



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Análisis del posicionamiento web de un
restaurante de Zaragoza
Analysis of web positioning of a restaurant in
Zaragoza

Autor/es

Javier Alonzo Palacios Rojas

Director/es

Vicente Torres Sanz

Facultad de Economía y Empresa
Año 2022/23

INFORMACIÓN Y RESUMEN

Autor del trabajo: Javier Alonzo Palacios Rojas

Director del trabajo: Vicente Torres Sanz

Título del trabajo: Análisis del posicionamiento web de un restaurante de Zaragoza

Title: Analysis of web positioning of a restaurant in Zaragoza

Titulación: Marketing e Investigación de Mercados

Resumen/Abstract

El presente Trabajo de Fin de Grado se enfoca en el posicionamiento en motores de búsqueda y su aplicación en la página web del restaurante mejor valorado en Tripadvisor de Zaragoza. En primer lugar, se presentan los conceptos necesarios para comprender el tema, abarcando qué son los buscadores web y qué es el posicionamiento web (SEO), explicando sus diferentes tipos (*SEO on page*, *off page* y técnico), así como las técnicas y estrategias para mejorar en estos. También se detalla qué es el SEM y su funcionamiento.

Posteriormente, se realiza un análisis detallado de la página web de MiniGolf Zaragoza mediante el uso de la herramienta Ubersuggest para evaluar su posicionamiento actual e identificar aspectos a mejorar. En base a estos datos, se proponen recomendaciones para abordar los problemas identificados y mejorar su posicionamiento web.

This End of Degree essay focuses on search engine optimization and its application on the website of the top rated restaurant in Zaragoza on TripAdvisor. Firstly, the necessary concepts are presented to understand the topic, including what web search engines are and what SEO is, explaining its different types (on page SEO, off page SEO and technical SEO), as well as techniques and strategies to improve them. It also details what SEM is and how it works.

Subsequently, a detailed analysis of the MiniGolf Zaragoza website is carried out using Ubersuggest tool to evaluate its current positioning and identify areas for improvement. Based on this data, recommendations are proposed to address the identified problems and improve its website positioning.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	6
1.1. Objetivos	8
1.1.1. Objetivo general	8
1.1.2. Objetivos específicos	8
1.2. Trascendencia	8
1.3. Contenidos del trabajo	9
CAPÍTULO 2: DESARROLLO	9
2.1. Marco teórico	9
2.1.1. Motores de búsqueda	9
2.1.2. Estrategia SEO (posicionamiento web)	11
2.1.3. Estrategia SEM	16
2.1.4. Herramientas para mejorar el posicionamiento web	17
2.2. Análisis y propuestas para el posicionamiento web	17
2.2.1. Auditoría del sitio web	18
2.2.2. Ideas palabras clave	33
2.2.3. Análisis de palabras clave	36
2.2.4. Sitios web similares	36
2.2.5. Redactor IA	37
2.2.6. Competidores	38
CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES	40
CAPÍTULO 4: BIBLIOGRAFÍA	41

Índice de gráficos

Gráfico 1. Cuota de mercado de motores de búsqueda a nivel mundial	10
Gráfico 2. Cuota de mercado de motores de búsqueda a nivel mundial por país.....	10

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Metatags en los resultados de búsqueda de Google	15
Ilustración 2. Rich snippet en los resultados de búsqueda de Google	15
Ilustración 3. Resultados de búsqueda pagados en Google	17
Ilustración 4. Ubersuggest dashboard en Google	18
Ilustración 5. Ubersuggest auditoría del sitio	18
Ilustración 6. Auditoría del sitio MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	19
Ilustración 7. Velocidad del sitio web en ordenadores MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	20
Ilustración 8. Velocidad del sitio web en dispositivos móviles MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	20
Ilustración 9. Páginas de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	21
Ilustración 10. Páginas de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	22
Ilustración 11. Página “¡Hola, mundo!” de MiniGolf Zaragoza	22
Ilustración 12. Página de Minigolf Zaragoza sin información	23
Ilustración 13. Páginas de MiniGolf Zaragoza con problemas	23
Ilustración 14. Páginas sin contenido de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest.....	24
Ilustración 15. Página sin información relevante de MiniGolf Zaragoza.....	24
Ilustración 16. Problemas SEO de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	25
Ilustración 17. Meta títulos duplicados de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	25
Ilustración 18. Página marcada no follow de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest.....	26
Ilustración 19. Páginas sin meta descripción de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest ...	26
Ilustración 20. Páginas con meta título corto de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest...	27
Ilustración 21. Página con URL mal formateada de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	27
Ilustración 22. Recomendaciones SEO de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest.....	27
Ilustración 23. Análisis de tráfico de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	28
Ilustración 24. Ranking de las palabras clave de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest...	29
Ilustración 25. Páginas principales de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	29

Ilustración 26. Todas las páginas de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	30
Ilustración 27. Palabras clave de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	30
Ilustración 28 Backlinks de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest.	31
Ilustración 29. Backlinks de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	31
Ilustración 30. Palabras clave por posición SEO de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	33
Ilustración 31. Ideas de palabra clave por menor dificultad SEO para Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	34
Ilustración 32. Ideas de palabra clave por volumen para Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	34
Ilustración 33. Ideas de palabra clave filtradas para Minigolf Zaragoza en Ubersuggest	35
Ilustración 35. Análisis de las palabras clave "restaurante zaragoza" en Ubersuggest ..	36
Ilustración 36. Sitios web similares a MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	37
Ilustración 37. Sitios web similares a MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest	37
Ilustración 38. Auditoría de La Bodega de Chema en Ubersuggest.....	38
Ilustración 39. Auditoría de la Mazmorra by Macera en Ubersuggest.....	38
Ilustración 40. Backlinks de La Bodega de Chema en Ubersuggest	39
Ilustración 41. Backlinks de Mazmorra by Macera en Ubersuggest.....	39

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

En estas últimas décadas, Internet ha sido una revolución que ha facilitado el acceso a la información de todo tipo. Si surge algún tipo de duda sobre algún tema, lo primero que se suele hacer es buscarla a través de Google, el buscador más famoso y utilizado de todos los existentes (Castro, 2021), y esto ha sido incrementado en los últimos años por el hecho de que todo el mundo posee teléfonos móviles inteligentes por los que se puede acceder de forma más rápida a Internet.

Teniendo en cuenta lo anterior, fueron muchos los negocios físicos que dieron el salto a Internet, para que los usuarios los puedan encontrar fácilmente mediante su página web, donde podían encontrar más información sobre ellos. Los que se dedicaban a la venta de bienes incluyeron la compra de forma online, mientras que los del sector de servicios incluyeron reservas, y también se registraron en Google Maps, ya que esta es la herramienta más utilizada en lo referido a búsqueda de ubicaciones, posteriormente aparecieron los negocios únicamente online.

Las páginas web son fundamentales en el sector de hostelería y restauración, ya que es el lugar donde más información se puede encontrar sobre el lugar buscado, concretando en los restaurantes, se observa que enseñan la carta de la que disponen, algunos muestran sus precios, detallan sus ingredientes y/o hablan de su historia. También pueden ofrecer la opción de hacer un pedido o de reservar mesa, la mayoría suele apostar por un enfoque visual mediante fotos de sus platos o de sus establecimientos, ya que lo que más llama la atención a todas las personas son las imágenes.

Un dato a tener en cuenta sobre las páginas web es el lugar en el que aparecen en el buscador utilizado, la primera página del buscador es prácticamente el único que se tiene en cuenta, incluso son los primeros puestos los más visitados, es por ello que el posicionamiento web es fundamental porque trata la presencia en Internet y se puede hacer una gran diferencia, si se hace bien se podrá alcanzar el éxito, pero si se hace mal será la pérdida de una gran oportunidad.

Debido a la gran cantidad de opciones a elegir entre todos los negocios, se crearon varias páginas web que engloban varios sectores y que contengan las opiniones de los propios

clientes para saber si merece la pena o no. Tripadvisor es una página estadounidense que brinda recomendaciones y opiniones de viajeros sobre hoteles, restaurantes, atracciones turísticas, vuelos y cruceros. Fue fundado en el año 2000, cuenta con más de 860 millones de opiniones y comentarios de sus usuarios, además dispone de 28 idiomas, es por ello por lo que es la plataforma más grande y popular del mundo en su sector (Acerca de Tripadvisor, s.f.). Su éxito también se refleja en su aplicación para móviles donde se puede verificar a través de Google Play que cuenta con más de 100 millones de descargas, todo lo mencionado ha hecho posible que esta plataforma sea considerada como un referente en su sector, incluso ha recibido reconocimientos a lo largo de los años por su contribución, de los cuales destacan:

- Premio Webby. Tripadvisor ganó este premio en el año 2006, y estuvo nominado en el año 2014. Estos premios reconocen a las mejores páginas web, aplicaciones móviles, anuncios, entre otras categorías online.
- Selección de nuestros expertos y Selección Editorial. Este es un reconocimiento que otorga la Google Play y la App Store para destacar las aplicaciones más relevantes, esta distinción se hace visible al entrar a la app de Tripadvisor en dichas plataformas y a fecha de este trabajo se mantiene dicho reconocimiento.

Además, esta plataforma otorga anualmente los premios Travelers' Choice, que reconocen a los mejores hoteles, restaurantes, entre otros en base a los comentarios de sus usuarios (Travelers' Choice 2023, s.f.).

