

# 1.- Qué es Google Search Console y para qué sirve

Google Search Console, anteriormente conocida como Google Webmaster Tools, es una herramienta gratuita que Google pone a nuestra disposición y que sí o si tienes que tener controlada si tienes una web.

¿Por qué? Porque es **el mismo Google el que te está aportando información sobre el estado de tu web** y te está alertando sobre posibles problemas. Teniendo esto en cuenta, habrá que prestar atención a toda esa información que nos permitirá mejorar el rendimiento de nuestra web y ahorrarnos problemas con Google, ¿no? ¡Pues sí!

Puede que en algunos casos la información que nos ofrezca Search Console no sea tan completa como la que pueden ofrecernos otras herramientas de pago, pero es GRATIS y viene del mismo Google.

Puedes considerar Search Console como tu **herramienta de comunicación con Google**, porque será aquí donde el buscador te alerte de posibles problemas, de posibles penalizaciones y de todo aquello que no te está ayudando.

Iremos viendo paso a paso toda la información que te aporta Search Console, pero de momento quédate con que esta herramienta para webmasters de Google te puede ayudar a:

- 
- 
- 
- - Verificar que el rendimiento de tu sitio web es el adecuado
  - Detectar posibles problemas que estén afectando a tu sitio web
  - Conocer cómo Google valora el estado de tu sitio web
  - Analizar el rendimiento de tu tráfico orgánico

## 2.- Cómo empezar a usar Google Search

### Console

Vamos a ver ahora qué es lo que tienes que hacer para empezar a usar Google Search Console (Google Webmaster Tools):

#### 2.1 Accede con tu cuenta de Google o crea una nueva

Para acceder a Google Search Console sólo necesitas tener **una cuenta en cualquiera de los servicios de Google**, ya sea Gmail, Analytics o la que sea.

Si ya tienes una cuenta en Google, simplemente tendrás que loguearte para entrar y accederás directamente a Search Console.



# Una cuenta. Todo Google.

Inicia sesión para ir a Google Search Console



Siguiente

[Encontrar mi cuenta](#)

Si no la tienes, ha llegado el momento de crear una. Esto te llevará unos segundos.

# Crea tu cuenta de Google

Solo necesitas una cuenta

Accede a todos los servicios de Google con una cuenta gratuita.



Tu información siempre disponible

Cambia de dispositivo y continúa desde la última acción que hayas realizado.



**Nombre**

**Nombre de usuario**  
 @gmail.com

[Prefiero utilizar mi dirección de correo electrónico actual](#)

**Contraseña**

**Confirma tu contraseña**

**Fecha de nacimiento**  
Día  Mes  Año

**Sexo**  
Selecciona tu género

**Teléfono móvil**

**Tu dirección de correo electrónico actual**

## 2.2 Añadir un sitio web

Una vez hayas accedido a Google Search Console, lo primero es añadir tu sitio web.

Search Console Help Settings

**Home**  
All Messages  
Other Resources

### Welcome to Search Console

Get the data, tools, and diagnostics needed to create and maintain Google-friendly websites and mobile apps. To get started, just add your site or app now.

Website

Here are some of the things you can do once you add your property:

- Analyze clicks from Google Search. [Learn more.](#)
- Get alerts for critical errors or issues. [Learn more.](#)
- Test whether Google can successfully understand your content. [Learn more.](#)

## 2.3 Verificar la propiedad del sitio web

A continuación, la herramienta te solicitará que verifiques la propiedad del sitio web.

Para ello, tienes varios caminos. Pero lo más sencillo es seguir el método que Google te marca como recomendado.

Verify your ownership of <https://unareceta.com/>. [Learn more.](#)

**Recommended method**    Alternate methods

**Recommended: HTML file upload**

Upload an HTML file to your site.

1. **Download** [this HTML verification file](#). [google3de5272501609e32.html]
2. **Upload** the file to <https://unareceta.com/>
3. **Confirm** successful upload by visiting <https://unareceta.com/google3de5272501609e32.html> in your browser.
4. **Click** Verify below.

To stay verified, don't remove the HTML file, even after verification succeeds.

I'm not a robot

 reCAPTCHA  
Privacy - Terms

**VERIFY**    Not now

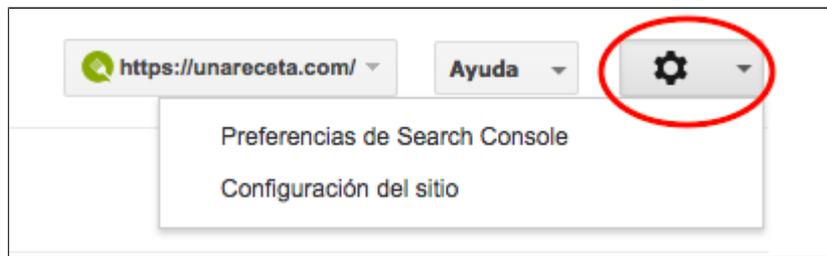
Simplemente tendrás que descargarte el fichero HTML que te indica, subirlo a tu sitio web, confirmar que se ha subido correctamente y hacer click en verificar. Ya lo tienes.

## 2.4 Configuración de Search Console

Pasamos ahora a configurar ciertos aspectos que ya se quedarán guardados para tu tranquilidad y comodidad.

En cualquier momento puedes modificar esta configuración.

Para ello, vete a la ruedecita que verás en la parte superior a la derecha. Si clicas, verás que se despliegan dos opciones: Preferencias de Search Console y Configuración del Sitio.



En **Preferencias de Search Console** tienes la opción de suscribirte para recibir las notificaciones directamente en tu email. Altamente recomendado para que puedas enterarte inmediatamente de cualquier novedad importante el estado de tu web.



En **Configuración del Sitio**, deberás indicar un dominio preferido y establecer la frecuencia de rastreo.



## 2.5 Cómo enviar el Sitemap

Otro punto importante que deberías dejarte hecho desde el principio es enviar el sitemap de tu sitio web a Google.

Si no lo tienes, es el momento de crearlo. No es obligatorio pero sí MUY RECOMENDABLE.

¿Por qué? Porque se trata de **ponérselo fácil a Google para que rastree e indexe las páginas de tu sitio web** para que pueda mostrarlas en sus resultados de búsqueda. Y el

sitemap es como un mapa de tu sitio web que permitirá a [las arañas web](#) del buscador rastrear más directamente todas las páginas que te interesa indexar.

Si trabajas con WordPress puedes generar fácilmente tu sitemap en tu sitio web con los plugins [Google XML Sitemaps](#) o [Yoast SEO](#)

## Mapas del sitio XML - Yoast SEO

Funcionalidad de mapa del sitio XML

**Activado** Desactivado

General Tipos de contenido Entradas excluidas Taxonomías

[? Centro de ayuda](#)

---

### Tu mapa del sitio XML

Puedes encontrar tu mapa del sitio XML aquí: [Mapa del sitio XML](#)

No necesitas generar el mapa del sitio en XML, tampoco tomará tiempo generarlo después de publicar una entrada.

### Entradas por cada página del mapa del sitio

Por favor, introduce el número máximo de entradas por página de mapa del sitio (predeterminado 1000, igual puede que quieras reducir esto para evitar problemas de memoria en algunas instalaciones)

Máxima cantidad de entradas por mapa del sitio:

**Guardar cambios**

Una vez creado tu sitemap, deberás acceder a la sección **RASTREO – Sitemaps** de Search Console para gestionarlo desde ahí.

Panel de control

Mensajes (3)

- ▶ Apariencia en el buscador
- ▶ Tráfico de búsqueda
- ▶ Índice de Google
- Rastreo**
  - Errores de rastreo
  - Estadísticas de rastreo
  - Explorar como Google
  - Probador de robots.txt
  - Sitemaps**
  - Parámetros de URL
- Problemas de seguridad
- Otros recursos

## Sitemaps

Mis sitemaps (0) Todos (1)

### Contenido de los sitemaps

Todos los tipos de contenido

	Páginas web	Images
Enviado	3.370	3.230
Indexadas	3.305	3.054

Categoría	Enviado	Indexadas
Web	3.370	3.305
Images	3.230	3.054

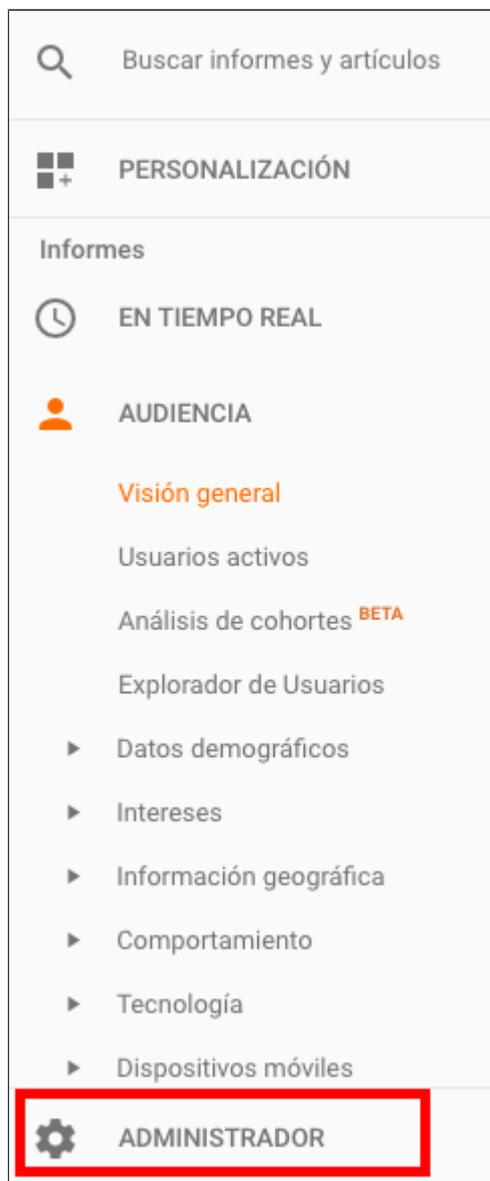
Más adelante, volveremos a los sitemaps. Lo importante aquí es que lo tienes creado y añadido en Google Search Console.

## 3.- Cómo vincular Search Console con Analytics

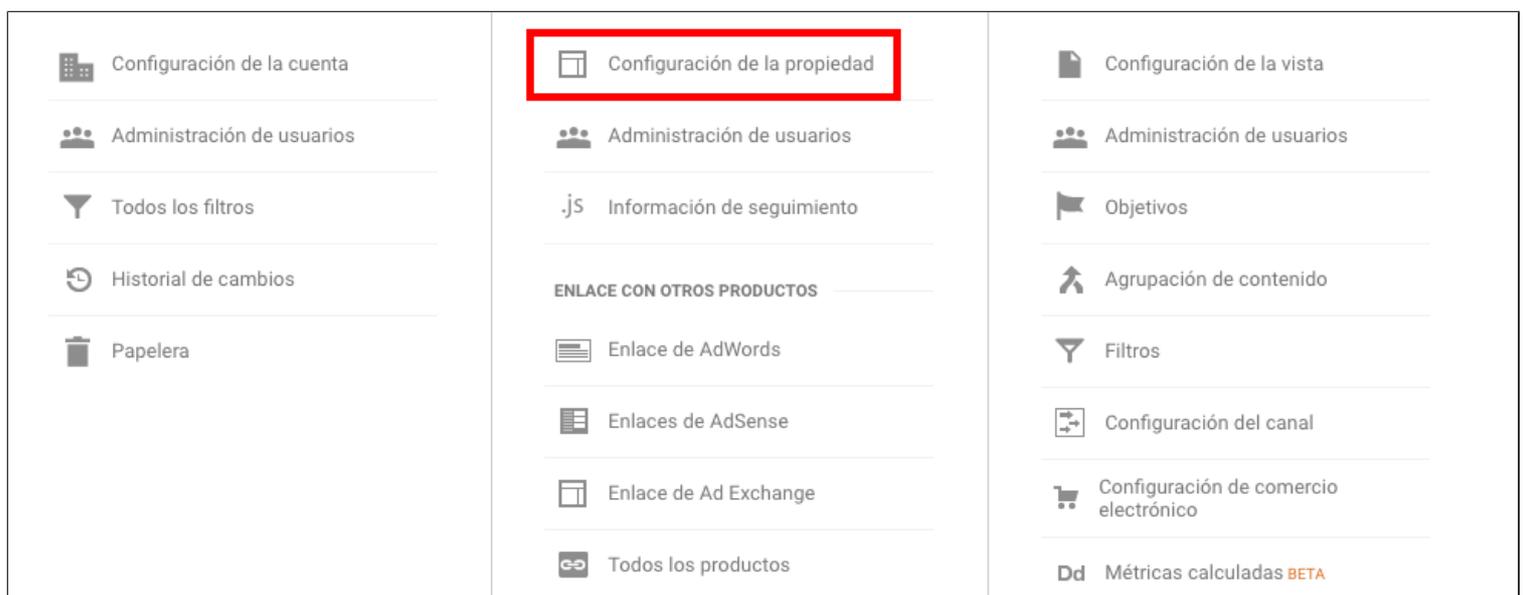
Una última cosa que también te interesa realizar cuanto antes es vincular Search Console con tu Google Analytics.

Una vez añadido tu sitio web en Search Console con la misma cuenta de Google que en Analytics, accede a tu Google Analytics.

En la barra lateral izquierda selecciona el menú ADMINISTRADOR.



Clica ahora sobre la opción CONFIGURACIÓN DE LA PROPIEDAD.



