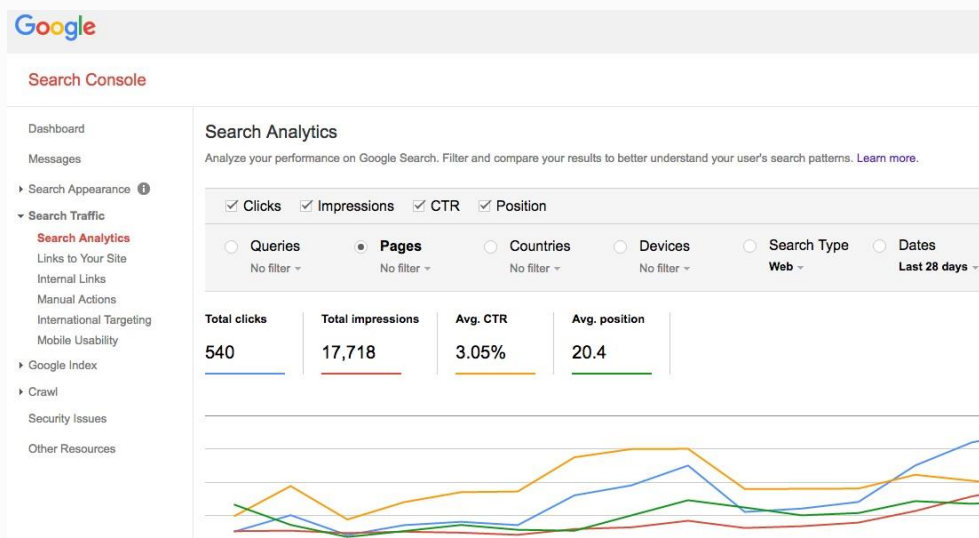
<https://www.copyscape.com/>

#### CTR y análisis de keywords

- **Search Console.**

Search Console ofrece una visualización del rendimiento de nuestro sitio en SERP, conociendo la tasa de clics y la posición promedio por *keyword*/página.

**Figura 10. Analítica de búsqueda en Search Console**



Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google, 2020).

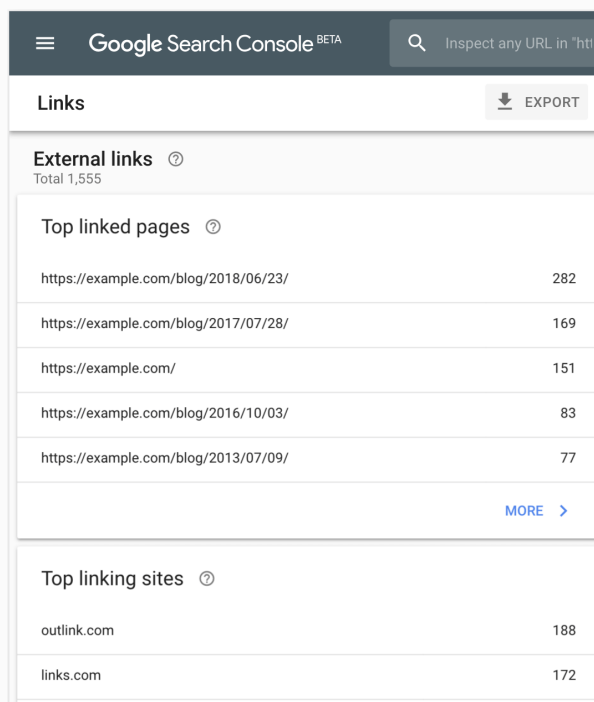
- **Google Analytics.**

Desde el apartado de fuentes de ingreso de Google Analytics, se puede conocer las *keywords* que trajeron tráfico y las *landing pages* más importantes (junto al comportamiento del usuario).