La importancia de Tripadvisor para los restaurantes reside en que les da la oportunidad de alcanzar una audiencia global de amantes de la comida, personas que no sepan dónde comer ya sean viajeros o residentes locales. A través de la plataforma, los restaurantes pueden publicar información sobre su menú, horarios, precios y fotos para atraer nuevos clientes. Además, los usuarios de esta plataforma pueden dejar sus comentarios y opiniones sobre su experiencia en los mismos, acompañado de una puntuación en estrellas, lo que les permite recibir retroalimentación y así mejorar su oferta.

Es por todo lo comentado anteriormente que Tripadvisor ha sido elegido para llevar a cabo este trabajo. Concretamente se hará uso de un recurso que ofrece, se trata de una lista de los mejores restaurantes según la ciudad seleccionada, en este caso Zaragoza, con el fin de decidir al mejor restaurante para analizar su página web.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo general

Mediante los análisis, se busca saber cómo está posicionada la página web del restaurante de Zaragoza con mejor puntuación en Tripadvisor.

1.1.2. Objetivos específicos

- Instruir en los conocimientos técnicos y teóricos sobre posicionamiento web.
- Enseñar a utilizar herramientas específicas para el posicionamiento web.
- Analizar la eficacia de la estrategia de optimización para motores de búsqueda (SEO) de la página del restaurante seleccionado.
- Proporcionar recomendaciones para mejorar su visibilidad online.
- Descubrir si existe una relación entre su posición en Tripadvisor y su posicionamiento web.
- Investigar las diferencias SEO de sus competidores

1.2. Trascendencia

Este trabajo busca realizar el análisis de una página web de un restaurante de Zaragoza, concretamente el de mayor clasificación de Zaragoza en Tripadvisor, es de gran interés empresarial para todas las entidades que tengan una página web y además quieran mejorar su posicionamiento para llegar a ser más conocidos y así tener más clientes/usuarios, incluyendo al negocio seleccionado y a su competencia.

También puede ser de utilidad a quienes estén interesados en el tema del SEO y su funcionamiento, ya que primero se explicarán todos los conceptos necesarios sobre el tema de forma sencilla y clara para posteriormente comprender su utilidad. En la práctica se explicará en detalle cómo llevar a cabo un análisis empleando una plataforma adecuada, accesible y fácil de entender para todas las personas interesadas. Además, se enseñará cómo interpretar la información proporcionada para poder utilizarla en las mejoras hacia el posicionamiento.

Por lo tanto, todo el contenido expuesto en este trabajo podrá ser de gran provecho debido a la importancia del SEO en la actualidad, ya que el mercado online está en continuo crecimiento y cabe la posibilidad de que haya empresas que ofrezcan los mejores bienes, servicios o contenidos, pero si no consiguen aparecer en las primeras entradas de los buscadores será como si no existieran, (Rodríguez, s.f.).

1.3. Contenidos del trabajo

La elaboración de este trabajo consta de cuatro capítulos, empezando por la Introducción, en la que se realiza la presentación del tema a tratar junto a sus objetivos generales y específicos. Además, se desarrolla la Trascendencia del trabajo, donde se detalla las aplicaciones y utilidad de este trabajo.

El siguiente capítulo es el Desarrollo, está dividido en dos apartados, el marco teórico y el práctico, en el primero se encuentran las explicaciones sobre qué son los motores de búsqueda, el posicionamiento web junto a los diferentes tipos de SEO y sus estrategias, la estrategia SEM y por último la plataforma utilizada para el análisis indicando porqué ha sido elegida. El marco práctico está compuesto por el análisis y las propuestas para la página web escogida, explicando paso por paso como ejecutar la herramienta mencionada, haciendo énfasis en la interpretación de toda la información y cómo usarla para mejorar y solucionar todos los problemas.

El tercer capítulo es el de Conclusiones, en donde se rescatan las reflexiones de este trabajo, relacionándolos con los objetivos, incidiendo en su utilidad y explicando las limitaciones encontradas.

Por último, se encuentra el capítulo de Bibliografía donde está la lista de fuentes de información empleadas para este proyecto.

CAPÍTULO 2: DESARROLLO

2.1. Marco teórico

En este apartado se explican los conceptos necesarios para entender todos los factores que influyen en el desarrollo del proyecto.

2.1.1. Motores de búsqueda

También conocidos como buscadores web o buscadores en línea, son herramientas fundamentales para encontrar información en Internet, están automatizados para que coloquen enlaces relacionados a lo buscado en base a ciertas características, las cuales determinarán la posición en la que aparecerá el enlace. Estos sistemas cada día son más acertados en ofrecerte la información que buscas, es por ello por lo que es inmensa la cantidad de gente que los utiliza.

Los motores de búsqueda más populares son: Google, Bing, Yahoo!, Yandex, Baidu y DuckDuckGo, entre otros, siendo el primero el más utilizado hasta la fecha de realización de este trabajo, ya que según Statcounter (servicio web de medición de tráfico web), este tiene más del 92% del mercado (Search Engine Market Share Worldwide, 2023) y se estima que son más de 5.000 millones de búsquedas diarias a través de Google. Como se puede observar en el gráfico 1, la diferencia entre Google y el resto es considerable.

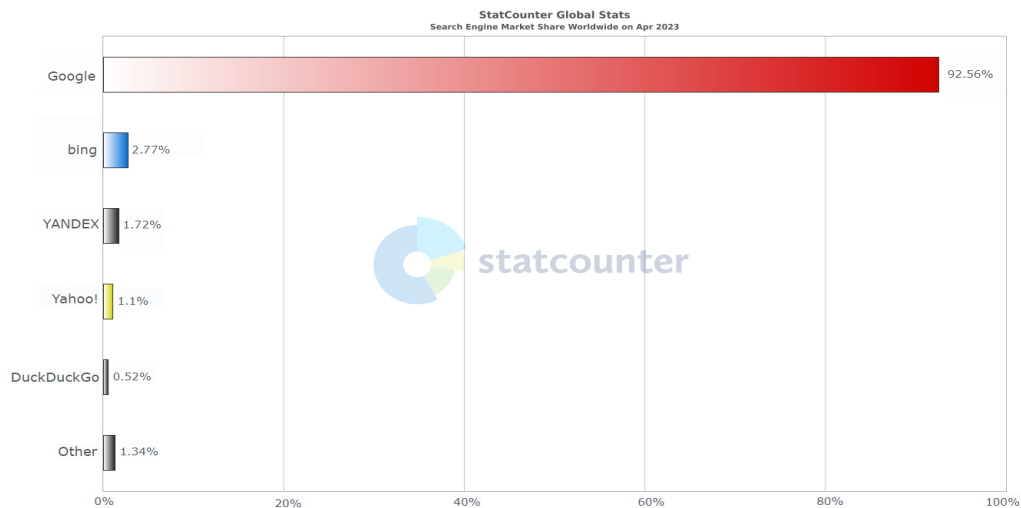


Gráfico 1. Cuota de mercado de motores de búsqueda a nivel mundial

Fuente: Statcounter (2023)

Respecto a su uso por país y según los datos de Statcounter, como se ve en el gráfico 2, Google se mantiene como líder en todos los países excepto Rusia y China.

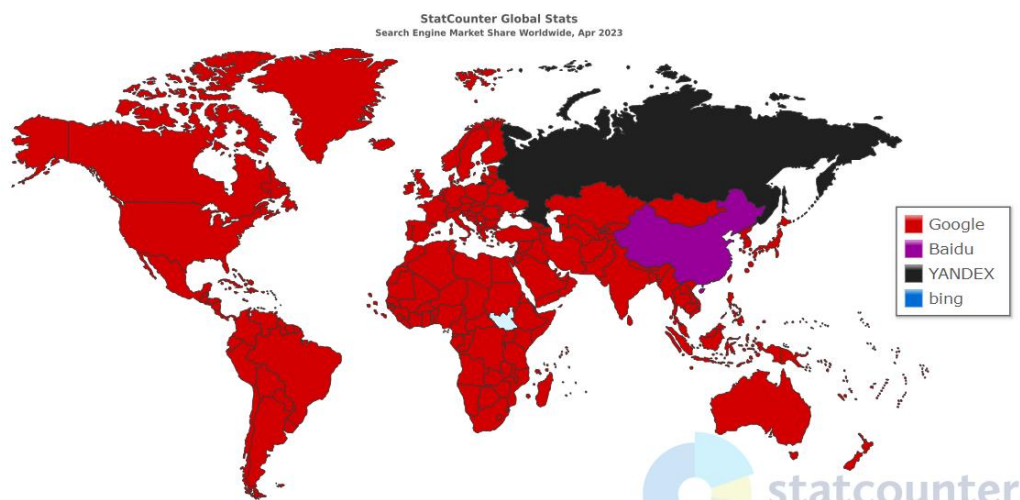


Gráfico 2. Cuota de mercado de motores de búsqueda a nivel mundial por país

Fuente: Statcounter (2023)

2.1.2. Estrategia SEO (posicionamiento web)

El posicionamiento web se refiere a la posición que ocupa una página web en los resultados de los motores de búsqueda (también llamado SERP, *Search Engine Results Page*) cuando se busca el tema relacionado a dicho sitio web, aunque también es conocido como SEO (Search Engine Optimization) lo que se traduce como Optimización para Motores de Búsqueda, por ende, la estrategia SEO trata del conjunto de técnicas que sirven para mejorar el posicionamiento web, es decir, lograr una posición más alta en los motores de búsqueda.