En la siguiente pantalla, desplázate hacia abajo, hasta encontrar la opción SEARCH

## CONSOLE.

### Analítica en página

---

**Utilizar la atribución de enlace mejorada**

La atribución de enlace mejorada nos permite realizar un mejor seguimiento de los enlaces de su página, pero requiere una pequeña modificación del código de seguimiento. Para configurar la atribución de enlace mejorada en su sitio, siga estas instrucciones: [¿Cómo configurar la atribución de enlace mejorada en mi sitio?](#)

ACTIVA

**Iniciar Analítica en página en**

Modo insertado (recomendado)

Modo de vista completa

Solo se recomienda utilizar el modo de vista completa si su sitio tiene problemas para cargar en el modo insertado.

Search Console

Ajustar Search Console

---

Clica en el botón AJUSTAR SEARCH CONSOLE, sigue las instrucciones de configuración y guarda.

Ya está, ya tienes vinculada tu cuenta de Google Analytics con Google Search Console.

## 4.- Panel de control

Ahora sí, nos metemos de lleno con las funciones de la herramienta.

Lo primero que nos encontramos es el panel de control.

Search Console https://unareceta.com/ Ayuda ⚙️

**Panel de control**

Mensajes (3)

- ▶ Apariencia en el buscador
- ▶ Tráfico de búsqueda
- ▶ Índice de Google
- ▶ Rastreo
- Problemas de seguridad
- Otros recursos

### Novedades importantes

Solicitud de reconsideración aprobada para <https://unareceta.com/> 21-abr-2017 [Ver todos](#)

### Estado actual

**Errores de rastreo** >>> **Analítica de búsqueda** >>>

Errores del sitio web

DNS	Conectividad del servidor	Información de robots.txt
✓	✓	✓

Errores de URL

0 Error del servidor	1 Error 404 leve
497 No se encuentra	1 Otros

**570.446**  
Clics totales

30.000  
22.500  
15.000  
7.500

... 30/03/17 5/04/17 11/04/17 17/04/17

**Sitemaps** Todos (1) >>>

■ 3.369 URL enviadas  
■ 3.305 URL indexadas

En este panel principal, Search Console nos presenta la siguiente información:

## 4.1 Novedades importantes

Google te notifica la información reciente y más relevante que afecta a tu sitio web. Si has configurado la opción, tal y como hemos visto antes, estas mismas novedades te llegarán también por correo electrónico.

Si no ha ocurrido nada importante, simplemente te aparecerá esto (lo que está muy bien).

**Novedades importantes**

No hay mensajes nuevos ni incidencias graves recientes. [Ver todos](#)

Si ha tenido lugar cualquier novedad o incidencia, te la comunicará y te indicará la fecha en la que se ha registrado. Normalmente, te notificará errores detectados, si tienes una penalización o cualquier otra acción o comunicación relacionada con Google.

En este ejemplo, Google nos notifica que ha aprobado la solicitud de reconsideración que hemos hecho para este sitio web después de arreglar algunos errores de los que nos había alertado para cumplir con sus normas.

## Novedades importantes

Solicitud de reconsideración aprobada para <https://unareceta.com/>

21-abr-2017

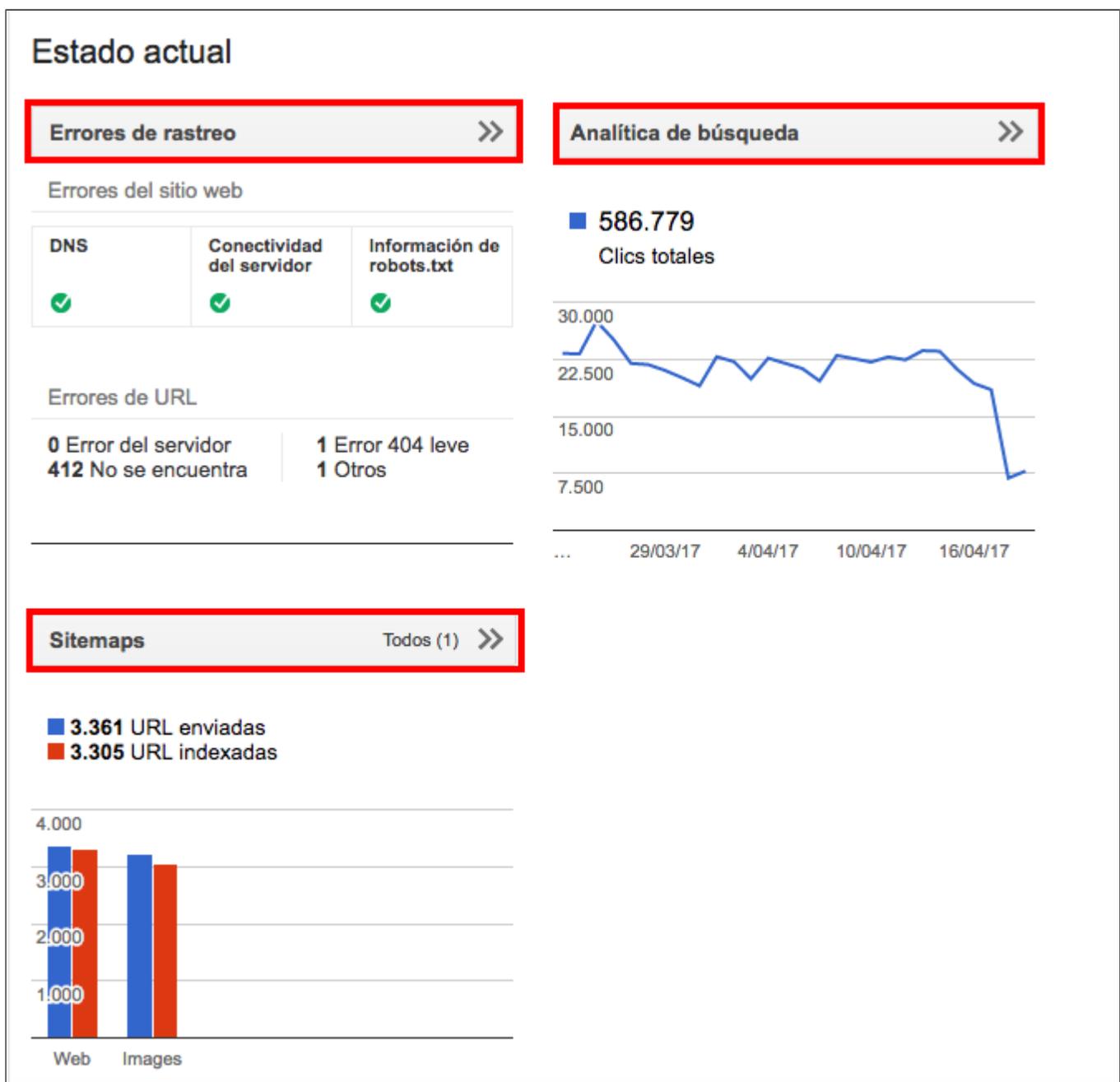
[Ver todos](#)

Desde la sección Mensajes del menú situado en la barra lateral izquierda, puedes acceder al histórico de todas las notificaciones.



## 4.2 Estado actual del sitio

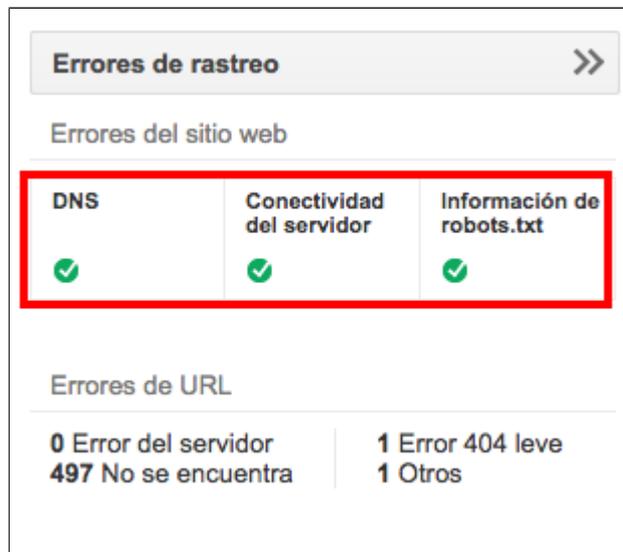
Aquí se nos muestra un resumen con gráficos del estado actual de nuestro sitio web organizados en tres apartados, en los que más adelante podremos profundizar para obtener información más detallada:



**Errores de rastreo:** Google te comunica si existe algún problema que le impida rastrear e indexar tu sitio web.

Estos problemas pueden ser por el **DNS** (no puede acceder a tu sitio web porque el servidor no responde), la **conectividad del servidor** (que tu servidor esté caído) o por la **información de robots.txt** (has bloqueado el acceso a determinadas páginas de tu web porque no quieres que Google las tenga en cuenta. De esto hablaremos más adelante).

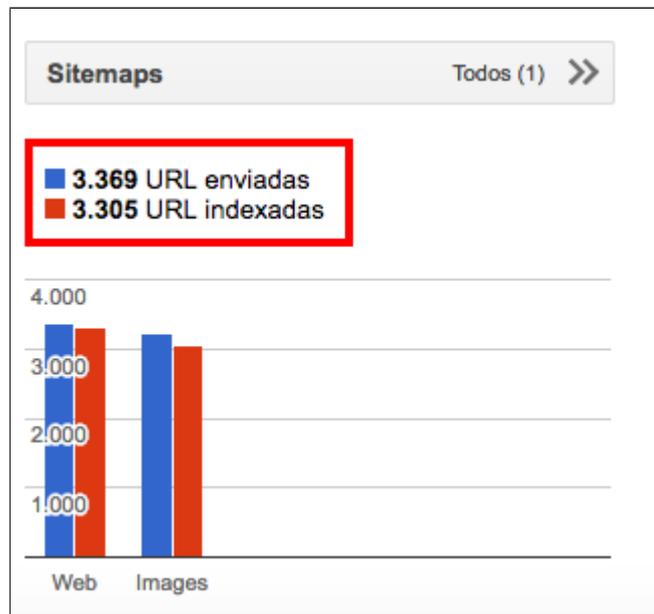
Si los tres indicadores están en verde, es que todo está en orden. Si alguno está en rojo, deberás revisarlo y ponerle solución inmediatamente. En el apartado concreto de **ERRORES DE RASTREO** veremos más información sobre todo esto.



**Analítica de búsqueda:** te muestra un gráfico con la evolución de tu tráfico desde Google en el último mes. En el apartado correspondiente, veremos toda la información segmentada que puedes obtener de ese tráfico.



**Sitemap:** si has subido tu sitemap a Search Console, aquí te mostrará la información general sobre las URL de tu web que has enviado y las indexadas. Ten en cuenta que si lo acabas de subir, no te aparecerán datos. Tardarán unos días.



## 5.- Apariencia en el buscador

Dentro de esta sección, la webmaster tool de Google te aporta información muy útil que te permitirá mejorar tu [SEO OnPage](#) y la apariencia de tu sitio web en los resultados de búsqueda de Google, lo que te puede ayudar a aumentar tu CTR (los clics).

### 5.1 Datos estructurados

Los datos estructurados, fragmentos enriquecidos o rich snippets son unos datos que podemos implementar para **enriquecer la apariencia de nuestro sitio web en los resultados de búsqueda de Google**. Aunque Google es quien tiene la última palabra sobre cómo te muestra en sus resultados.

Estos fragmentos enriquecidos permiten aportar más información, hacen que tu resultado destaque y, por lo tanto, **consiguen que mejores notablemente tu CTR** (porcentaje de clics cuando se muestra tu resultado tras una consulta).

## Descripción general del apariencia en el buscador

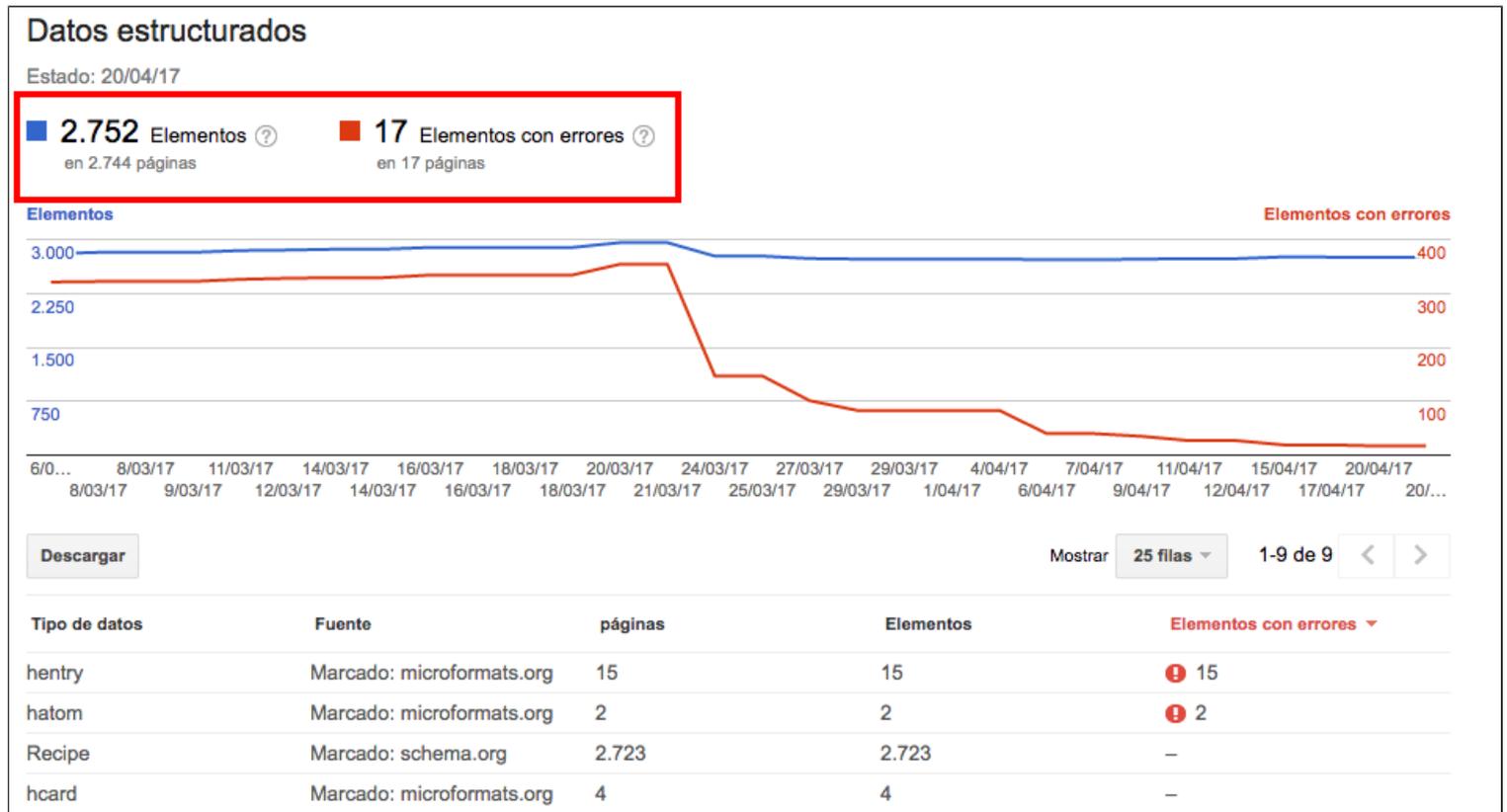
Haz clic en cada elemento para ver más información