### 3.1.2.3 Herramientas para el análisis de enlaces y relevancia de dominio

**Google Search Console:** con GSC (Google Search Console) podemos conocer el estado de todos los enlaces entrantes y hasta obtener detalles de errores de *backlinks* por dominio.

**Figura 11. Analítica de enlaces entrantes en Search Console**

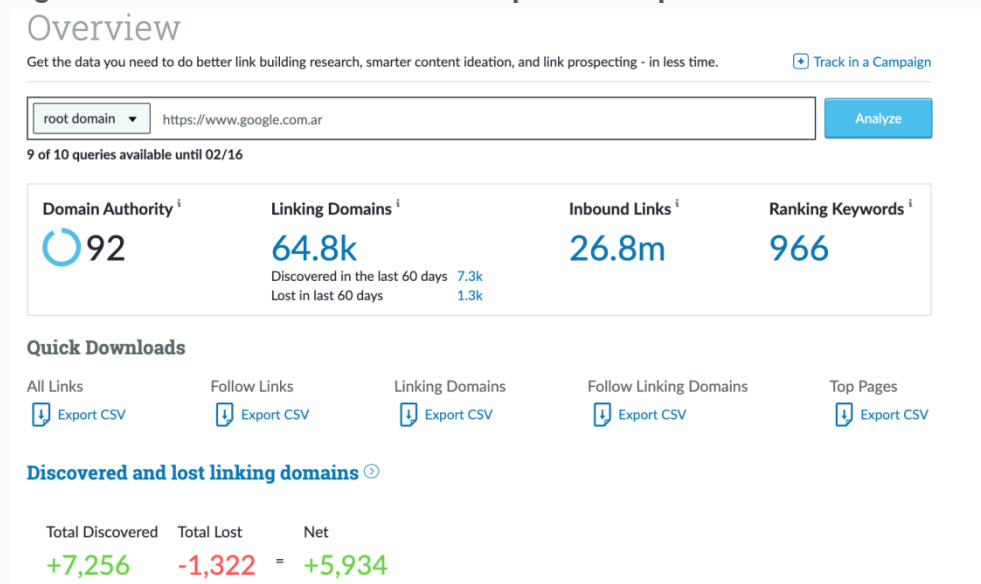


Fuente: captura de pantalla del software de Google Search Console (Google Inc., 2020).

**Open Site Explorer (de pago):** esta herramienta de MOZ nos permite relevar el dominio y los enlaces entrantes, clasificándolos según su autoridad.

<https://moz.com/link-explorer>

**Figura 12. Resultado de análisis de Open Site Explorer**



Fuente: captura de pantalla del software de Open Site Explorer (MOZ, 2020).

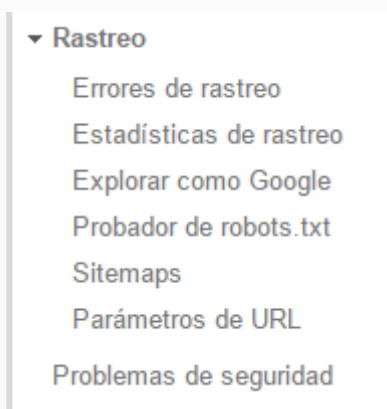
### 3.1.3 Herramientas de *testing* y evaluación de *performance*

#### Google Search Console

Problemas de rastreo: este menú contiene reportes que muestran cualquier tipo de error que Google identifique a la hora de rastrear (*crawlear*) el sitio con sus robots *spiders*. A la vez, nos brinda algunas sugerencias para solucionar los problemas encontrados. Con estos reportes, es posible acceder a:

- Las URL que generaron algunos errores 404 o 500 y que deben ser solucionados.
- Estadísticas de las páginas suministradas a Google a través del *sitemap* y cantidad de páginas que fueron útiles para la indexación.
- Detalles sobre cantidad de páginas y cantidad de *kilobytes* que son rastreados por día, así como la frecuencia con la que Google *crawlea* el sitio.
- Permite explorar el sitio web simulando la forma en la que Google lo ve.
- Posibilita realizar una validación de las páginas bloqueadas o suministradas por “robots.txt” y “sitemap.xml”.
- Determina si hay parámetros irrelevantes en las URL. Además, podemos identificar problemas de seguridad que afectan al sitio y a los usuarios que navegan en él.