Existen 3 tipos de SEO (Morrall Quintana, 2018):

- **SEO Off Page:** hace referencia a las técnicas que se aplican fuera de la página web, son factores complejos de controlar que afectan al SEO, se encuentran la creación de enlaces externos (*backlinks*) que apuntan hacia la página web con posición a mejorar y el uso de otros sitios web para que promocionen su contenido.
- **SEO On Page:** se trata de las técnicas aplicadas dentro del sitio web para optimizar tanto su contenido como su estructura, con el fin de que los motores de búsqueda lo puedan entender mejor y así clasificarlo adecuadamente en los resultados de búsqueda, es por ello que son los factores que sí son controlables por el responsable de la web como las palabras claves, la calidad del contenido, entre otros.
- **SEO Técnico:** gira en torno a las técnicas para llevar a cabo una optimización técnica de la página web, por ejemplo, la estructura de las URL, la velocidad de carga, la seguridad, o la compatibilidad entre distintos dispositivos.

Los aspectos del SEO Off Page que se pueden analizar son:

- Enlaces externos (*backlinks*).

Se les conoce también como enlaces entrantes o *inbound links*, son los enlaces desde otras páginas web que apuntan hacia la web que se está optimizando, también se debe tener en cuenta que los motores de búsqueda premian la calidad de estos enlaces con una mejor posición. Existen dos tipos principales de enlaces:

- *Do follow*: permite a los buscadores web seguir este enlace y acceder al sitio web de destino, todos los enlaces son *do follow* de forma predeterminada.
- *No follow*: indica a los buscadores que no deben seguir el enlace ni dar relevancia a la página de destino, aunque el enlace seguirá funcionando no ayudará al SEO. Para que un enlace sea de este tipo se tiene que especificar en el código HTML del enlace.

- *Link building*.

Es el proceso de conseguir los enlaces externos, en concreto que estén marcados como *do follow*.

En todas las estrategias de *Link Building* se tienen que seleccionar sitios web con la misma temática a la web a posicionar para que los motores de búsqueda no consideren el enlace como de baja calidad, además se recomienda que las webs escogidas para poner el *backlink* tengan autoridad, calidad y originalidad. Las estrategias más conocidas son:

- **Artículos invitados (*guest blogging*)**: trata de publicar un artículo de calidad en un blog o sitio web en el cual se pondrá un enlace, el propietario tendrá que dar el visto bueno al artículo para su posterior publicación.
- **Artículos promocionados (*article marketing*)**: esta técnica se parece a la anterior, pero en lugar de un artículo de calidad se centra en uno de contenido promocional para la página web a posicionar.
- **Comentar en blogs y foros**: se trata de utilizar los comentarios para aportar utilidad para así evitar que el enlace adjunto no sea marcado como *no follow*.
- **Directorios**: son páginas web especializadas en recopilar información sobre otros sitios web, sirven de ayuda a los usuarios a encontrar webs relevantes en función a lo que necesiten, esto proporciona enlaces externos.
- **Enlaces recíprocos (*reciprocal links*)**: son el intercambio de enlaces, pero parte de dos sitios web, pero son poco eficaces y están muy controlados.
- **Redes sociales**: en general, los enlaces que proporcionan están marcados como *no follow* por lo que no influyen directamente en el SEO, pero ayuda a aumentar el tráfico y a tener más reconocimiento.

- Revisar enlaces externos rotos.

Tener enlaces que ya no llevan a ninguna página afecta negativamente tanto a la página que contiene dicho enlace como a la página a la que dirigía.

- Buena reputación online.

Esto se logra con la creación de contenido original y de calidad, es decir, útil y relevante. Además, lo mencionado en el *link building*, también puede proporcionar una buena reputación.

Las características que se tienen en cuenta para la estrategia SEO On Page:

- Palabras clave (*keywords*).

Se trata de las palabras o frases que se eligen para que se relacionen a la página web (se fijarán en los metatags) y son referidas al tema de la página para que el motor de búsqueda sepa que su contenido contiene la respuesta a la cuestión especificada por las *keywords*.

Se debe evitar las que sean muy generales o demasiado específicas. Y se deben tener en cuenta:

- Los objetivos del negocio de la página a posicionar.
- Las investigaciones de mercados, estas pueden ser de utilidad para conseguir datos sobre las *keywords* que se emplean para buscar productos o servicios relacionados a la página que quiere mejorar en SEO. Al estudiar a la competencia también se puede averiguar las palabras clave utilizadas por la competencia y las incluidas en las campañas publicitarias.

Otros factores de relevancia para la fijación de *keywords* son:

- Pensar como los clientes, ponerse en el lugar de los consumidores que quieren comprar un producto o contratar el servicio mediante una búsqueda en línea, pensando qué palabras se utilizarían para llegar a su objetivo.
- Hacer uso de sugerencias de los buscadores, ver las búsquedas relacionadas con herramientas como Google Trends y recopilar datos con Google Analytics, entre otras páginas de utilidad.

- Incluir las *keywords* adecuadas al enlace en un *anchor text* (es el texto que lleva el *link*).
- Incluir las *keywords* en las URL y en las etiquetas de texto alternativo de las imágenes.
- Utilizar las *keywords* en las primeras 200 palabras de la página y en sus títulos.

- Metatags

Son etiquetas HTML que proporcionan información adicional a los motores de búsqueda sobre el contenido de la página web. Si se emplea WordPress se necesitarán *plugins* para acceder a ellos. Son los siguientes:

- **Títulos.** Son llamados también meta *title* o meta títulos y aparecen tanto en las pestañas del navegador como en los resultados de los buscadores web como en sitios web externos (Harsel, 2020). Se recomienda que sea relacionado al contenido, atractivo, las *keywords* se deben poner al inicio de éste, se recomienda minimizar las palabras sin contenido como los conectores (preposiciones, artículos...) y una longitud mínima mayor a 30 caracteres y máxima de 70 caracteres.
- **Descripción.** En la meta descripción se debe incluir una explicación que no supere los 155 caracteres (120 para móvil), incorporar 2 o 3 palabras clave más relevantes y atractivas.
- **Dirección URL.** Es aconsejable que sea coherente con el título y descripción, que sea lo más claro posible sin caracteres extraños ni números, que contenga la palabra clave principal y que las palabras estén separadas por guiones.
- **Headings.** Se trata de los encabezados de las páginas web, se sugiere que no haya más de 3 o 4, que el primero sea único por página y además coincida con el título (Best practices for your article pages, s.f.).
- **Metatag keywords.** Se refiere a incluir las palabras clave en el código HTML.
- **Robots meta tag.** Los meta robots sirven para que las páginas que se decidan del sitio web no aparezcan en resultados, por el motivo que sea, como por ejemplo por ser una página de prueba.

- **Rich snippets (fragmentos enriquecidos).** Son la sección que aparece en los buscadores debajo del título de la página y de la meta descripción, su utilidad es dar más información sobre el contenido. Este elemento representa gran parte de las respuestas a búsquedas por voz (¿Cómo afectan las búsquedas de voz al SEO?, 2022)

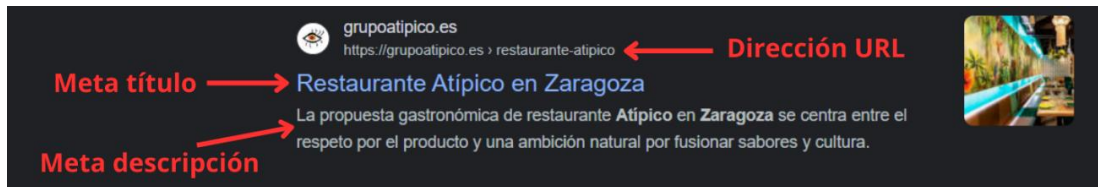


Ilustración 1. Metatags en los resultados de búsqueda de Google

Fuente: elaboración propia a partir de Google



Ilustración 2. Rich snippet en los resultados de búsqueda de Google

Fuente: elaboración propia a partir de Google

Las recomendaciones más importantes para el SEO Técnico:

- Monitorear periódicamente la presencia de la página en los SERP.

Es importante y necesario debido a que la posición en los resultados de búsqueda puede variar por muchos factores, ya sea por el aumento de la competencia online que ocupe los primeros puestos o por malas prácticas en el SEO que hagan bajar su posición. Existen varias plataformas que se pueden ejecutar, tanto de pago como gratis, aunque las gratuitas seguramente contengan limitaciones.

- Reducir el tiempo de carga a 2 o 3 segundos (Mendoza Castro, Velocidad de carga web: Qué es, errores a evitar y mejores herramientas para medirla, 2023), para ello se puede:

- Emplear archivos comprimidos, imágenes ligeras y solo *plugins* imprescindibles.
 - Usar servidores CDN (red de servidores en diferentes ubicaciones geográficas) ya que estos tienen como objetivo ejecutar el más cercano geográficamente para mejorar la velocidad y rendimiento del sitio web.
 - Revisar redirecciones 301. Las redirecciones 301 son una forma de redireccionamiento permanente de una URL a otra, es utilizada cuando se quiere redirigir de la URL de una página antigua a una nueva o para que la página web buscada como http no aparezca como inexistente y se redirija al https. Un mal uso de estas redirecciones como el tener demasiadas puede llevar a una ralentización de carga.
- Revisar y eliminar enlaces rotos.

Estos son enlaces que ya no funcionan porque conducen a páginas que no existen, esto perjudica al SEO por eso se debe eliminar. Además, da una sensación de dejadez.

La importancia de estos elementos citados reside en la visibilidad que obtiene un sitio web al aparecer en los primeros puestos de los motores de búsqueda, esto quiere decir que una gran cantidad de personas puede llegar a conocer tu web gracias a tener una posición alta, lo cual para una empresa se puede convertir en beneficios.