Título	<a href="#">Funny cat pictures with captions - example.com</a> <a href="#">www.example.com/cat-captions.html</a>	
Fragmento	Find ALL the cat pictures in the world. Sort and search by type of cat. Upload your own photos and caption them too! Weekly competition for funniest cat ...	
Enlaces de sitio	<a href="#">Extra grumpy cats</a> Submit and rate pictures of extra grumpy cats ...	<a href="#">Lolcat caption competition</a> Submit the funniest caption and win a prize! ...
Búsqueda en un sitio	<input type="text"/>	Search example.com
URL	<a href="#">Music gigs, concerts   San Francisco Music Guide</a> <a href="#">www.example.com/events/san-francisco.html</a>	
Evento: fragmento enriquecido	Thu 11 Dec <a href="#">Pavement, at the Fillmore ...</a> - The Fillmore, <b>San Francisco</b> Sat 13 Dec <a href="#">Roy Ayers at Cafe du Nord ...</a> - Cafe Du Nord, <b>San Francisco</b>	
Rutas de exploración	<a href="#">24th century Communicator and Universal translator</a> <a href="#">www.example.com</a> › ... › <a href="#">Communication Devices</a>	
Producto: fragmento enriquecido	★★★★★ Rating: 4.5 - 11 reviews Made out of the highest quality crystalline composite of silicon, beryllium, carbon 70 and gold. Manufactured to top Starfleet standards: never get out of range of your transporter ...	

Aceptar

Con Search Console, podemos acceder a la información que Google tiene sobre los datos

enriquecidos que hayamos implementado y comprobar si tenemos algún error para poder solucionarlo.



Si clicamos sobre los errores, accederemos a la información detallada sobre la [URL](#) donde Google ha detectado que hay algo en concreto que debemos corregir y nos lo indica.

URL de página	Elementos	Elementos con errores	Detectado por última vez	Errores
/rollitos-de-pavo-rellenos-con-salsa-de-nara...	1	1	21/03/17	Falta: author Falta: updated
/codornices-la-cazadora/	1	1	20/03/17	Falta: author Falta: updated
/alcachofas-rellenas-de-salmon-y-queso/	1	1	20/03/17	Falta: author Falta: updated

## 5.2 Tarjetas enriquecidas

Las tarjetas enriquecidas o Rich Cards son un tipo de datos estructurados con un formato más visual y, por lo tanto, un mayor impacto en los resultados de búsqueda.

Aquí tienes un ejemplo:

películas de terror 2017



Todo Vídeos Imágenes Noticias Maps Más Configuración Herramientas

Películas > Terror > 2017



En este apartado, Google Search Console nos indica el estado de nuestras tarjetas enriquecidas (si las tenemos): si están OK, si tienen errores o si son mejorables.

Panel de control

Mensajes (3)

▼ Apariencia en el buscador

- Datos estructurados
- Tarjetas Enriquecidas**
- Marcador de datos
- Mejoras de HTML
- Accelerated Mobile Pages

► Tráfico de búsqueda

► Índice de Google

► Rastreo

Problemas de seguridad

Otros recursos

### Tarjetas Enriquecidas

Corrige los errores de las tarjetas enriquecidas o mejóralas con más datos. Los errores o las omisiones en los datos de las tarjetas enriquecidas pueden reducir el conjunto de funciones disponibles en la tarjeta o impedir que la tarjeta se procese completamente. [Obtén más información.](#)

Estado: 18/04/17

3 Tarjetas no válidas  2.719 Tarjetas mejorables  0 Tarjetas completamente mejoradas

Tipo de tarjeta	Tarjetas no válidas ▼	Tarjetas mejorables	Tarjetas completamente mejoradas
1 Receta	3	2.719	0

Descargar

Mostrar 10 filas 1-1 de 1 < >

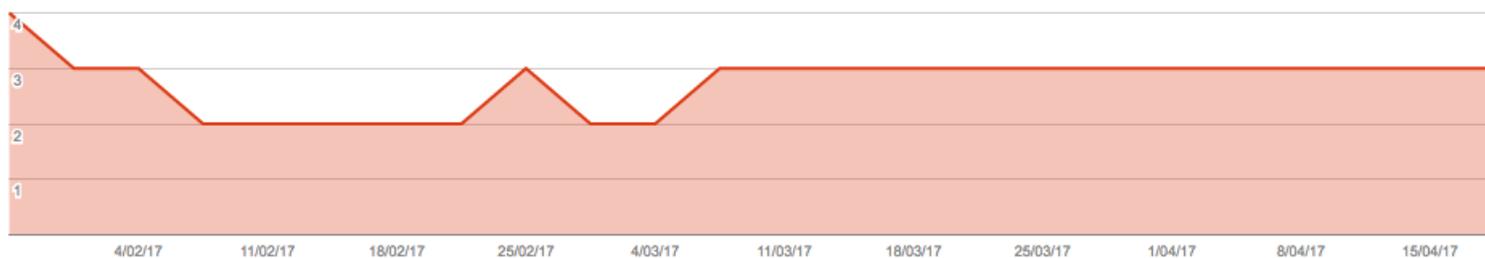
Podemos acceder a la información detallada de cada tarjeta, la URL donde está alojada y conocer la causa y la gravedad del error para arreglarlo.

## Tarjetas Enriquecidas > Receta

Corrige los errores de tus tarjetas enriquecidas, o bien mejóralas con valores de datos estructurados adicionales. Los errores importantes pueden provocar que la tarjeta no se muestre en los resultados de búsqueda; si los valores opcionales no son válidos o no están configurados, es posible que la tarjeta no se muestre con todas las características disponibles para las tarjetas enriquecidas. [Obtén más información.](#)

Estado: 18/04/17

**3** Tarjetas no válidas     **2.719** Tarjetas mejorables     **0** Tarjetas completamente mejoradas



Norma	Gravedad ▲	Tarjetas afectadas	
1 El campo no existe o no es válido: image	Importante	3	>>
2 El campo no existe o no es válido: aggregateRating	No es grave	2.722	>>
3 El campo no existe o no es válido: nutrition	No es grave	2.722	>>
4 El campo no existe o no es válido: cookTime	No es grave	274	>>
5 El campo no existe o no es válido: prepTime	No es grave	274	>>
6 El campo no existe o no es válido: description	No es grave	9	>>

Descargar

Mostrar 10 filas 1-6 de 6 < >

## 5.3 Marcado de datos con Search Console

La implementación de los datos estructurados o fragmentos enriquecidos se realiza mediante un marcado y etiquetado de datos.

A través de esta función de Search Console, puedes realizar desde aquí mismo este marcado de datos:

Panel de control

Mensajes (3)

▼ Apariencia en el buscador i

- Datos estructurados
- Tarjetas Enriquecidas
- Marcador de datos**
- Mejoras de HTML
- Accelerated Mobile Pages

▶ Tráfico de búsqueda

▶ Índice de Google

▶ Rastreo

Problemas de seguridad

Otros recursos

Marcador de datos. Muestra los datos de tu sitio en la búsqueda.

Introduction to Data Highlighter

¿Tu sitio contiene datos estructurados, como listas de eventos o puntuaciones de opiniones?

Ahora hay una nueva alternativa al [marcado de webmaster](#) para ayudar a Google a entender los datos de eventos de tu sitio. Con el Marcador de datos solo tienes que "etiquetar" cada campo de datos con el ratón.

A continuación, Google puede mostrar tus datos de forma más atractiva y de maneras nuevas en los resultados de la búsqueda.

[Iniciar marcado](#)

Deberás incluir la URL que te interese, seleccionando **sólo esa página o también otras similares**, lo que te permitirá ahorrar tiempo ya que no tendrás que ir una a una. Y elegir el tipo de información que se va a resaltar.

Mejora de tu apariencia en la búsqueda

Permite que los datos de tu sitio se muestren en los resultados de búsqueda.

Introduce la URL de una página típica de tu sitio

Tipo de información que se va a resaltar ▼

Marcar esta página y otras similares

Marcar solo esta página

[Aceptar](#) [Cerrar](#)

Etiquetar un elemento de datos

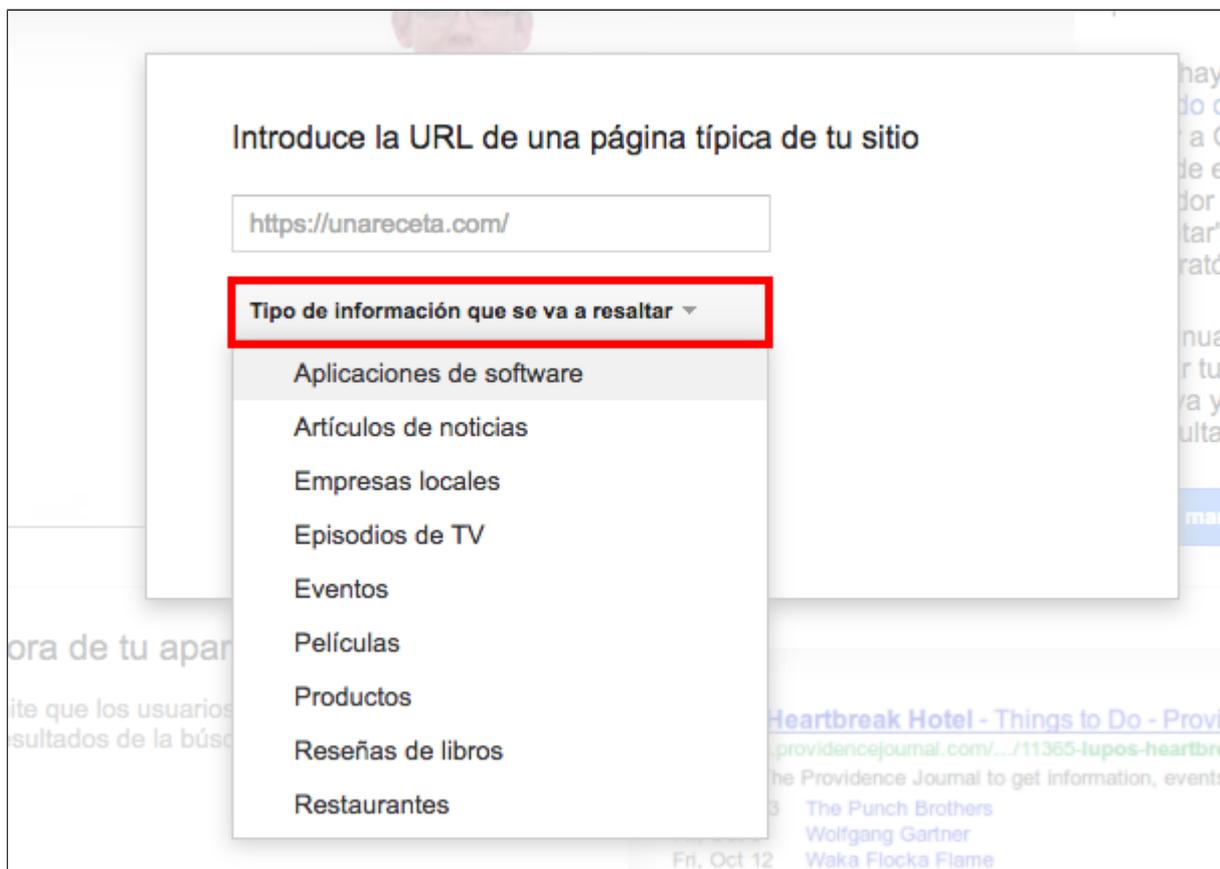
No tienes que categorizar los elementos de datos de un tipo son.

Providence Journal  
rtbreak...  
vents, reviews and

Akwatsire

Clear

Name	Date	Location
Join artist Natasha Smoke Santiago and her family in authentic story by their group, Akwatsire at 4:00 p.m. on October 13. This will be located at the Alumnae Hall Auditorium on 194 Meeting		



## 5.4 Mejoras de HTML

La información que encontrarás en este apartado te vendrá muy bien para **detectar errores y mejorar tu SEO Onpage**.