Figura 13. Problemas de rastreo en Search Console



Fuente: captura de pantalla de Google Search Console (Google, 2020).

Además de las herramientas internas de Search Console, existen otras herramientas gratuitas de Google que nos permitirán apoyarnos en el

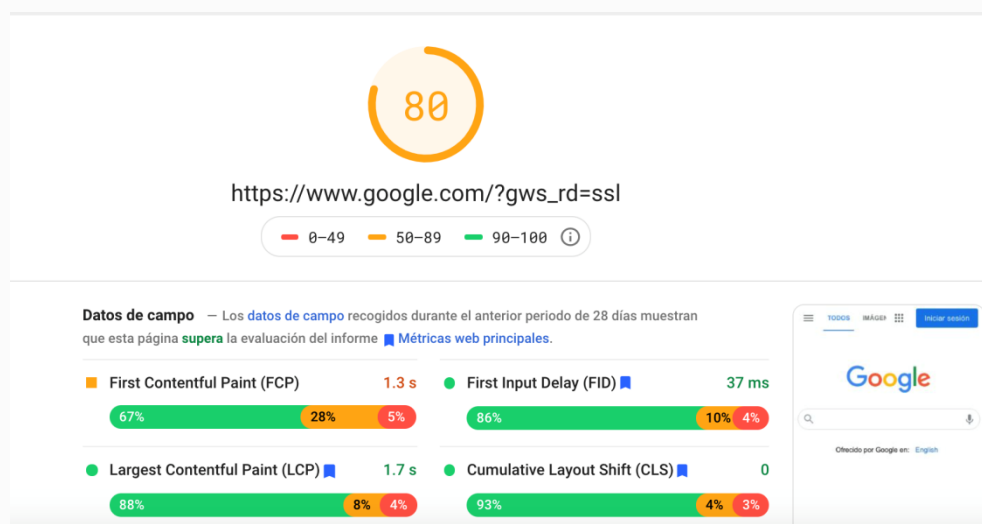
relevamiento de las pruebas y en la evaluación de distintos elementos importantes para la relevancia orgánica. Algunos ejemplos importantes son los siguientes:

### Google Page Speed Insights

Esta es la herramienta de pruebas para conocer la velocidad de carga de una página web. Solamente es necesario colocar la URL en la casilla de análisis y Google realizará el test para determinar cuán rápido carga una página. Además, la herramienta ofrece sugerencias pertinentes para mejorar en este aspecto.

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=es>

**Figura 14. Google Page Speed Insights**



Fuente: captura de pantalla de Google Page Speed Insights (Google, 2020).

Hay que recordar que hoy en día la velocidad de carga de un sitio web es uno de los principales factores que se ponderan para determinar su calidad y relevancia orgánica, principalmente desde dispositivos móviles.