2.1.3. *Estrategia SEM*

Se trata de las estrategias de *Search Engine Marketing* (Marketing de Motores de búsqueda), se refiere a las técnicas utilizadas para mejorar la visibilidad y relevancia del sitio web en los resultados de los buscadores, ya sea con recursos de pago u orgánicos (SEO) (Lyons, 2022). Por lo tanto, generalmente se asocia el SEM a la publicidad pagada en los buscadores, dejando todo lo referido a lo orgánico en el SEO.

Existe el pago por clic (PPC) o coste por clic (CPC), en este modelo publicitario los anunciantes pagan una tarifa cada vez que un usuario hace clic en el anuncio de la página, estos aparecen si se busca algo relacionado a lo anunciado (en base a las palabras clave) y se muestran en la parte superior de los resultados de búsqueda junto a los resultados orgánicos.

Es el anunciante quien puja por las *keywords* que desea, marcando el máximo a pagar por cada clic y esto junto a la calidad del anuncio servirá para decidir en qué posición colocarlo, esto se realiza mediante las herramientas de anuncios de cada buscador como Google Ads o Microsoft Advertising.

Como se puede ver en la imagen, también se resalta que son anuncios con la etiqueta “Ad” que aparece a la izquierda de la URL.



Ilustración 3. Resultados de búsqueda pagados en Google

Fuente: Google

2.1.4. Herramientas para mejorar el posicionamiento web

Se ha elegido Ubersuggest porque es más intuitiva y tiene una gran variedad de opciones interesantes, además ha sido creada por Neil Patel, un experto sobre el SEO de gran reputación. Esta plataforma tiene muchas funcionalidades gratuitas, pero está restringido a 1 búsqueda diaria sin hacer uso de una cuenta, si se decide crear una cuenta o registrarse con Google se puede acceder a 3 búsquedas diarias gratuitas. Además, ciertas opciones están reservadas para entrar con una cuenta.

También hay que tener en cuenta que los buscadores están en constante actualización y pueden cambiar la forma de utilizar el SEO y el SEM, por ende, se debe estar atento a los cambios.

2.2. Análisis y propuestas para el posicionamiento web

Como se ha comentado previamente, para este apartado se ha hecho uso de Tripadvisor, concretamente su lista de “Los restaurantes más populares en Zaragoza”, donde se encuentran los restaurantes ordenados por la clasificación más alta dentro de esta plataforma, se ha elegido el que a la fecha de realización de este trabajo aparece el primero: El Restaurante Minigolf Zaragoza <https://minigolfzaragoza.es/>.

Para empezar con el análisis, se tiene que entrar a Ubersuggest Dashboard para poder seleccionar la primera opción de análisis.

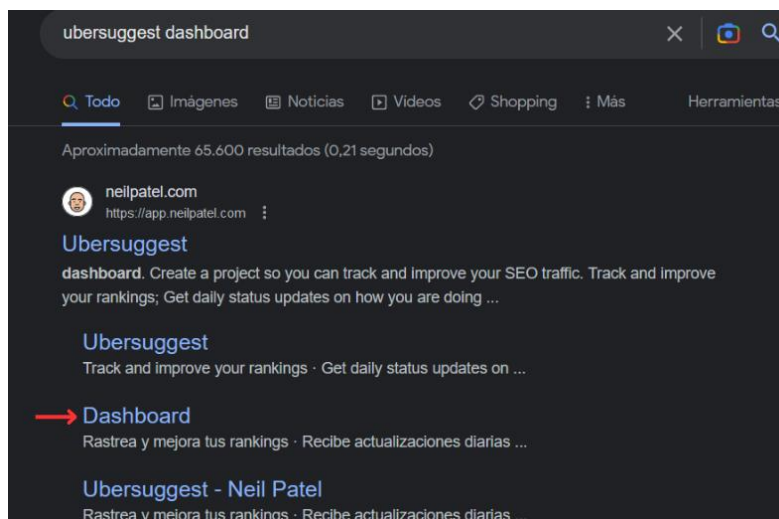


Ilustración 4. Ubersuggest dashboard en Google

Fuente: Google

2.2.1. Auditoría del sitio web

Se hace clic en “Auditoría del sitio” que aparece en el menú de la izquierda de Ubersuggest. Una vez en esa sección se escribe la URL donde indica, tiene que aparecer al lado “Dominio” y se presiona “Buscar”, este proceso puede tardar aproximadamente 10 minutos.

Cabe destacar que este rastreo se podrá hacer solo una vez gratuitamente, si se quiere rastrear de nuevo para comprobar cambios se tendrá que pagar ya que esta plataforma puede detectar auditorías repetidas por parte de un mismo usuario, por lo que mostrará la primera realizada y no una nueva.

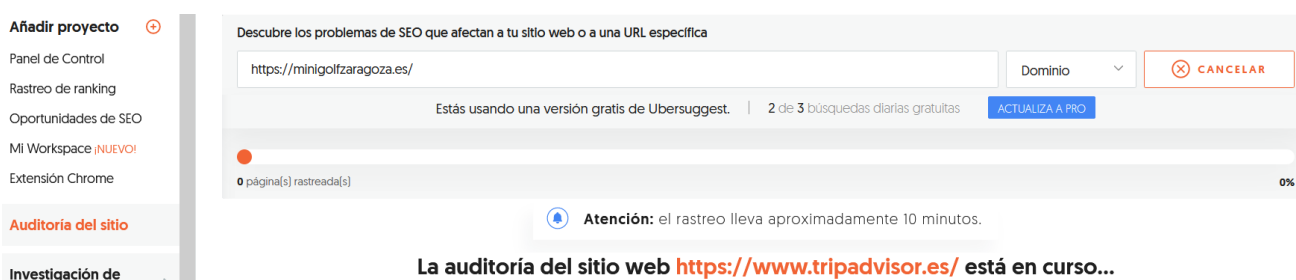


Ilustración 5. Ubersuggest auditoría del sitio

Fuente: Ubersuggest

Como se puede observar en la ilustración 6, Ubersuggest proporciona los siguientes datos:

- Puntuación de SEO *on page*. Esta puntuación representa una combinación de la proporción entre los problemas encontrados y el número de verificaciones ejecutadas por la auditoría. Le da una puntuación de 78 de 100 lo cual está muy bien.
- Tráfico orgánico mensual. Son las visitas que recibe el sitio web considerando las palabras clave orgánicas, obtiene 925, lo cual son buenos datos.
- Palabras orgánicas. Son la cantidad de *keywords* para las que este dominio se posiciona en las búsquedas orgánicas. Se puede notar que son poca cantidad las que tiene el restaurante estudiado.
- *Backlinks*. Únicamente tiene 2, es demasiado poco.

Hay 2 páginas que componen el sitio web que tienen problemas, una está marcada como restringida y la otra como bloqueada, además se ha encontrado 21 problemas de SEO.



Ilustración 6. Auditoría del sitio MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Bajando la página se ve que también da información sobre la velocidad del sitio en ordenadores y se encuentra en buenos tiempos.

VELOCIDAD DEL SITIO WEB

Un sitio web rápido y una experiencia de usuario fluida son esenciales para la salud de tu SEO. Con base en la experiencia de visitantes reales en tu sitio durante los últimos 28 días, hemos analizado la velocidad de carga de tus páginas, los tiempos de espera durante la interacción y su grado de inestabilidad mientras se cargan.

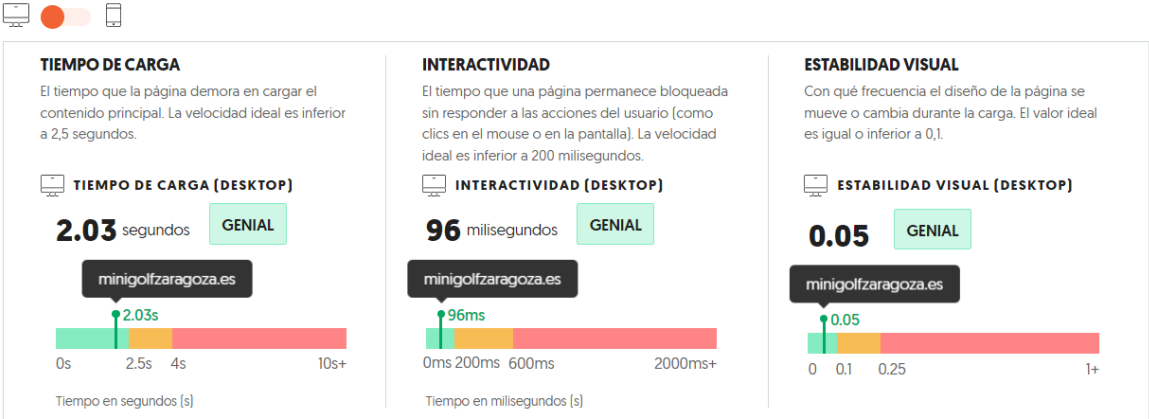


Ilustración 7. Velocidad del sitio web en ordenadores MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

La velocidad en dispositivos móviles también se encuentra en buenos datos, pero se debe prestar atención al tiempo de carga.



Ilustración 8. Velocidad del sitio web en dispositivos móviles MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

- Páginas encontradas

Lo primero que se tiene que hacer es revisar y confirmar que todas las páginas que aparecen son las que se quieren, es decir, verificar que no exista ninguna que debería estar eliminada.

Para ello se puede hacer clic en “páginas encontradas” desde “auditoría”, donde aparece la lista de todas las páginas del sitio web, con su meta título e incluye los problemas de rastreo que puedan tener.