Puede que ya estés utilizando para esto otras herramientas que, como [Screaming Frog](#), te pueden dar mucha más información, pero te recomiendo que tampoco pierdas de vista lo que te indica Search Console, ya que al fin y al cabo se basa en lo que “detecta Google” directamente en tu sitio web.

Aquí Search Console nos indica si tenemos **errores con nuestras metadescripciones, títulos y el contenido a indexar**. Nos localiza directamente el tipo de problema en cada caso y nos indica las URLs afectadas por estos errores para que podamos solventarlos.

Mejoras de HTML		
Última actualización 20 abr. 2017		
Si solucionas las incidencias que se indican a continuación, puedes mejorar el rendimiento y la experiencia del usuario de tu sitio.		
<b>Metadescripción</b>		páginas
<a href="#">Metadescripciones duplicadas</a>	←	4
Metadescripciones largas		0
Metadescripciones cortas		0
<b>Etiqueta de título</b>		páginas
Etiquetas de título ausentes		0
<a href="#">Etiquetas de título duplicadas</a>	←	10
Etiquetas de título largo		0
Etiquetas de título corto		0
Etiquetas de título no informativas		0
<b>Contenido no indexable</b>		páginas
No hemos detectado ningún problema con el contenido de su sitio que no se puede indexar.		

## 5.5 Accelerated Mobile Pages

Accelerated Mobile Pages (AMP) es un sistema promovido por el propio Google, en colaboración con empresas de medios de comunicación y otros partners tecnológicos, para garantizar que los resultados de búsqueda móviles cumplen con los **estándares de velocidad de carga y navegación** que requieren los usuarios cuando buscan y acceden a información desde el móvil.

Esto va más allá de que tu sitio web sea responsive y esté adaptado a todo tipo de dispositivos móviles. Las páginas deben ser más ligeras y estar especialmente optimizadas para móvil.

Aquí tienes un ejemplo:



¿Esto tiene ventajas? Sin duda. Porque supone adaptarte a lo que demandan los usuarios de móvil y Google te premiará en los resultados de búsqueda desde dispositivos móviles.

Dicho esto, en Search Console puedes también **verificar el estado de tus AMP**, ya que te indica cuántas páginas AMP tienes indexadas, cuántas tienen problemas, cuáles son esos errores, su gravedad y la URL en la que se localizan.

Panel de control

Mensajes (3)

▼ Apariencia en el buscador ⓘ

- Datos estructurados
- Tarjetas Enriquecidas
- Marcador de datos
- Mejoras de HTML
- Accelerated Mobile Pages**

▶ Tráfico de búsqueda

▶ Índice de Google

▶ Rastreo

Problemas de seguridad

Otros recursos

## Accelerated Mobile Pages

Corrige los problemas pertinentes de las páginas de Accelerated Mobile Pages (AMP) para que se muestren de forma preferente a los usuarios de móviles. [Más información](#)

Estado: 21/04/17

■ 3.052 Páginas de AMP indexadas ■ 28 Páginas de AMP con problemas graves

Incidencia	Gravedad ▲	Páginas con problemas
1 Hojas de estilo CSS no válidas	Importante	22
2 Etiqueta HTML prohibida con equivalente de AMP	Importante	4
3 Uso no válido de etiquetas de AMP	Importante	2
4 Discrepancia de contenido grave	Importante	2

Puedes acceder directamente a cada problema para comprobar qué tienes mal y dónde y solucionarlo desde la misma herramienta.

## Accelerated Mobile Pages > Uso no válido de etiquetas de AMP (problema Importante)

Corrige las etiquetas de AMP no válidas de tu página para que cumplan las especificaciones de AMP. Las páginas de AMP que contengan etiquetas de AMP no válidas pueden figurar en los resultados de búsqueda de Google sin las funciones de visualización específicas de AMP. [Más información](#).

Estado: 21/04/17

■ 2 Páginas de AMP con problemas

20/03/17  
■ Páginas de AMP con problemas: 12

Contiene

URL de AMP	Última detección ▼
1 /dulce-de-membrillo/?amp=1	20/04/17
2 /brownie/?amp=1	18/04/17

Descargar

Mostrar 10 filas 1-2 de 2

Google

Search Console

Panel de control

Mensajes (3)

▼ Apariencia en el buscador

- Datos estructurados
- Tarjetas Enriquecidas
- Marcador de datos
- Mejoras de HTML

Accelerated Mobile Pages

▶ Tráfico de búsqueda

▶ Índice de Google

▶ Rastreo

Problemas de seguridad

Otros recursos

Uso incorrecto de etiquetas de AMP (Grave)

Corrige las etiquetas de AMP no válidas en tu página para cumplir las especificaciones de AMP. Es posible que las páginas de AMP con etiquetas de AMP no válidas aparezcan en los resultados de búsqueda de Google sin las funciones de visualización específicas de AMP. [Más información](#)

1 Corrige las etiquetas de AMP no válidas de tu página para cumplir las especificaciones de AMP

Consulta la documentación de AMP para ver las normas de utilización. Nota: Este error se detectó en la fecha que se indica en la parte inferior de este formulario. Los cambios en el archivo posteriores a esta fecha no se reflejan en el informe. Si ya has corregido este error, Google reflejará los cambios durante el próximo rastreo periódico programado.

[Ver la referencia de ...](#)

2 Probar tu página de AMP

Ejecuta la prueba de AMP para comprobar y corregir las etiquetas y los datos estructurados, y previsualiza el aspecto que tendrá tu página en los resultados de la Búsqueda de Google. En la prueba se mostrarán todos los errores de AMP de la página, incluido este tipo de error y cualquier otro que se encuentre en la versión publicada de la página.

[Probar página](#)

**Detalles:**

El atributo "data-videoid" de la etiqueta "amp-youtube" se ha establecido con el valor "", que no es válido.

**URL de AMP:** <https://unareceta.com/dulce-de-membrillo/?amp=1>

**URL canónica:** <https://unareceta.com/dulce-de-membrillo/>

**Última detección:** 21/4/17

## 6.- Tráfico de búsqueda

Esta sección es, sin duda, una de las que tiene más chicha. ¿Por qué?

Porque el mismo Google nos facilita **información sobre nuestro tráfico orgánico**, **palabras clave**, posiciones en sus resultados, el porcentaje de clics en las SERPs, los enlaces externos e internos de nuestra web, etc. etc.

Vamos a ver todo esto punto por punto.

### 6.1 Analítica de búsqueda

Search Console nos ofrece en la actualidad un montón de opciones para analizar nuestro tráfico orgánico y su rendimiento. Podemos utilizar distintas métricas de referencia, agrupar los datos y filtrar los resultados.

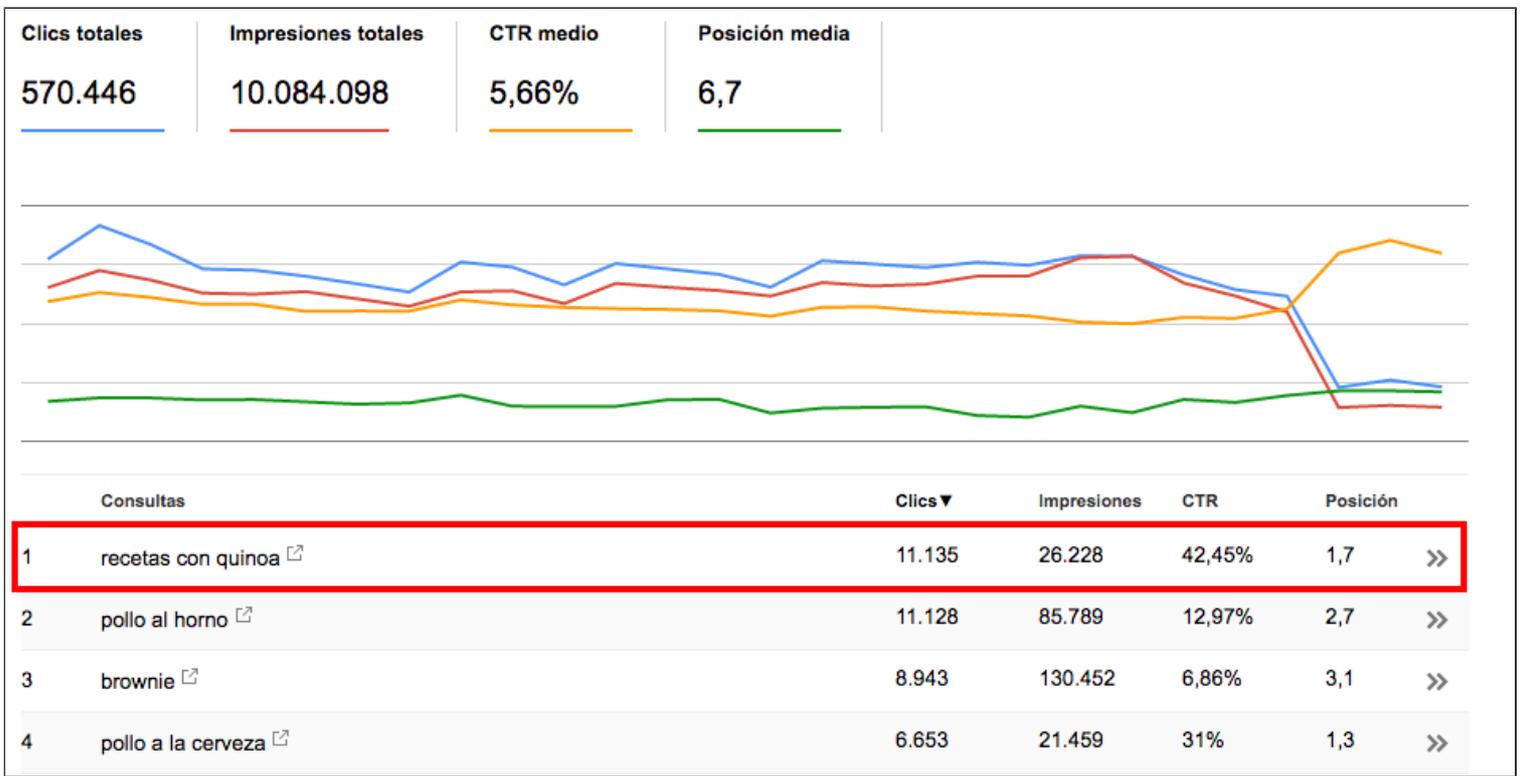
<input checked="" type="checkbox"/> Clics	<input checked="" type="checkbox"/> Impresiones	<input checked="" type="checkbox"/> CTR	<input checked="" type="checkbox"/> Posición		
<input checked="" type="radio"/> Consultas Sin filtro ▾	<input type="radio"/> Páginas Sin filtro ▾	<input type="radio"/> Países Sin filtro ▾	<input type="radio"/> Dispositivos Sin filtro ▾	<input type="radio"/> Tipo de búsqueda <b>Web</b> ▾	
<input type="radio"/> Apariencia en el buscador Sin filtro ▾	<input type="radio"/> Fechas Últimos 28 días ▾				

Estas son las **diferentes métricas** que puedes seleccionar. Puedes seleccionar una, varias o todas a la vez.

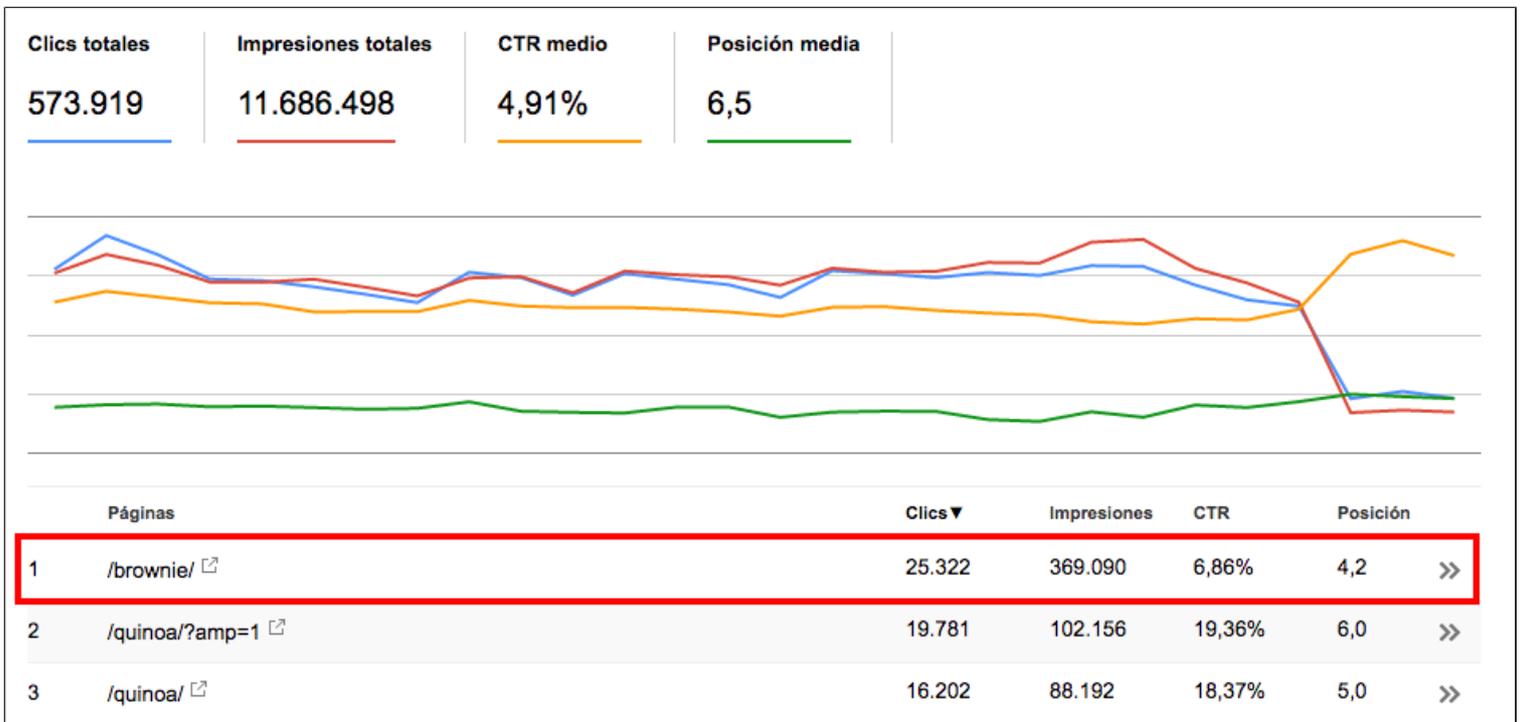
- **Clics:** número de clics que los usuarios han realizado en los resultados de búsqueda de Google (tráfico orgánico)
- **Impresiones:** número de veces que tu sitio web se ha mostrado en los resultados de Google.
- **CTR:** porcentaje de clics en relación al número de veces que se ha mostrado tu sitio en los resultados de búsqueda.
- **Posición:** posición media en la que se muestra tu sitio web en los resultados de búsqueda.