### Google Mobile Friendly Test

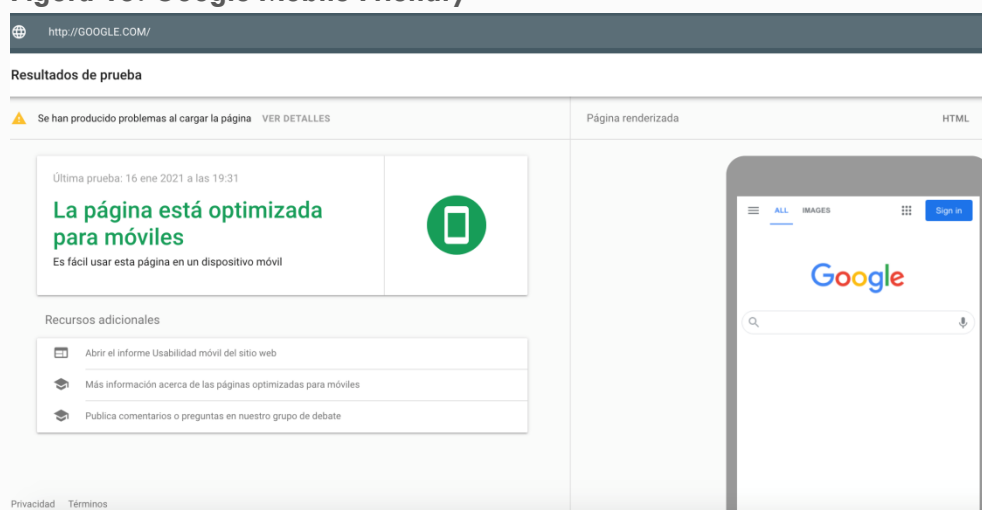
Esta herramienta oficial de Google permite evaluar, desde el punto de vista del buscador de Google, si un sitio web cumple con lo indispensable para ser amigable con dispositivos móviles. Esto se da a conocer a partir de que Google comienza a cambiar su ponderación orgánica y premia a los sitios que sí cumplen

con las capacidades de adaptarse a dispositivos *mobile* y *tablet* para brindar una mejora considerable en la experiencia del usuario.

Al activar una evaluación con Google Mobile Friendly, se podrá tener una visualización de cómo los *crawlers* de Google visualizan el sitio y qué elementos deben corregirse u optimizarse para que la experiencia del usuario sea apropiada desde dispositivos móviles. Con ello se logrará una mejor ponderación en la relevancia orgánica y una mejor tasa de conversión.

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

**Figura 15. Google Mobile Friendly**



Fuente: captura de pantalla de Google Mobile Friendly (Google, 2020).

**Con estos recursos gratuitos se puede realizar una auditoría de SEO muy bien detallada sin necesidad de acudir a herramientas costosas.**

### 3.1.4 Monitoreo de SEO

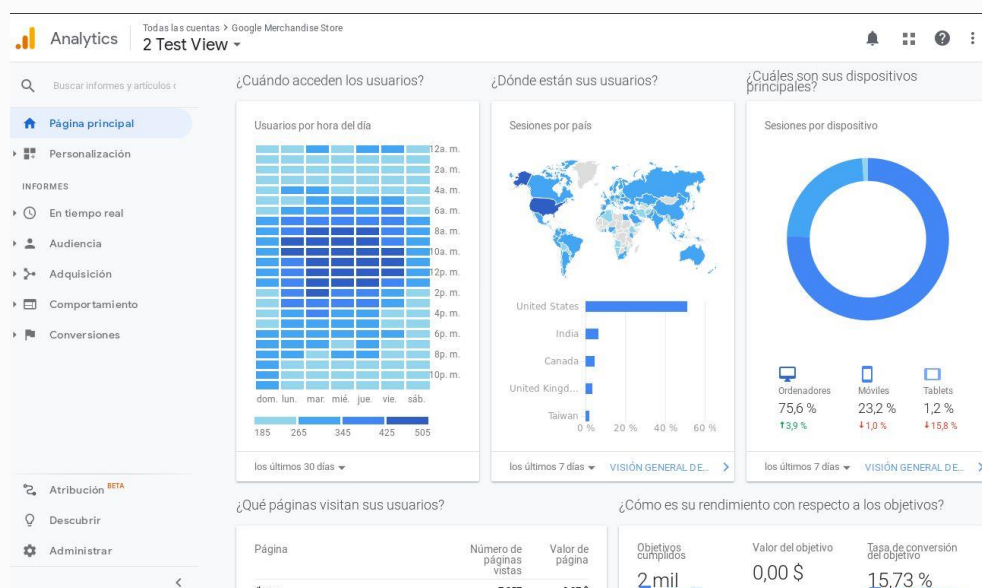
Además de las herramientas oficiales de Google, también existen otras que pueden brindar una gran experiencia para el profesional SEO que posea la necesidad de mantener el control de la evolución de sus resultados. Hay buena parte de las actividades de monitoreo que ya se realizan en los reportes descritos anteriormente en Search Console, aunque la limitación está en que solamente se puede tener almacenado hasta un máximo de tres meses de información dentro de la herramienta.