PÁGINA ?	ESTADO ?
MiniGolf Zaragoza Bar - Restaurante minigolfzaragoza.es/	Exitosas [200]
¡Hola, mundo! MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/hola-mundo/	Exitosas [200]
Carta minigolf MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/carta-minigolf/	Exitosas [200]
Contacto MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/contacto/	Exitosas [200]
Menú eventos MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/menu-eventos/	Exitosas [200]
Tarifas minigolf MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/tarifas-minigolf/	Exitosas [200]
Horario minigolf MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/horario-minigolf/	Exitosas [200]
Galería MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/galeria/	Exitosas [200]
Eventos MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/eventos-informacion/	Exitosas [200]
Aviso legal MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/aviso-legal/	Exitosas [200]
Política de privacidad MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/politica-privacidad/	Exitosas [200]

Ilustración 9. Páginas de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Política de cookies MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/politica-cookies/	Exitosas [200]
Galería MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/awl_filter_gallery/galeria/	Exitosas [200]
minigolfzaragoza.es/popupbuilder/nuestros-horarios/	Redirigidas [302]
minigolfzaragoza.es/hola-mundo/?replytocom=1	Bloqueadas [atributo nofollow]
Sin categoría MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/category/sin-categoria/	Exitosas [200]
minigolfzaragoza MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/author/minigolfzaragoza/	Exitosas [200]
o10mediaB MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/author/o10mediab/	Exitosas [200]

Ilustración 10. Páginas de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Al revisar cada uno de los enlaces se ve que hay unas páginas que deberían ser borradas, empezando por “http://minigolfzaragoza.es/hola-mundo/”, como se puede notar al entrar en la página, es una entrada se crea por defecto en WordPress, esta página no añade ningún tipo de contenido así que debe de ser borrada.



The screenshot shows a web browser displaying the MiniGolf Zaragoza website. The address bar shows "minigolfzaragoza.es/hola-mundo/". The website header includes the logo "MiniGolf Zaragoza Bar - Restaurante" and navigation links: "Tarifas", "Horarios", "Menús y carta", and "Eventos". The main content area displays a WordPress default post titled "¡Hola, mundo!" by "o10mediaB" dated "Jul 25, 2022". Below the post title, it says "Bienvenido a WordPress. Esta es tu primera entrada. Edítala o bórrala, ¡luego empieza a escribir!". There is one comment from "Un comentarista de WordPress" dated "el 25 de julio de 2022 a las 09:29". The comment text says: "Hola, esto es un comentario. Para empezar a moderar, editar y borrar comentarios, por favor, visita en el escritorio la pantalla de comentarios. Los avatares de los comentaristas provienen de Gravatar." A "Responder" button is visible next to the comment.

Ilustración 11. Página “¡Hola, mundo!” de MiniGolf Zaragoza

Fuente: MiniGolf Zaragoza

Continuando la revisión, se encuentra una que no contiene ninguna información y se trata de “https://minigolfzaragoza.es/awl_filter_gallery/galeria/”, se puede deducir por el nombre de la URL que esta página era un intento de la galería de fotos, pero no fue terminada y fue sustituida por otra, por eso se debe eliminar.



Galería

por o10mediaB | Ago 5, 2022

Ilustración 12. Página de MiniGolf Zaragoza sin información

Fuente: MiniGolf Zaragoza

Como se observa hay 2 páginas con distintas categorías, la primera es un pop up por lo que se ve en su URL y está redirigido a la página principal porque es donde aparece.

La bloqueada es debido a que está marcado como *no follow*, al entrar se ve que es la misma página comentada anteriormente “Hola mundo”, esto quiere decir que se trata del comentario que está dentro de esa página, se deduce porque en la URL está escrito “replytocom” que hace referencia a comentarios. Sería correcto que esté marcado como *no follow*, pero como se ha comentado antes, esta página debe ser eliminada porque no contiene información.

minigolfzaragoza.es/popupbuilder/nuestros-horarios/	Redirigidas (302)
minigolfzaragoza.es/hola-mundo/?replytocom=1	Bloqueadas (atributo nofollow)

Ilustración 13. Páginas de MiniGolf Zaragoza con problemas

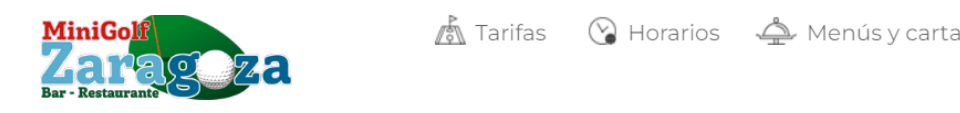
Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Los últimos 3 enlaces llevan a páginas exactamente iguales, donde no contienen ninguna información, y deberían de ser removidas.

Sin categoría MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/category/sin-categoria/	Exitosas [200]
minigolfzaragoza MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/author/minigolfzaragoza/	Exitosas [200]
o10mediaB MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/author/o10mediab/	Exitosas [200]

Ilustración 14. Páginas sin contenido de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest



¡Hola, mundo!

por o10mediaB | Jul 25, 2022 | Sin categoría

Bienvenido a WordPress. Esta es tu primera entrada. Edítala o bórrala, ¡luego empieza a escribir!

Ilustración 15. Página sin información relevante de MiniGolf Zaragoza

Fuente: MiniGolf Zaragoza

- Puntuación de SEO on page

En la parte superior de “auditoría del sitio” al hacer clic en “puntuación de SEO on page” redirige a una página donde desglosa los “problemas de SEO encontrados” vistos en la auditoría. Son 21 los problemas y la mayoría se relaciona con los metatags, en concreto meta títulos duplicados y muy cortos, páginas sin meta descripción, una página marcada como *no follow* y otra con una URL mal hecha. También aparece “¿Qué es esto y cómo solucionarlo?”, al clicar encima explicará qué significa el problema y propondrá una solución, ambas informaciones se han explicado en el apartado del marco teórico de este trabajo.

Hay que ir a “ver detalles” de cada problema para tener más información de qué páginas tienen los problemas marcados.

Problemas de SEO : minigolfzaragoza.es

TODOS LOS PROBLEMAS			ERRORES CRÍTICOS	ADVERTENCIAS	RECOMENDACIONES	EXPORTAR EN CSV
PROBLEMAS DE SEO ENCONTRADOS			DIFICULTAD		IMPACTO DE SEO	
2 páginas	con <title> tags duplicados	¿Qué es esto y cómo solucionarlo?	Ver detalles	→	Moderado	Alto
1 páginas	están impedidas de aparecer en los resultados de búsqueda	¿Qué es esto y cómo solucionarlo?	Ver detalles	→	Moderado	Alto
13 páginas	sin meta descripción	¿Qué es esto y cómo solucionarlo?	Ver detalles	→	Moderado	Moderado
4 páginas	con un <title> tag muy corto	¿Qué es esto y cómo solucionarlo?	Ver detalles	→	Fácil	Moderado
1 páginas	con una URL mal formateada para SEO	¿Qué es esto y cómo solucionarlo?	Ver detalles	→	Fácil	Moderado

Ilustración 16. Problemas SEO de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Empezando por las 2 páginas con meta título duplicado, se indica qué páginas son y aparecen la página galería con la otra galería que no fue utilizada, como se indicó previamente debería eliminarse la que está sin usar y así este problema desaparecería.

Problema de SEO : Tags title duplicadas [¿Qué es esto y cómo](#)

ESTE PROBLEMA ESTÁ EN 2 PÁGINAS

EXPORTAR EN CSV



IGNORAR PROBLEMA(S)

0 de 2 seleccionados

☐	PAGES	TÍTULO
☐	2 páginas ^	Galería MiniGolf Zaragoza
URL DE LA PÁGINA		
☐	https://minigolfzaragoza.es/galeria/	
☐	https://minigolfzaragoza.es/awl_filter_gallery/galeria/	

Ilustración 17. Meta títulos duplicados de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Continuando con la página impedida para aparecer en los resultados se observa que es la que ya se comentó en la sección anterior.

Problema de SEO : Impedida de aparecer en los motores de búsqueda

ESTE PROBLEMA ESTÁ EN 1 PÁGINAS

EXPORTAR EN CSV  IGNORAR PROBLEMA(S) 0 de 1 seleccionados

☐	URL DE LA PÁGINA	STATUS
☐	https://minigolfzaragoza.es/hola-mundo/?replytocom=1	Bloqueadas (atributo nofollow)

Ilustración 18. Página marcada no follow de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

El siguiente problema que se presenta son las 13 páginas sin meta descripción, Ubersuggest sólo deja ver las 5 primeras de forma gratuita. Como se ha mencionado antes, en las descripciones deben estar 2 o 3 *keywords*, por consiguiente, la propuesta de meta descripción estará más adelante en el apartado de “ideas palabras clave”.

Problema de SEO : Sin meta descripción [¿Qué es esto y](#)

ESTE PROBLEMA ESTÁ EN 13 PÁGINAS

EXPORTAR EN CSV  VOLVER A RASTREAR  IGNORAR PROB

☐	URL DE LA PÁGINA
☐	https://minigolfzaragoza.es/
☐	https://minigolfzaragoza.es/hola-mundo/
☐	https://minigolfzaragoza.es/carta-minigolf/
☐	https://minigolfzaragoza.es/contacto/
☐	https://minigolfzaragoza.es/menu-eventos/

Ilustración 19. Páginas sin meta descripción de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

El siguiente problema son las páginas con un meta título demasiado corto, pero en este caso se puede dejar así ya que las páginas marcadas son de contacto, galería y eventos, estos 3 se suelen buscar junto al nombre del restaurante concreto, es por ello por lo que será reconocido rápidamente por los buscadores y aparecerán estas páginas en los primeros resultados sin necesidad de un meta título más largo.