Aplicando cualquiera de estas métricas, puedes elegir **agrupar los datos** por:

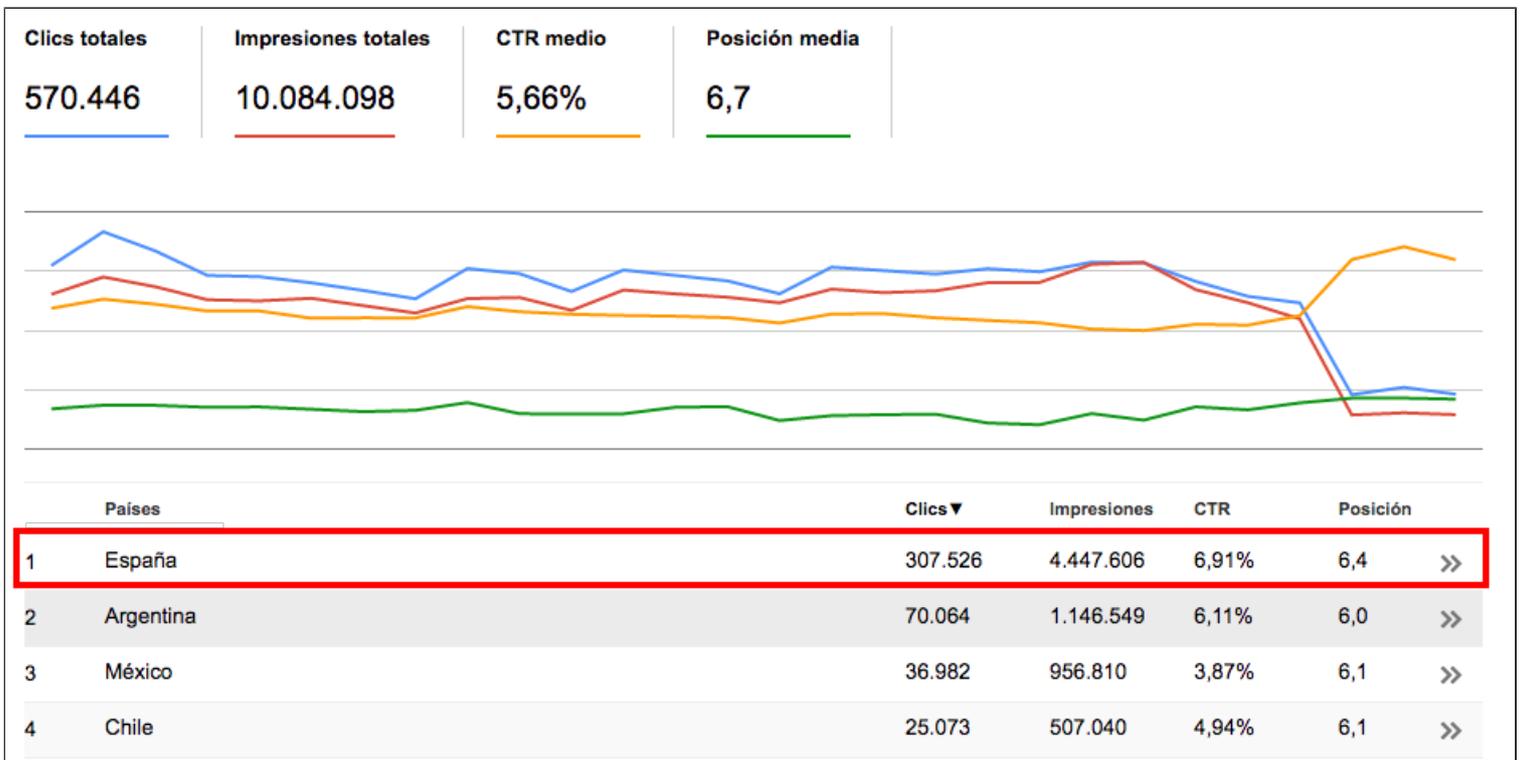
- **Consultas:** palabras clave por las que tu sitio web se ha mostrado en los resultados de búsqueda. Esto te puede verificar si tus esfuerzos SEO van bien, mal o regular y ayudarte a encontrar [palabras clave de oportunidad](#) que no habías trabajado pero que Google ha detectado como relevantes en tu sitio web y que puedes empezar a optimizar para subir posiciones.



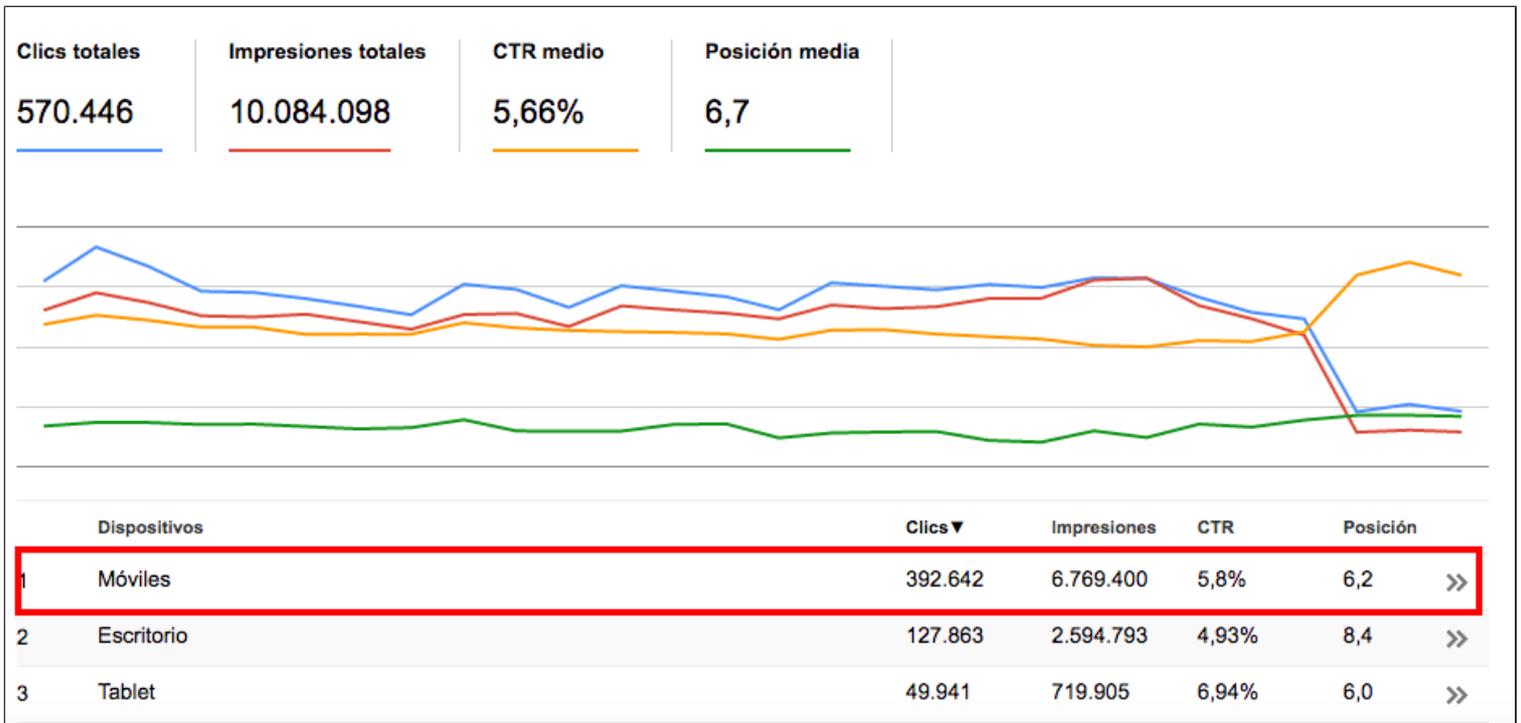
- **Páginas:** las URLs concretas de tu sitio web que se han mostrado en los resultados de búsqueda. Esto te permite analizar el rendimiento de cada página a nivel individual.



- **Países:** te indica los países de procedencia de las búsquedas en las que tu sitio web se muestra en los resultados.



- **Dispositivos:** tipo de dispositivos desde los que se han registrado las búsquedas para las que tienes impresiones.



- **Tipo de búsqueda:** datos por tipo de búsqueda que han realizado los usuarios (web-todos, imágenes, videos, etc.). Aquí no siempre la herramienta te mostrará datos.

Clics    Impresiones    CTR    Posición

Consultas Sin filtro ▾   
  Páginas Sin filtro ▾   
  Países Sin filtro ▾   
  Dispositivos Sin filtro ▾   
  **Tipo de búsqueda** Web ▾

Apariencia en el buscador Sin filtro ▾   
  Fechas Últimos 28 días ▾

Web    Imagen    Vídeo

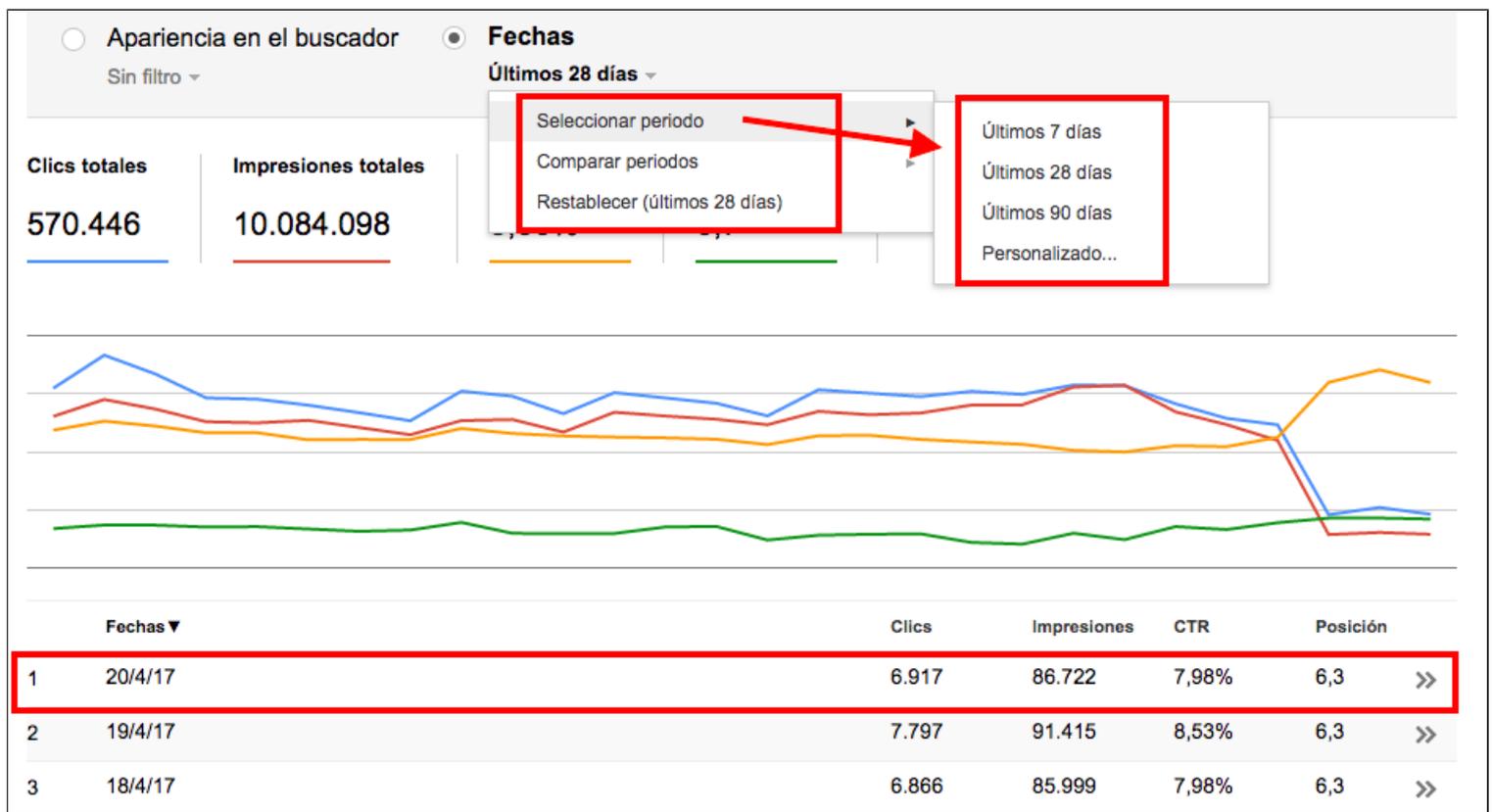
<b>Clics totales</b>	<b>Impresiones totales</b>	<b>CTR medio</b>	<b>Posición media</b>
570.446	10.084.098	5,66%	6,7

- Apariencia en el buscador:** aquí sólo podrás ver datos si has tenido impresiones con resultados enriquecidos o AMP.