## Google Analytics

Como complemento a los datos arrojados en Search Console, tenemos a Google Analytics. Esta plataforma es vital en el trabajo de monitoreo mensual. Con Google Analytics vamos a analizar:

- Ingresos (visitas) por tráfico orgánico.
- Palabras claves con las que ingresaron y sus respectivas páginas de destino.
- Páginas de salida de esas visitas.
- Conversiones y eventos de cada uno de esos usuarios.
- Realizar un seguimiento de todas aquellas conversiones de usuarios que alguna vez conocieron nuestro sitio desde resultados orgánicos (conversiones asistidas por tráfico orgánico).

Figura 16. Google Analytics



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (Google Inc., 2020).

## Rank Checker: para el posicionamiento de keywords

Para conocer el posicionamiento de nuestro sitio de acuerdo a determinadas keywords, recomendamos extensiones del navegador gratuitas como **Rank Checker** (<http://tools.seobook.com/firefox/rank-checker/>).

Esta herramienta puede agregarse como extensión de Chrome o Firefox. Solo se necesita ingresar las *keywords* y el dominio a relevar, junto con el idioma y la región geográfica.

Los resultados son muy rápidos y, por lo general, bastante precisos.

**Figura 17: Ejemplo de keywords con Rank Checker**

main	Keyword	Google.com	Yahoo (Unit...
:kerize.com	rap lyrics transla...	14	crackerize.com/
:kerize.com	rap lyrics explain...	-	-
:kerize.com	rap lyrics meani...	-	-
:kerize.com	rap lyrics transla...	21	crackerize.com/
:kerize.com	rap song transla...	164	crackerize.com/
:kerize.com	rap songs transl...	99	crackerize.com/
:kerize.com	rap translation	-	-
:kerize.com	rap translations	-	98
:kerize.com	rap translator	-	http://cracke
:kerize.com	translate rap lyrics	12	crackerize.com/
:kerize.com	translate rap son...	69	crackerize.com/
:kerize.com	translated rap ly...	16	crackerize.com/
:kerize.com	hip hop translati...	-	-

Fuente: captura de pantalla de Rank Checker (Firefox, 2020).

## MOZ: monitoreo integral

Existen otras herramientas que permiten mantener un monitoreo eficaz y mucho más amplio. Estas herramientas ayudan a mantener un trabajo eficiente y actualizado de la optimización de cada sitio web que se desee ajustar para lograr mejores resultados de negocio y lograr con ello un salto cualitativo en la capacidad de adquisición de nuevos potenciales clientes.

Una de estas herramientas es MOZ. Su servicio de Moz Pro utiliza un gran abanico de elementos que permiten trabajar mejoras en todos los detalles necesarios para una estrategia de SEO.