Problema de SEO : Tag title muy corta [¿Qué es esto y cómo solucionarlo?](#)

ESTE PROBLEMA ESTÁ EN 4 PÁGINAS

EXPORTAR EN CSV



VOLVER A RASTREAR



IGNORAR PROBLEMA(S)

0 de 4 seleccionados

☐	URL DE LA PÁGINA	TÍTULO
☐	https://minigolfzaragoza.es/contacto/	Contacto MiniGolf Zaragoza
☐	https://minigolfzaragoza.es/galeria/	Galería MiniGolf Zaragoza
☐	https://minigolfzaragoza.es/eventos-informacion/	Eventos MiniGolf Zaragoza
☐	https://minigolfzaragoza.es/awl_filter_gallery/galeria/	Galería MiniGolf Zaragoza

Ilustración 20. Páginas con meta título corto de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Por último, la página mal formateada es de la galería que no se utilizó y debería borrarse.

Problema de SEO : URL mal formateada para SEO [¿Qué es esto y cómo solucionarlo?](#)

ESTE PROBLEMA ESTÁ EN 1 PÁGINAS

EXPORTAR EN CSV



IGNORAR PROBLEMA(S)

0 de 1 seleccionados

☐	URL DE LA PÁGINA	VERIFICACIÓN DE CARACTERES ?	VERIFICACIÓN DINÁMICA ?	VERIFICACIÓN DE PALABRAS CLAVE ?
☐	https://minigolfzaragoza.es/awl_filter_gallery/galeria/			

Ilustración 21. Página con URL mal formateada de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

En esta misma página se puede ir a recomendaciones y se ve que está aprobada, por lo tanto, solo se tiene que solucionar los problemas anteriores.

[Auditoría del sitio - General](#) / Problemas de SEO

Problemas de SEO : minigolfzaragoza.es

TODOS LOS PROBLEMAS

ERRORES CRÍTICOS

ADVERTENCIAS

RECOMENDACIONES

EXPORTAR EN CSV

PROBLEMAS DE SEO ENCONTRADOS	DIFICULTAD	IMPACTO DE SEO
¡Buen trabajo! Has aprobado todas las verificaciones de SEO.		

Ilustración 22. Recomendaciones SEO de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

- Tráfico orgánico mensual

Volviendo a la página de “auditoría del sitio” y tras hacer clic en “tráfico orgánico mensual” se redirige a otra página que amplía esta información, sólo está disponible gratuitamente los últimos meses.

Se puede observar que tiene 68 *keywords* orgánicas, tiene 925 visitas al mes, las que obtiene la página web, tiene un 1 de 100 en *domain authority* (se trata de un puntaje creado para determinar las probabilidades que tiene un sitio web para posicionarse en los resultados de búsqueda), cuanto más alto, mayor es la capacidad del sitio web de posicionarse en los primeros resultados, por ende, tiene un puntaje muy bajo. Para aumentarlo se debe incrementar la cantidad de *backlinks* como la calidad de estos.

Y, por último, tiene 2 *backlinks*.



Ilustración 23. Análisis de tráfico de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Debajo se muestra el ranking de las palabras clave en forma de gráfico de las posiciones en las que se encuentra posicionada por *keyword*. Para saber cuáles son se tiene que ir a “palabras clave orgánicas” desde “auditoría” donde es posible ordenar por posición en la que se coloca la web según dichas palabras clave.



Ilustración 24. Ranking de las palabras clave de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Posteriormente aparecen las páginas con más visitas en Google y sus *backlinks*, esto significa que son las páginas a las que más entran las personas mediante palabras clave, es por ello por lo que la más visitada es la página principal seguido del horario y por último la carta, mientras que el resto no tienen visitas ya que seguramente entren a ese contenido desde la propia página principal y no utilizando *keywords*.

Clicando en “ver todas las páginas que llevan tráfico a este dominio” redirigirá a “Páginas más visitadas”.

PÁGINAS DE SEO PRINCIPALES

PÁGINAS PRINCIPALES POR PAÍS ES / ES [617] CO / ES [0] AR / ES [0]

TÍTULO DE SEO URL	VISITAS EST.	BACKLINKS
MiniGolf Zaragoza Bar - Restaurante minigolfzaragoza.es/	556 Ver todo	1 Ver todo
Horario minigolf - MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/horario-minigolf/	57 Ver todo	0 Ver todo
Carta - MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/carta-minigolf/	4 Ver todo	0 Ver todo
Aviso legal MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/aviso-legal/	0 Ver todo	0 Ver todo
minigolfzaragoza.es/contacto/	0 Ver todo	0 Ver todo

[VER TODAS LAS PÁGINAS QUE LLEVAN TRÁFICO A ESTE DOMINIO](#)

Ilustración 25. Páginas principales de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Panel de Control	Páginas más visitadas ⓘ : minigolfzaragoza.es		
Rastreo de ranking	EXPORTAR EN CSV COPIAR AL PORTAPEPELES 0 de 7 seleccionados		
Oportunidades de SEO	PÁGINAS PRINCIPALES POR PAÍS ES / ES [617] CO / ES [0] AR / ES [0]		
Mi Workspace ¡NUEVO!			
Extensión Chrome			
Auditoría del sitio			
Investigación de palabra clave >			
Estimaciones de tráfico v			
Análisis de tráfico			
Páginas más visitadas			
Backlinks >			
Labs ¡NUEVO! >			

☐	TÍTULO DE SEO URL ⓘ	VISITAS EST. ⓘ	BACKLINKS ⓘ
☐	MiniGolf Zaragoza Bar - Restaurante minigolfzaragoza.es/	556 Ver todo v	1 Ver todo v
☐	Horario minigolf - MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/horario-minigolf/	57 Ver todo v	0 Ver todo v
☐	Carta - MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/carta-minigolf/	4 Ver todo v	0 Ver todo v
☐	Aviso legal MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/aviso-legal/	0 Ver todo v	0 Ver todo v
☐	minigolfzaragoza.es/contacto/	0 Ver todo v	0 Ver todo v
☐	Eventos MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/eventos-informacion/	0 Ver todo v	0 Ver todo v
☐	Tarifas - MiniGolf Zaragoza minigolfzaragoza.es/tarifas-minigolf/	0 Ver todo v	0 Ver todo v

Ilustración 26. Todas las páginas de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Volviendo a la página anterior “tráfico orgánico mensual” y bajando más, aparecen más palabras clave, es mejor ir a la página “palabras clave orgánicas” citada anteriormente, para tener la información más completa.

PALABRAS CLAVE DE SEO			
PALABRAS CLAVE PRINCIPALES POR PAÍS ES / ES [617] CO / ES [0] AR / ES [0] CL / ES [0] MAS v			
PALABRAS CLAVE DE SEO ⓘ	VOLUMEN ⓘ	POSICIÓN ⓘ	VISITAS EST. ⓘ
minigolf zaragoza →	720	1	356
restaurante minigolf zaragoza →	110	1	57
minigolf zaragoza bar restaurante →	70	1	25
mini golf →	9.900	22	15
restaurante mini golf →	320	2	11
minigolf →	12.100	16	6
zaragoza bar →	1.900	22	4

VER TODAS LAS PALABRAS CLAVE DE SEO PARA LAS QUE SE POSICIONA ESTE DOMINIO

Ilustración 27. Palabras clave de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Al darle clic a “Domain Authority” en la parte superior de esta página, redirige a “Backlinks”. Se observa que sus datos son muy pocos, siendo 2 *backlinks* que además están marcados como *no follow*.

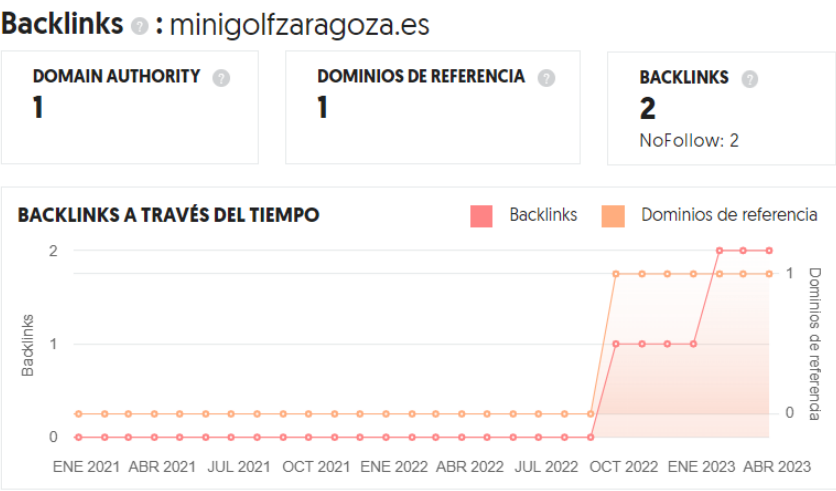


Ilustración 28 Backlinks de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest.

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

En la parte inferior, se consigue saber de dónde provienen los 2 *backlinks*, y si se quita la selección “un link por dominio” que aparece a la derecha de la tabla aparecerán todos los enlaces externos y no solo uno por dominio. En este caso las páginas de origen que contienen el enlace de la página principal de MiniGolf Zaragoza es de la empresa que se encarga de la página de este restaurante, es por ello por lo que se ha marcado como *no follow* ya que no tiene relación al tema de restaurantes.