<b>Clics totales</b>	<b>Impresiones totales</b>	<b>CTR medio</b>	<b>Posición media</b>
573.919	11.686.498	4,91%	6,5

Apariencia en el buscador	Clics ▼	Impresiones	CTR	Posición
1 Resultados de AMP no enriquecidos	279.598	5.132.464	5,45%	6,7
2 Resultados enriquecidos	150.195	1.860.935	8,07%	7,0
3 Resultados enriquecidos del artículo de AMP	272	8.113	3,35%	12,6

- Fecha:** puedes agrupar los datos por fecha, seleccionar un periodo de tiempo y comparar diferentes periodos para analizar la evolución de tu tráfico orgánico.



Con herramientas como [Semrush](#), además de acceder a más información sobre tu tráfico orgánico, tus palabras clave, tus posiciones en los rankings, etc. , también podrás “espiar” los datos de tu competencia, lo que te será muy útil para mejorar tu estrategia SEO. Pero, lo dicho, no pierdas nunca de vista la información que te proporciona Google Search Console.

## 6.2 Enlaces a tu sitio

El hecho de que otras webs enlacen a tu sitio, ya sea porque tú lo has buscado ([link building](#))

o porque tu contenido se ha ganado por sí mismo ese enlace ([link baiting](#)), es un **factor importante de posicionamiento**, porque constituye una señal de relevancia para Google.

Por eso, es importante tener bien controlado quién nos enlaza y cómo nos enlaza.

Search Console también nos muestra datos sobre los enlaces que están apuntando a nuestro sitio web, indicándonos las URLs de destino de los links, el número total de enlaces para cada URL, el número de dominios de los que proceden esos enlaces y los [anchor text](#) (textos de anclaje o palabras mediante las que nos enlazan), aunque en este caso lo llama “vinculación de tus datos”.

**Enlaces a tu sitio**

Número total de enlaces  
**62.929**

Con más enlaces a tu sitio		Las páginas más enlazadas de tu sitio	
<a href="https://pinterest.com">pinterest.com</a>	23.140	<a href="https://unareceta.com/">https://unareceta.com/</a>	16.869
<a href="https://pinterest.se">pinterest.se</a>	5.240	<a href="/pollo-en-salsa-thermomix/">/pollo-en-salsa-thermomix/</a>	2.763
<a href="https://blogspot.com">blogspot.com</a>	1.247	<a href="/tarta-ferrero-rocher/">/tarta-ferrero-rocher/</a>	2.713
<a href="https://contarproteinas.com">contarproteinas.com</a>	1.241	<a href="/trufas-de-chocolate/">/trufas-de-chocolate/</a>	885
<a href="https://esy.es">esy.es</a>	755	<a href="/tarta-de-queso-y-chocolate/">/tarta-de-queso-y-chocolate/</a>	717
<a href="#">Más información »</a>		<a href="#">Más información »</a>	

**Vinculación de tus datos** ← **anchor text**

- <https://unareceta.com>
- [consulta más información en unareceta.com](#)
- [learn more at unareceta.com](#)
- [contacto y publicidad](#)

[Más información »](#)

Clicando en “más información”, accederás a un listado completo de los datos de tus enlaces entrantes.

Cuando se trata de **analizar enlaces o backlinks**, mi herramienta favorita es **Ahrefs**, porque es la que tiene el rastreador más potente y el mayor índice de enlaces. Eso sí, Ahrefs es de pago. Como alternativa gratuita para analizar tu patrón de enlaces tienes también **Open Link Profiler**.

Dicho esto, vuelvo a insistir en que la información de Search Console, si bien en algunos casos puede ser más incompleta que la que nos proporcionan otras herramientas, es muy valiosa porque procede del mismo Google.

## 6.3 Enlaces internos

El **interlinking o enlazado interno** (entre las páginas de tu sitio web) también es un **factor importante de posicionamiento**, porque también le estás mandando señales a Google de la relevancia de una página. Al mismo tiempo, esos enlaces internos contribuyen a **mejorar la usabilidad de nuestro sitio web** y la experiencia de nuestros usuarios. Así que todo suma.

En este apartado, Google Search Console nos muestra un listado de las páginas de nuestro

dominio que estamos enlazando desde dentro de nuestro mismo sitio web con su correspondiente número de enlaces.

Enlaces internos	
Buscar enlaces internos a <a href="https://unareceta.com/">https://unareceta.com/</a> <input type="text"/> <input type="button" value="Buscar"/>	
<input type="button" value="Descargar esta tabla"/>	Mostrar <b>25 filas</b> 1-25 de 1.000 < >
Páginas de destino	Enlaces ^
<a href="/contacto-y-publicidad/">/contacto-y-publicidad/</a>	3.671
<a href="https://unareceta.com/">https://unareceta.com/</a>	3.539
<a href="/recetas-con-cebolla/">/recetas-con-cebolla/</a>	1.086

## 6.4 Acciones manuales

Lo mejor que te puede pasar aquí es que te aparezca un mensaje como éste:

The screenshot shows the 'Search Console' interface. On the left is a navigation menu with options like 'Panel de control', 'Mensajes (3)', 'Apariencia en el buscador', 'Tráfico de búsqueda', 'Acciones manuales', 'Segmentación internacional', and 'Usabilidad móvil'. The 'Acciones manuales' section is active, displaying a message in a red-bordered box: 'No se encuentra ninguna acción contra spam web manual.'

¿Por qué? Porque aquí será donde Google te comunicará si **te ha caído algún tipo de penalización manual** por contravenir sus normas. [Las penalizaciones de Google pueden ser algorítmicas o manuales.](#)

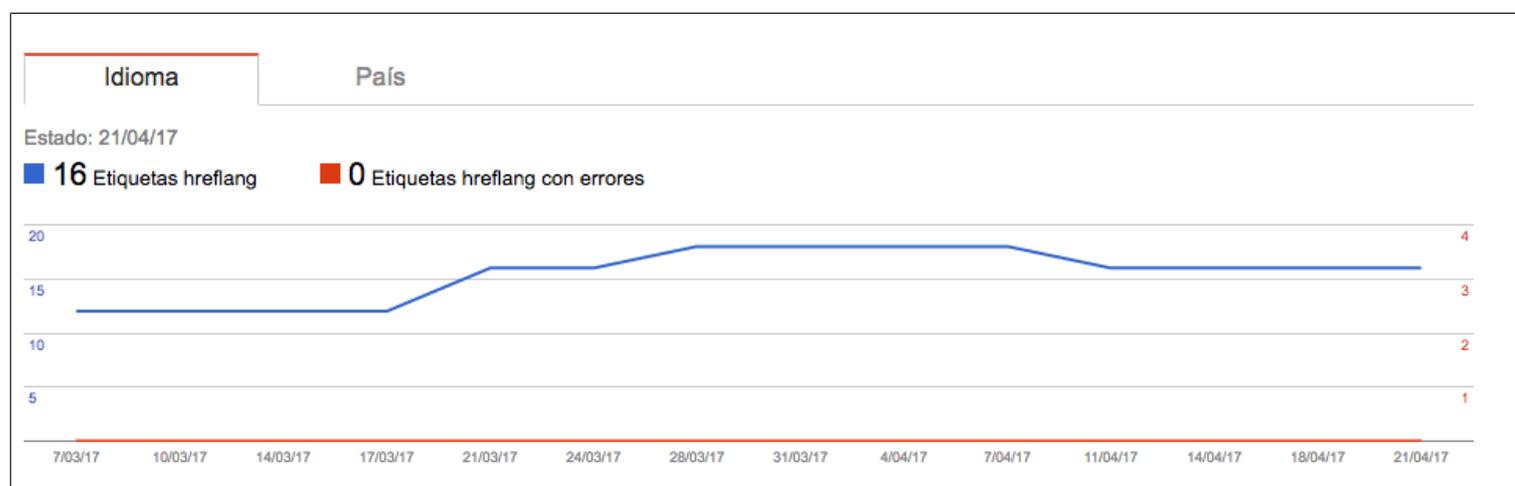
Mientras las algorítmicas pueden ser más fáciles de solventar, las manuales pueden llevarte mucho más tiempo y esfuerzos. Después de solucionar el problema que ha ocasionado la penalización, deberás **enviar a Google una solicitud de reconsideración** para que la valore y te retire la penalización.

## 6.5 Segmentación internacional

Este apartado sólo te resultará de utilidad si tienes tu [sitio web orientado a distintos países y configurado para varios idiomas](#).

Si es tu caso, deberás asegurarte de que tu sitio web se muestra en los resultados de búsqueda en el idioma adecuado y en la versión de la página correspondiente para cada país.

Para ello, en Search Console puedes verificar tus [etiquetas hreflang](#), que son las etiquetas que deberás configurar en tu sitio web para identificar el idioma al que va dirigido cada página y que Google pueda tenerlo en cuenta.



También puedes configurar la segmentación por país, es decir, establecer el país al que se orienta tu sitio web.

### Segmentación internacional

Idioma | País

Si tu sitio tiene un dominio de nivel superior neutro, como .com o .org, la orientación geográfica ayuda a Google a determinar cómo aparecerá el sitio en los resultados de búsqueda y mejora nuestros resultados de búsqueda para consultas geográficas. Si no quieres que tu sitio esté asociado a ninguna ubicación, selecciona **Ninguno**. [Más información sobre la orientación geográfica](#)

Los usuarios a los que se orienta se encuentran en: **España**

## 6.6 Usabilidad móvil

En este apartado, Google Search Console **nos indica si ha detectado errores de usabilidad móvil** que pueden estar afectando a nuestro tráfico desde dispositivos móviles y a nuestro posicionamiento para las búsquedas desde móviles.

Si todo esta OK, nos encontraremos con este mensaje:

### Usabilidad móvil

Soluciona los problemas de usabilidad móvil que afecten al sitio web. Es posible que los sitios web que presentan este tipo de problemas no obtengan una buena clasificación en los resultados de búsqueda para móviles. [Más información.](#)

✔ No se han detectado errores de uso en dispositivos móviles. Asegúrate de comprobar todas las [variantes del sitio.](#)

Si hay algún problema, nos lo indicará y nos dirá en qué página se localiza ese problema para que podamos solventarlo.

Estos problemas de usabilidad móvil pueden ser:

- Uso de Flash
- Ventana gráfica no configurada
- Ventana gráfica de ancho fijo
- El contenido no se adapta a la ventana gráfica
- El tamaño de la fuente es demasiado pequeño
- Elementos táctiles demasiado próximos entre sí

## 7.- Índice de Google

Desde esta sección, podemos acceder a la información sobre las páginas que tenemos indexadas en Google y las que tenemos bloqueadas y, por lo tanto, el robot del buscador no puede acceder.

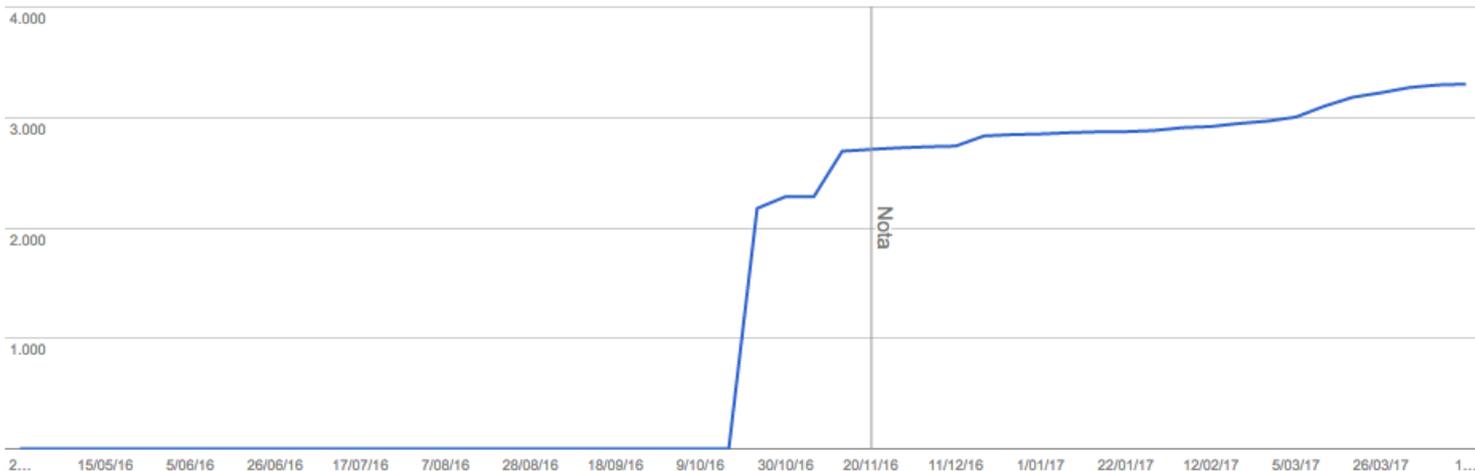
### 7.1 Estado de indexación

Aquí podemos verificar cuántas páginas de nuestro sitio web tenemos indexadas en Google.

## Estado de indexación Se muestran los datos del último año

Opción básica Avanzada

Total indexadas  
**3.302**



Es posible que los números que aparecen en el gráfico no reflejen algunos filtros que pueden evitar que las direcciones URL indexadas aparezcan en nuestros resultados de la búsqueda. Más información.