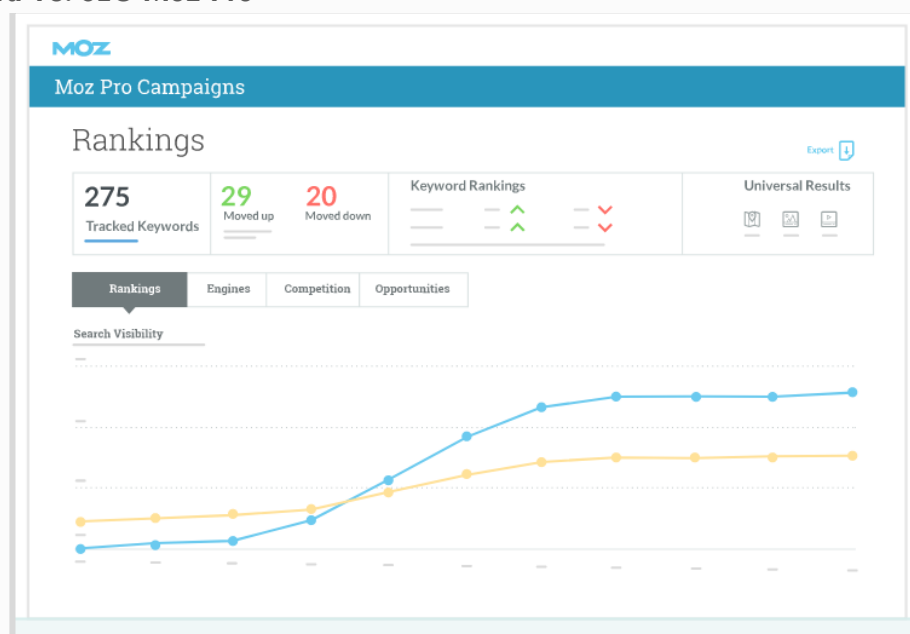
Algunos de los principales atributos de Moz Pro son:

1. **Rankings:** mantiene el monitoreo de cada página y cada palabra clave en la que se está posicionando tanto en Google como en Bing y Yahoo. Evalúa tanto la visibilidad como la competencia con la que se presenta.
2. **Keyword research:** Moz Pro tiene una de las principales herramientas de búsqueda e investigación de palabras clave. Permite evaluar el potencial

de cada una y nos ayuda a determinar cómo aplicarlas al contenido y a los elementos de código propios del sitio que se desea optimizar.

3. **Link explorer:** este elemento permite descubrir y optimizar las tácticas de *link building* y la forma en que las páginas de nuestro sitio ganan enlaces en distintas ubicaciones.
4. **Site crawl:** es un emulador de *crawler* que permite hacer un chequeo completo del sitio para determinar qué elementos deben ser corregidos. En sus funciones es similar a lo que se puede hacer con Screaming Frog.
5. **Page optimization:** este elemento se mantiene en constante revisión de las tendencias de búsqueda para hacer sugerencias de nuevo contenido que puede tener buenos resultados en términos de posicionamiento orgánico.

Figura 18: SEO Moz Pro



Fuente: captura de pantalla de Moz Pro (MOZ, 2017).

## Conceptos clave

- Para que una auditoría de SEO sea efectiva y rápida, es necesario automatizar parte del proceso. Herramientas como Google Search Console serán de vital importancia en esta tarea.
- Google Search Console permite que los propietarios de sitios web puedan acceder a la información sobre cómo Google percibe nuestro sitio web y qué resultados está teniendo orgánicamente.
- Herramientas como Google Page Speed Insights y Google Mobile Friendly Test son parte fundamental del día a día de un profesional SEO para poder

determinar los puntos que haya que mejorar en tiempo de carga y optimización para *mobile*.

- Moz Pro es una de las herramientas más populares en el mundo para realizar monitoreo de distintos tipos de SEO.

# Referencias

**Google** (2020). Google Analytics [Software]. Estados Unidos: Google, LLC.

**Google** (2020). Mobile Friendly [Software]. Estados Unidos: Google, LLC.

**Google** (2020) Search Console [Software]. Estados Unidos: Google, LLC.

**Moz Pro** (2017) MOZ [Software]. Estados Unidos: MOZ Company.

**Open Site Explorer** (2020). MOZ [Software]. Estados Unidos: MOZ Company.

**Page Speed Insights** (2020). Page Speed Insights [Software]. Estados Unidos: Google, LLC.

**Screaming Frog** (2017). Screaming Frog [Software]. Inglaterra: Screaming Frog.