BACKLINKS 1 - 2 [2]

Filtros Avanzados ▾

TODOS LOS LINKS

FOLLOW

NOFOLLOW

UN LINK POR DOMINIO

TÍTULO Y URL DE LA PÁGINA DE ORIGEN PÁGINA DE DESTINO	DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	SPAM SCORE	ANCHOR TEXT	PRIMER VISTA	ÚLTIMA VISTA
Proyectos o10media Descubre por qué n... Origen: o10media.es/proyectos-1/ Destino: minigolfzaragoza.es/	31	20	1%	minigolf zaragoza	11-10-2022	20-04-2023
Proyectos o10media Descubre por qué n... Origen: o10media.es/proyectos-1/ Destino: minigolfzaragoza.es/	31	20	1%	minigolf zaragoza	23-02-2023	20-04-2023

Ilustración 29. Backlinks de MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Una gran recomendación para obtener más enlaces externos es seguir las estrategias de *link building*, en este caso es más adecuado el *quest blogging* y el *article marketing*, para el primero se tendrá que contactar a blogs o sitios web especializados en restaurantes para que publiquen de forma gratuita un artículo sobre MiniGolf Zaragoza e incluya su enlace, mientras que en el segundo se hace lo mismo, pero pagando.

También ayudaría más actividad en las redes sociales y así conozcan este restaurante, de esta forma es probable que lo busquen y así aumente su tráfico en los buscadores web, incluso puede llamar la atención de alguna página sobre restaurantes y decida colocar su enlace por decisión propia.

- Palabras clave orgánicas

Volviendo a la auditoría, al hacer clic en “palabras clave orgánicas” redirige a la sección “palabras clave [tráfico]” donde aparece una lista de palabras clave con datos importantes, aparece el volumen de personas que las busca en un mes, la posición en la que aparece el restaurante en Google usando esas *keywords*, las visitas que son la cantidad de gente al mes que entra al enlace mediante esas palabras clave en Google y por último la dificultad SEO que cuanto mayor sea el número más difícil es de posicionar en esas palabras clave.

También es posible filtrar por país en la parte superior donde aparecen las banderas de varios países, pero en este caso no contiene palabras clave en otros países y no importa que no lo tengan porque este restaurante solo está en España.

En esta sección es que se puede ordenar por la posición en la que aparece la página web indicada a la izquierda debajo de la palabra clave utilizada, como es lógico el nombre del restaurante junto a variaciones de esta son *keywords* en la que está mejor posicionada.

Palabras clave (tráfico) : minigolfzaragoza.es

Volumen	SEO Difficulty	Filtro de palabras clave	EXPORTAR EN CSV	COPIAR AL PORTAPAPELES	AÑADIR A LA LISTA	0 de 51 seleccionados
UBICACIONES	ES / ES [617]	CO / ES [0]	AR / ES [0]	CL / ES [0]	MAS	
☐	PALABRAS CLAVE		VOLUMEN	POSICIÓN	VISITAS EST.	SEO DIFFICULTY
☐	minigolf zaragoza minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	720	1	356	49
☐	restaurante minigolf zaragoza minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	110	1	57	56
☐	mini golf zaragoza minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	110	1	55	52
☐	minigolf zaragoza bar restaurante minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	70	1	25	44
☐	restaurante mini golf minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	320	2	11	56
☐	restaurante expo zaragoza minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	260	8	4	27
☐	restaurante parque del agua zaragoza minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	110	8	1	49
☐	restaurante parque del agua minigolfzaragoza.es/	Búsquedas	140	8	1	50

Ilustración 30. Palabras clave por posición SEO de Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

2.2.2. Ideas palabras clave

En el menú de la izquierda se clicca en “ideas de palabra clave” y en el menú superior tiene que estar seleccionado “buscar por sitio web” para que esta plataforma de recomendaciones de *keywords*, además muestra el volumen, el CPC (Coste Por Clic), la dificultad de pago (se refiere a la competencia que hay de los que quieren pagar) y la dificultad SEO.

Se puede hacer uso de la opción que aparece a la derecha de la página “potencial ranking en la página 1” y añadir el dominio para que haga un filtro y solo contemple la dificultad de SEO desde 0 a 56.

Es factible hacer dos listas, ordenadas por dificultad SEO y por mayor volumen, para posicionarse en las que aparezcan, obviando las que no tengan relación con el restaurante.

Los resultados que aparecen con la palabra “zaragoza” se pueden emplear para los títulos de las páginas o como *anchor text* o para SEM, pero para una meta descripción no es óptimo, así pues, es mejor filtrar en la parte superior y excluir la palabra “zaragoza”.

minigolfzaragoza.es

Panel de Control

Rastreo de ranking

Oportunidades de SEO

Mi Workspace ¡NUEVO!

Extensión Chrome

Auditoría del sitio

Investigación de palabra clave

Análisis

Ideas de palabra clave

Visualización de palabra clave ¡NUEVO!

Palabras clave (tráfico)

Sitios web similares

Ideas de contenido

Listas de palabras clave ¡NUEVO!

Ideas de palabra clave

minigolfzaragoza.es

Volumen

SEO Difficulty

CPC

Filtro de palabras clave

EXPORTAR EN CSV

COPIAR AL PORTAPELES

AÑADIR A LA LISTA

0 de 39 seleccionados

Hemos filtrado los resultados para mostrarte las palabras clave con que tu sitio tiene más probabilidades de posicionarse en la página 1. Apunta a palabras clave de SEO Difficulty entre **0 y 56**.

	PALABRAS CLAVE	VOLUMEN	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY
☐	mini golf para eventos	0	€0,00	1	4
☐	minigolf para eventos	0	€0,00	1	12
☐	alquiler mini golf	10	€0,00	1	13
☐	restaurante expo zaragoza	260	€0,00	1	27
☐	tarta personalizada zaragoza	590	€0,21	28	27
☐	cumpleaños zaragoza	480	€0,24	9	28
☐	sitios para celebrar cumpleaños en zaragoza	140	€0,21	6	29

Ilustración 31. Ideas de palabra clave por menor dificultad SEO para Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

PALABRAS CLAVE	VOLUMEN	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY
minigolf	12.100	€0,86	7	55
parque del agua zaragoza	2.400	€0,00	1	51
zaragoza bar	1.900	€0,00	1	56
bar zaragoza	1.900	€0,00	1	53
minigolf zaragoza	720	€0,00	1	49
minigolf cerca de mi	590	€0,00	1	48
tarta personalizada zaragoza	590	€0,21	28	27
zaragoza golf	480	€0,00	1	33

Ilustración 32. Ideas de palabra clave por volumen para Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

34

Las palabras clave filtradas

PALABRAS CLAVE ?		VOLUMEN ?	CPC ?	PAID DIFFICULTY ?	SEO DIFFICULTY ?
minigolf	Búsquedas ▾	12.100	€0,86	7	55
minigolf cerca de mi	Búsquedas ▾	590	€0,00	1	48
mini golf cerca de mi	Búsquedas ▾	390	€0,00	2	51
juego minigolf	Búsquedas ▾	390	€0,06	28	53
restaurante mini golf	Búsquedas ▾	320	€0,00	1	56
restaurante parque del agua	Búsquedas ▾	140	€0,00	1	50
restaurant el mini	Búsquedas ▾	140	€0,00	1	52
alquiler mini golf	Búsquedas ▾	10	€0,00	1	13
mini golf para eventos	Búsquedas ▾	0	€0,00	1	4

Ilustración 33. Ideas de palabra clave filtradas para Minigolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

A continuación, se presentan algunas propuestas de meta descripción para las páginas que menciona Ubersuggest con las palabras clave más adecuadas de las que recomendadas por el mismo, recordando también que no supere los 155 caracteres:

- <https://minigolfzaragoza.es/>. “Descubre una combinación única en toda Zaragoza, la gastronomía se une al entretenimiento de nuestro minigolf. ¡Haz tu reserva ahora!”
- <https://minigolfzaragoza.es/carta-minigolf/>. “Prueba una amplia selección de platos en nuestro restaurante mini golf, desde entrantes hasta postres. Visítanos y deléitate con nuestros sabores únicos.”
- <https://minigolfzaragoza.es/contacto/>. “Ponte en contacto para realizar tu reserva o para aclarar todas tus dudas. Ten a tu disposición el mini golf para eventos, desde cumpleaños a comuniones.”
- <https://minigolfzaragoza.es/menu-eventos/>. “Elige el menú que más se adecúe a ti y a tus invitados, hasta 8 menús distintos. Y recuerda, también está disponible el minigolf.

2.2.3. Análisis de palabras clave

En el menú de la izquierda se selecciona “Investigación de palabra clave” y debajo de este aparece “Análisis”, en esta sección se pueden probar distintas *keywords* que sean interesantes y que puedan relacionarse al sitio web a posicionar. Escribiéndolas en esta sección se logra ver más información sobre ellas y comprobar si interesa intentar un posicionamiento con ellas.

Para este caso concreto se puede probar “restaurante zaragoza” para saber cuánto volumen de búsquedas recibe, qué tan difícil es posicionarse en él orgánicamente o si sería mejor pagar por ello (CPC). Se contempla que tiene mucha dificultad SEO por la gran cantidad de competencia orgánica, pero es poca la competencia que paga, por lo que una recomendación es pagar para posicionarse en esta *keyword* ya que además tiene un gran volumen de búsquedas.