Aquí debes tener en cuenta que las páginas que no estén indexadas, no se mostrarán en los resultados de búsqueda de Google, lo que en algunos casos te puede interesar porque el contenido de esas páginas no es relevante para el usuario o es contenido duplicado, pero en otros casos no, por lo que deberás ver dónde está el error, verificarlo y solucionarlo.

Para ello, esta información la podremos cruzar con los datos que la misma herramienta nos facilita en la sección RASTREO para comprobar si nos está indexando las páginas que queremos que nos indexe. Lo vemos a continuación.

## 7.2 Recursos bloqueados

Aquí podemos acceder a la información de las páginas de nuestro sitio web a las que Google no puede acceder porque utilizan recursos que se lo están impidiendo. De esta forma, podemos verificar si tenemos algún error y solucionarlo.

Para empezar, Search Console nos indica el número de páginas con recursos bloqueados:

## Recursos bloqueados

Estos hosts publican recursos de sitios web cuyo uso está bloqueado para el robot de Google. Si el robot de Google no puede acceder a recursos importantes de tu página, es posible que esta no se indexe correctamente. [Más información](#)

Estado: 18/04/17

■ 148 Páginas con recursos bloqueados



Contiene ▾

Filtra

Host	Páginas afectadas ▼
1 <a href="https://scontent-ort2-1.xx.fbcdn.net">https://scontent-ort2-1.xx.fbcdn.net</a>	80 >>
2 <a href="https://scontent-dft4-2.xx.fbcdn.net">https://scontent-dft4-2.xx.fbcdn.net</a>	68 >>

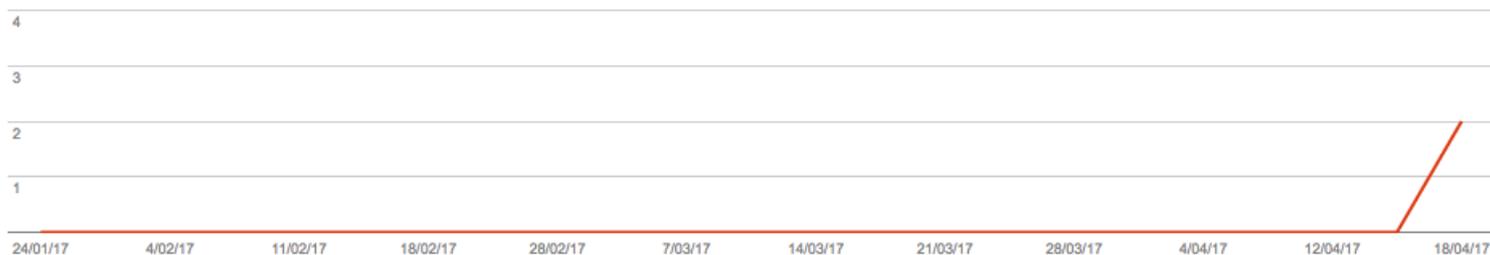
Si clicamos en la flecha que hay a la derecha del número de páginas afectadas por cada recurso bloqueado, accederemos a la información detallada de estos recursos. Y si volvemos a clicar, nos mostrará cuáles son las URLs afectadas por cada recurso.

Recursos bloqueados > <https://scontent-ort2-1.xx.fbcdn.net> > /v/t1.0-1/p48x48/14448861\_119719771824743\_7523262490166708995\_n.jpg?oh=92f7d2966c4a624f7a0d7920fe5a08d7&oe=5950C979

Estas páginas usan este recurso bloqueado. Si el robot de Google no puede acceder a recursos importantes de tu página, es posible que esta no se indexe correctamente. [Más información](#)

Estado: 18/04/17

■ 2 Páginas que usan este recurso bloqueado



Contiene ▾

Filtra

Página	Última detección ▼
1 <a href="https://unareceta.com/salmon-al-horno-con-naranja/">https://unareceta.com/salmon-al-horno-con-naranja/</a>	14/04/17 >>
2 <a href="https://unareceta.com/enchilada-de-atun/">https://unareceta.com/enchilada-de-atun/</a>	14/04/17 >>

Clicando en las flechas de cada URL, la herramienta nos dará la opción de actualizar la información para arreglar el bloqueo.

Search Console

Panel de control

Mensajes (3)

Apariencia en el buscador

Tráfico de búsqueda

Índice de Google

Estado de indexación

**Recursos bloqueados**

Eliminación de URL

Rastreo

Problemas de seguridad

Otros recursos

Es posible que la página no se muestre correctamente porque <https://scontent-ort2-1.xx.fbcdn.net/robots.txt> ha bloqueado algunos recursos

Actualiza la regla de robots.txt para desbloquear el recurso

- 1** Descubre cómo ve Google tu página  
Haz clic en Obtener y procesar, en la función Explorar como Google, para visualizar la página tal como Google la procesa, y compárala con la página que se visualiza en un navegador. De esta forma, podrás aislar el impacto del recurso que falta. [Explorar como Goo...](#)
- 2** Verifica la propiedad del host del recurso bloqueado  
Debes ser un propietario verificado del sitio en el que se alojan los recursos bloqueados para poder utilizar en este la Herramienta de pruebas de robots.txt. Si no eres propietario del sitio, ponte en contacto con él para que lleve a cabo los pasos siguientes. [Verificar el host](#)
- 3** Actualiza el archivo robots.txt que causa el bloqueo  
Utiliza la Herramienta de pruebas de robots.txt en el sitio bloqueado para desbloquear el recurso. [Herramienta de pru...](#)

URL: <https://unareceta.com/salmon-al-horno-con-naranja/>

Recurso: [https://scontent-ort2-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-1/p48x48/14448861\\_119719771824743\\_7523262490166708995\\_n.jpg?oh=92f7d2966c4a624f7a0d7920fe5a08d7&oe=5950C979](https://scontent-ort2-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-1/p48x48/14448861_119719771824743_7523262490166708995_n.jpg?oh=92f7d2966c4a624f7a0d7920fe5a08d7&oe=5950C979)

robots.txt: <https://scontent-ort2-1.xx.fbcdn.net/robots.txt>

Cerrar

## 7.3 Eliminación de URLs

Aquí podemos hacer que Google elimine temporalmente de sus resultados de búsqueda las URLs que le indiquemos.

Eliminación de URL

Elimina **temporalmente** tus URL de los resultados de búsqueda. Para eliminar el contenido de forma permanente, debes eliminar o actualizar la página de origen. [Más información](#)

Ocultar temporalmente

Mostrar: **Todas (0)**

Introduce la URL de tu sitio web que quieras ocultar (se distingue entre mayúsculas y minúsculas)

Continuar

Tipo de eliminación: **Solicitada**

## 8.- Rastreo

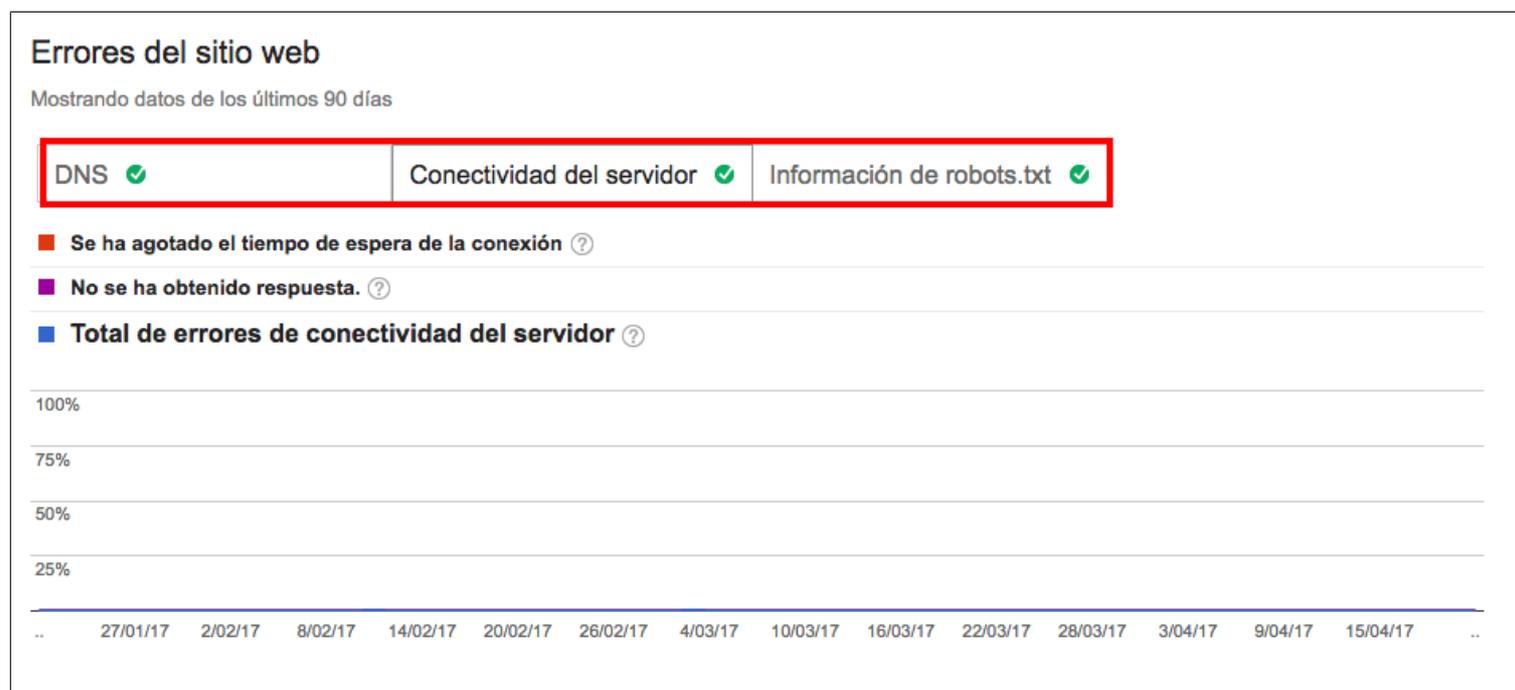
Esta sección es muy importante porque podemos verificar lo que Google hace dentro de nuestro sitio web: si ha tenido algún problema para rastrear e indexar nuestras páginas, la frecuencia con la que rastrea nuestro sitio web. etc.

### 8.1 Errores de rastreo

En el Panel de Control ya vimos un avance de los datos de esta sección, donde podemos ver cuántos errores de rastreo y de qué tipo se ha encontrado Google al acceder a nuestro sitio web. **Esto lo tenemos que tener bien controlado**, porque no nos interesa que los robots de Google se encuentren con impedimentos para rastrear, indexar y posicionar nuestras páginas.

Por un lado, Google nos dará información sobre los ERRORES DEL SITIO WEB y, por otro, de ERRORES POR URL.

**Errores del sitio web:** nos indica si tenemos errores en nuestro sitio web a nivel de DNS, conectividad con el servidor y la información de los robots.txt. Todo en verde, todo en orden, como ya habíamos visto en el Panel de Control. Clicando en cada uno de los tres parámetros, nos mostrará el gráfico correspondiente. Si te señala algún problema, solúcnalo inmediatamente.



**Errores de URL:** nos muestra el número de errores detectados en URLs de nuestro sitio web y que han impedido a los bots de Google rastrear esas páginas. Nos indica también el tipo de error y nos permite filtrar esos errores por ordenador y por móvil.

La herramienta nos proporciona un listado de todas las URLs, con su tipo de error y la fecha en la que fue detectado por última vez. De esta forma, podemos tenerlos controlados, arreglarlos y marcarlos a continuación como solucionados.

Vemos que aquí, por ejemplo, nos indica que ha detectado 528 URLs que no se encuentran.

El caso de unareceta.com es más complejo porque este sitio web es el resultado de una fusión de 200 webs de una MBN (Money Blob Network).

### Errores de URL

Estado: 22/04/17

Escritorio <sup>?</sup> Smartphone <sup>?</sup>

Error del servidor <sup>?</sup>	Error 404 leve <sup>?</sup>	No se encuentra <sup>?</sup>	Otros <sup>?</sup>
0	1	528	1

Las 1.000 páginas principales con errores

Descargar **MARCAR COMO SOLUCIONADOS (1)** Filtrar

Mostrar 25 filas 1-25 de 528 < >

<input type="checkbox"/>	Prioridad <sup>?</sup>	URL	Código de respuesta	Detectado
<input checked="" type="checkbox"/>	1	bechamel-vegano/	404	20/04/17
<input type="checkbox"/>	2	langostinos-al-curry/	404	21/04/17
<input type="checkbox"/>	3	bacalao-la-vizcaina-con-garbanzos-2/	404	21/04/17

Vemos que el error que nos indica es del tipo 404, que significa que la URL “no está operativa”. No es un error muy grave, pero sí un problema de usabilidad, por lo que aquí lo mejor es [hacer una redirección](#) para que los usuarios puedan seguir navegando.

## 8.2 Estadísticas de rastreo

Aquí podemos ver la actividad que la arañas o robots de Google han realizado en nuestro sitio web en los últimos 90 días:

- Las páginas rastreadas al día
- Los kilobytes descargados al día
- Tiempo de descarga de una página (milisegundos)

Para que podamos hacernos una idea de si estas estadísticas de rastreo están bien, mal o regular, en el gráfico de cada actividad se incluyen los datos de lo que se consideraría “alto”,

“normal” o “bajo” para nuestro sitio web.

## Estadísticas de rastreo

Actividad de Googlebot en los últimos 90 días

### Páginas rastreadas al día



Alto	Normal	Bajo
228.660	78.290	2.216

### Kilobytes descargados al día



Alto	Normal	Bajo
715.869	298.219	71.353

### Tiempo de descarga de una página (en milisegundos)



Alto	Normal	Bajo
562	325	154

## 8.3 Explorar como Google

¿Alguna vez te has preguntado que es exactamente lo que ve Google cuando sus robots acceden a tu sitio web? ¿Cuál es el recorrido que hacen? ¿Qué pasa cuando se encuentran con algo que les bloquea el acceso?

Con esta opción de la herramienta, tenemos la posibilidad de [explorar nuestra web como lo hace Google](#).

- Panel de control
- Mensajes (3)
- ▶ Apariencia en el buscador
- ▶ Tráfico de búsqueda
- ▶ Índice de Google
- ▼ Rastreo
  - Errores de rastreo
  - Estadísticas de rastreo
  - Explorar como Google**
  - Probador de robots.txt
  - Sitemaps
  - Parámetros de URL
  - Problemas de seguridad
  - Otros recursos

## Explorar como Google

Consulta cómo procesa Google las páginas de tu sitio web. [Más información](#)

https://unareceta.com/

Deja la URL en blanco para recuperar la página principal. Las solicitudes pueden tardar unos minutos en procesarse.

Escritorio
OBTENER
OBTENER Y PROCESAR

Haz clic en una fila para ver los detalles de un intento de obtención

Mostrar 25 filas 1-2 de 2 < >

Ruta	Tipo de robot de Google	Procesamiento solicitado	Estado	Fecha:
/	Escritorio	✓	<span style="color: green;">✔</span> Completada parcialmente	19/4/17 2:06 >>
/	Escritorio	✓	<span style="color: green;">✔</span> Completada parcialmente	Se ha solicitado la indexación de la URL y de las páginas enlazadas 16/10/16 13:09 >>

## 8.4 Probador de robots.txt

Los robots.txt son unos archivos que indican a las arañas de Google **qué partes de nuestra web no queremos que indexen**.

¿Nos interesa que Google no nos indexe algunas páginas? Pues sí. Por ejemplo, aquellas que sean más de uso interno o que no aporten nada de valor para el usuario. Si le indicamos a Google que no indexe ese tipo de páginas, estaremos **optimizando el tiempo que sus arañas pasan rastreando nuestra web**, para que directamente accedan a las páginas que Sí nos interesa indexar.

Y esto lo hacemos en nuestra web con [los archivos robots.txt](#).

Con esta función de Search Console, podemos comprobar si tenemos errores con nuestros robots.txt y, en caso necesario, podemos editar la información de estos archivos.

## Probador de robots.txt

Edita tu archivo robots.txt y comprueba que no tenga errores. [Más información](#)

Última versión vista el 8/4/17 21:30 Proceso correcto (200) 67 bytes ▾

[Ver el archivo robots.txt publicado](#)

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /wp-admin/
3 Allow: /wp-admin/admin-ajax.php
4
```

✖ 0 errores ⚠ 0 advertencias

Enviar

<https://unareceta.com/>

Googlebot ▾

PROBAR

## 8.5 Sitemaps

Ya hemos hablado antes de los sitemaps y hemos visto cómo enviar nuestro mapa web a Search Console para facilitarle el rastreo de nuestra web a las arañas de Google.

En este apartado, podemos comprobar el seguimiento que Google hace de nuestro sitemap y **verificar si nos está indexando las páginas que le hemos indicado que queremos que nos indexe**. Estos datos nos los aporta a nivel de páginas y de imágenes.

Es normal que no se indexen todas las páginas enviadas pero el porcentaje debería ser alto. En su caso, la herramienta nos indicará qué tipo de error ha detectado al rastrear las páginas incluidas en nuestro sitemap para poder arreglarlo.

## Sitemaps

AÑADIR O PROBAR SITEMAP

Mis sitemaps (0)

Todos (1)

### Contenido de los sitemaps

Todos los tipos de contenido

■ Enviado

■ Indexadas

Páginas web

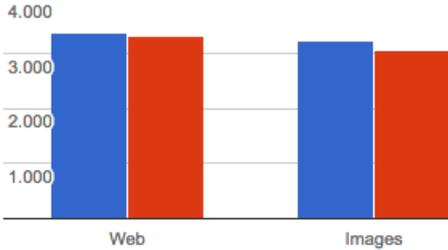
3.370 Enviado

3.305 Indexadas

Images

3.230 Enviado

3.054 Indexadas



### Sitemaps (Todos los tipos de contenido)

Descargar todo

Volver a enviar

Eliminar

Mostrar

25 filas

1-1 de 1

< >

<input type="checkbox"/>	#	Sitemap	Tipo	Fecha de procesamiento	Incidencias	Elementos	Enviado	Indexadas
<input type="checkbox"/>	1	<a href="#">/sitemap_index.xml</a>	Índice de sitemaps	22 de abr. de 2017	-	Web	3.370	3.305
						Images	3.230	3.054

## 8.6 Parámetros de URL

En este apartado, podemos verificar si tenemos algún problema relacionado con la **duplicidad de nuestras URLs** y podemos configurar los parámetros que nos interesa que Google tenga en cuenta para evitar estos problemas.

Este tipo de problemas pueden darse al poner a disposición de los usuarios el mismo contenido en distintas URLs, por ejemplo si a esa URL se puede acceder desde los resultados de búsqueda de Google pero también desde un buscador interno de nuestra propia web. Realmente tendríamos el mismo contenido, pero la URL se habría duplicado con alguna pequeña variación.

Consecuencia: Google identificaría esto como **contenido duplicado** cuando realmente no lo es.

El mismo Google nos pone este ejemplo para que puedas hacerte una idea de en qué casos podrían darse estas situaciones:

## Ejemplo

Las URL siguientes señalan al mismo contenido: una colección de vestidos verdes. Sin embargo, algunas de estas páginas se podrían organizar o filtrar con algunas pequeñas diferencias.

```
http://www.example.com/products/women/dresses/green.htm
http://www.example.com/products/women?category=dresses&color=green
http://example.com/shop/index.php?
product_id=32&highlight=green+dress&cat_id=1&sessionid=123&affid=431
```

Para evitar estos problemas, desde Search Console podemos indicarle a Google los parámetros que debe tener en cuenta a la hora de rastrear y procesar ciertas URLs.

## Parámetros de URL

Actualmente no se están produciendo incidencias relacionadas con la cobertura del rastreo del contenido de tu sitio por parte de Googlebot, por lo que no es necesario que configures parámetros de URL. (Si se configuran parámetros de forma incorrecta, es posible que no se incluyan algunas páginas de tu sitio en nuestro índice, por lo que te recomendamos que solo utilices esta herramienta cuando sea necesario).

Utiliza esta función únicamente si conoces bien el funcionamiento de los parámetros. Si excluyes URL erróneamente, podrían desaparecer muchas páginas de los resultados de búsqueda.

[Configurar parámetros de URL »](#)

Ayuda a Google a rastrear tu sitio con mayor eficacia indicando cómo se deben gestionar los parámetros de tus URL. [Más información](#)

Utiliza esta función únicamente si conoces bien el funcionamiento de los parámetros. Si excluyes URL erróneamente, podrían desaparecer muchas páginas de los resultados de búsqueda.

### Añadir parámetro

**Parámetro** (se distingue entre mayúsculas y minúsculas)

¿Este parámetro cambia el contenido de la página que se muestra al usuario?

- Seleccionar
- No, no influye en el contenido de la página (por ejemplo, uso de seguimientos).
- Sí, cambia, reordena o restringe el contenido de la página.

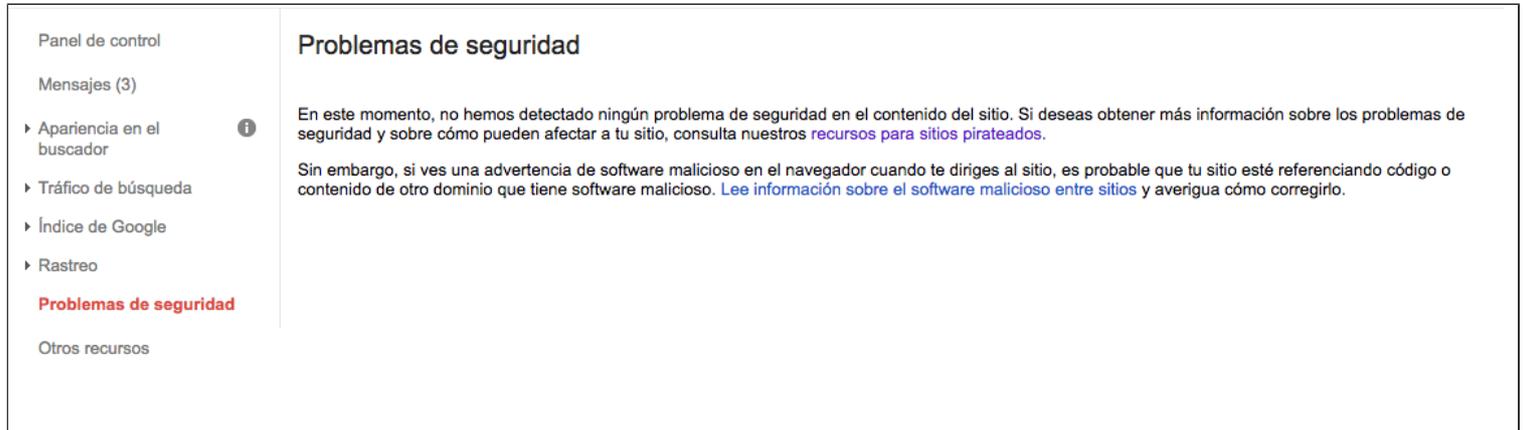
workspace 102 Dejar que el robot de Google decida

¡¡¡MUCHO OJO AQUÍ!!!

Antes de configurar nada, te recomiendo que revises bien [la información de ayuda de Google sobre los parámetros de URL](#). Si te equivocas al indicarle a Google que algo es contenido duplicado cuando no lo es, no rastreará y no indexará esa URL, por lo que no estará disponible desde sus resultados de búsqueda.

# 9.- Problemas de seguridad

Aquí lo mejor que te puede pasar es que te aparezca este mensaje, que te confirmará que todo está en orden.



Panel de control

Mensajes (3)

- ▶ Apariencia en el buscador
- ▶ Tráfico de búsqueda
- ▶ Índice de Google
- ▶ Rastreo
- Problemas de seguridad**
- Otros recursos

### Problemas de seguridad

En este momento, no hemos detectado ningún problema de seguridad en el contenido del sitio. Si deseas obtener más información sobre los problemas de seguridad y sobre cómo pueden afectar a tu sitio, consulta nuestros [recursos para sitios pirateados](#).

Sin embargo, si ves una advertencia de software malicioso en el navegador cuando te diriges al sitio, es probable que tu sitio esté referenciando código o contenido de otro dominio que tiene software malicioso. [Lee información sobre el software malicioso entre sitios](#) y averigua cómo corregirlo.

En caso de detectar alguna **incidencia de seguridad o software malicioso en nuestro sitio web**, Google Search Console nos lo notificará para que podamos verificarlo y arreglarlo.



google example.com

Web Imágenes Maps Shopping Más \* Herramientas de b

Aproximadamente 2.980.000.000 resultados (0,25 segundos)

[Pensamiento Profundo: El sentido de la vida, el universo y todo](#)  
[www.example.com/](#) ▼

**Este sitio puede dañar tu ordenador.**

101010 es el número del número atómico del molibdeno. Es un número compuesto que tiene los siguientes factores propios: 1, 2, 3, 6, 7, 14 y 21. Como la suma de su

google example.com

Web Imágenes Maps Shopping Más \* Herramientas de b

Aproximadamente 2.980.000.000 resultados (0,25 segundos)

[Pensamiento Profundo: El sentido de la vida, el universo y todo](#)  
[www.example.com/](#) ▼

**Este sitio puede haber sido comprometido.**

101010 es el número del número atómico del molibdeno. Es un número compuesto que tiene los siguientes factores propios: 1, 2, 3, 6, 7, 14 y 21. Como la suma de su

# 10.- Otros recursos

Terminamos el recorrido por Search Console (Google Webmaster Tool) con esta sección, en la que Google nos presenta otras herramientas y recursos propios para mejorar el rendimiento de nuestro sitio web.



Panel de control

Mensajes (3)

▶ Apariencia en el buscador

▶ Tráfico de búsqueda

▶ Índice de Google

▶ Rastreo

Problemas de seguridad

**Otros recursos**

## Otros recursos

[Herramienta de Prueba de Datos Estructurados](#)

La herramienta de prueba de datos estructurados te permite comprobar si Google puede analizar el marcado de los datos estructurados y mostrarlo correctamente en los resultados de búsqueda.

[Asistente de marcado de datos estructurados](#)

¿No tienes claro cómo añadir marcado de datos estructurados a HTML? Prueba esta herramienta de apuntar y hacer clic.

[Comprobador de marcado de correo electrónico](#)

Valida el contenido de datos estructurados de un correo electrónico HTML con el Comprobador de marcado de correo electrónico.

[Google My Business](#)

Asegúrate de que tu empresa tenga un gran aspecto en Búsqueda de Google, en Maps y en Google+ gratis.

[Google Merchant Center](#)

Google Merchant Center te permite subir los datos de tus productos a Google y ponerlos a disposición de otros servicios de Google, como Google Shopping.

[PageSpeed Insights](#)

Utiliza PageSpeed Insights para descubrir cómo hacer que tus páginas web se ejecuten con rapidez en todos los dispositivos.

[Motores de búsqueda personalizados](#)

Utiliza la potencia de Google para crear una experiencia de búsqueda personalizada para su propio sitio web.

[Dominios de Google](#)

Pon un nombre al dominio y crea un sitio web con Dominios de Google.

[Academia para webmasters](#)

Aprende a crear un sitio web fantástico, con contenido valioso y que se pueda encontrar en Búsqueda de Google.