The screenshot shows the Ubersuggest keyword analysis tool. On the left is a sidebar with navigation options: 'Auditoría del sitio', 'Investigación de palabra clave' (selected), and 'Análisis'. Under 'Análisis', there are links for 'Ideas de palabra clave', 'Visualización de palabra clave ¡NUEVO!', 'Palabras clave (tráfico)', 'Sitios web similares', and 'Ideas de contenido'. The main area has a search bar with 'restaurante zaragoza', a language dropdown set to 'Español', and a location dropdown set to 'España'. A 'BUSCAR' button is on the right. Below the search bar, it says 'Estás usando una versión gratis de Ubersuggest. | 1 de 3 búsquedas diarias gratuitas' with an 'ACTUALIZA A PRO' button. The main title is 'Análisis de palabra clave : restaurante zaragoza', followed by 'AÑADIR A LA LISTA' and 'OPTIMIZAR PARA PALABRA CLAVE'. Below this are four metrics: 'VOLUMEN DE BÚSQUEDAS' (40.500, ALTO), 'SEO DIFFICULTY' (55), 'PAID DIFFICULTY' (3, FÁCIL), and 'COSTO POR CLICK (CPC)' (€0,24).

Métrica	Valor	Indicador
VOLUMEN DE BÚSQUEDAS	40.500	ALTO
SEO DIFFICULTY	55	
PAID DIFFICULTY	3	FÁCIL
COSTO POR CLICK (CPC)	€0,24	

Ilustración 34. Análisis de las palabras clave "restaurante zaragoza" en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

2.2.4. Sitios web similares

En el menú de la izquierda se selecciona “Sitios web similares” para saber los competidores directos. Se muestran las 5 páginas de forma gratuita que Ubersuggest detecta como parecidos a MiniGolf Zaragoza. Se puede tomar esta información para examinarlos y saber más sobre cómo se posicionan.



Ilustración 35. Sitios web similares a MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

En la parte inferior se muestra una tabla con más datos interesantes sobre ellos, como palabras clave en común y diferentes, si se hace clic en “ver todo” aparecerá una lista con todos ellos.

SITIOS WEB SIMILARES	PALABRAS CLAVE EN COMÚN	PALABRAS CLAVE DIFERENTES	TRÁFICO ESTIMADO	BACKLINKS
tripadvisor.co	35 Ver todo	832.169 Ver todo	33,1mm	1,0mm
conpequesenzgz.com	22 Ver todo	11.137 Ver todo	58.763	27.372
restaurantebocados.es	16 Ver todo	190 Ver todo	7.925	299
espacioemboca.es	9 Ver todo	168 Ver todo	2.457	14
espacioemboca.es	9 Ver todo	168 Ver todo	2.457	14

Ilustración 36. Sitios web similares a MiniGolf Zaragoza en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

2.2.5. Redactor IA

En el menú de la izquierda en “Labs”, al hacer clic en “Redactor IA” se ve hay nuevas funciones que aún están en fase beta, como lo es el Redactor IA, que puede servir para crear una nueva página en base a varias palabras clave que se escriban o puede optimizar una página existente enfocándose en las palabras clave escritas.

También puede redactar metatags, reescribir párrafos, entre otros, pero no se hará uso de esta herramienta en este proyecto debido a que es una beta. Aunque esta opción tiene un gran potencial y es posible que tenga un gran impacto cuando esté disponible su versión final.

2.2.6. Competidores

Para examinar a la competencia se puede hacer un análisis como el que se ha hecho previamente, pero utilizando la URL del competidor en concreto, concretamente usando la auditoría, las palabras claves en las que se posiciona y los *backlinks*. De esta forma es posible tener una idea de cómo se posicionan y así poder tener nuevas ideas para aplicarlo en MiniGolf Zaragoza.

Usando los competidores que aparecen en Tripadvisor, tanto el segundo lugar (La Bodega de Chema) como el tercero (Mazmorra by Macera).

Como se ve, ambos superan a MiniGolf Zaragoza en tráfico orgánico mensual, palabras clave orgánicas y *backlinks*. Aunque no lo supera en “puntuación SEO on page”, es decir, los problemas que tienen son de gran peso. Pero esto no quiere decir que tengan poco tráfico ya que como se contempla, la gran cantidad de palabras clave orgánicas consigue que su tráfico sea alto, además cuentan con gran cantidad de *backlinks* que seguramente aumenten más el tráfico, aunque no se refleje en estos datos.



Ilustración 37. Auditoría de La Bodega de Chema en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest



Ilustración 38. Auditoría de la Mazmorra by Macera en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

Al entrar a ver sus palabras clave orgánicas, se logra observar que la mayoría son variaciones de su nombre, ocurre lo mismo con MiniGolf Zaragoza, pero este último tiene menos visitas, lo cual significa que es menos conocido.

Mientras que las páginas que contienen sus *backlinks* son principalmente blogs especializados en restaurantes o páginas de noticias con una sección de gastronomía. Por ende, MiniGolf Zaragoza podría hablar con algunos de ellos para que incluyan su enlace en concreto puede contactar con Cadena Ser, El Heraldo, El País, Elle y el ayuntamiento de Zaragoza. Y a ser posible solicitarles que lo marquen como *do follow* y que utilicen alguna palabra clave como *anchor text*, por ejemplo “restaurante expo zaragoza”.

A continuación, están los *backlink* de los competidores:

TÍTULO Y URL DE LA PÁGINA DE ORIGEN PÁGINA DE DESTINO	DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	SPAM SCORE	ANCHOR TEXT
Información Ranking de Fontiber sl Ranking Empresas Origen: ranking-empresas.eleconomista.es... Destino: labodegadechema.es/	92	40	1%	www.labodegadechema.es
Restaurantes: Play Gastro Destino Zaragoza: Play Gas... Origen: cadenaser.com/ser/2015/09/17/gas... Destino: labodegadechema.es/	87	37	2%	la bodega de chema
Origen: heraldo.es/noticias/gastronomia/2... Destino: labodegadechema.es/	83	36	1%	la bodega de chema
Zaragoza está riquísima: los mejores restaurantes, bar... Origen: viajes.nationalgeographic.com.es/... Destino: labodegadechema.es/	82	38	1%	la bodega de chema
Ayuntamiento de Zaragoza. Buscador de Restaurantes Origen: zaragoza.es/ciudad/centros/busca... Destino: labodegadechema.es/	68	35	1%	www.labodegadechema.com

Ilustración 39. Backlinks de La Bodega de Chema en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

TÍTULO Y URL DE LA PÁGINA DE ORIGEN PÁGINA DE DESTINO	DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	SPAM SCORE	ANCHOR TEXT
Origen: bit.ly/Carta_Menus_NuevaCasaDe... Destino: nuevacasadelmar.makro.rest/?lang=es	94	54	N/A	
Así se hacen las tres mejores hamburguesas de Españ... Origen: elcomidista.elpais.com/elcomidist... Destino: freakburgerinternational.makro.rest/?lan...	94	52	1%	fbi freak burger international
Singular Food - Restaurant in Alcobendas Origen: foursquare.com/v/singular-food/5... Destino: singularfood.makro.rest/	92	42	1%	singularfood.makro.rest
Información Ranking de el Reino de Dracula sl. Ranki... Origen: ranking-empresas.eleconomista.e... Destino: reinodedracula.makro.rest/	92	37	1%	www.reinodedracula.makro.rest
20 restaurantes baratos de Madrid: deliciosos y asegu... Origen: elle.com/es/gourmet/donde-com... Destino: tabernabarrutiael9.makro.rest/?lang=es	91	52	1%	barrutia y el 9

Ilustración 40. Backlinks de Mazmorra by Macera en Ubersuggest

Fuente: elaboración propia a partir de Ubersuggest

CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES

El posicionamiento web es una estrategia fundamental para que un sitio web logre una presencia relevante y visible en los resultados de los motores de búsqueda. El SEO y el SEM son dos enfoques complementarios que en conjunto pueden maximizar los resultados, por lo tanto, es factible afirmar que monitorear periódicamente la presencia de la página en los resultados de búsqueda es fundamental.

En específico, en el sitio web MiniGolf Zaragoza se puede destacar la importancia del uso de una plataforma de análisis del posicionamiento, ya que, a través este, se ha podido encontrar algunas carencias en su posicionamiento web. Se han encontrado páginas web que deberían ser eliminadas y falta de ciertos metatags. Solucionar los problemas con las propuestas mencionadas en este proyecto llevará a cabo un mejor lugar en el ranking de los buscadores.

Cabe recordar que este restaurante al ser el mejor valorado en Tripadvisor, y al compararlo con su competencia se puede concluir que no hay una relación directa entre su posición en Tripadvisor y su posicionamiento web, ya que los restaurantes situados en segundo y tercer lugar reciben más visitas en sus páginas por su buena posición y el uso de muchas palabras clave, pero aun así ninguno está en el puesto número 1.

En este trabajo se recoge información sobre el posicionamiento en los resultados de los buscadores, tanto desde la parte teórica como la práctica, mostrando cómo entender e interpretar los datos de Ubersuggest para realizar propuestas de mejoras. Esto puede ser de gran importancia para cualquier empresa que quiera mejorar su relevancia en línea y así conseguir un mejor posicionamiento y la posibilidad de atraer a más clientes. Este conocimiento también sirve de ayuda a quienes quieran formarse en el tema posicionamiento web.

Las principales limitaciones encontradas se encuentran en las herramientas de análisis, ya que la utilización de manera gratuita conlleva a tener restricciones en su uso.

CAPÍTULO 4: BIBLIOGRAFÍA

- ¿Cómo afectan las búsquedas de voz al SEO? (12 de diciembre de 2022). Obtenido de Magma digital: <https://www.magmadigital.es/como-afectan-las-busquedas-de-voz-al-seo/#:~:text=Los%20rich%20snippets%20son%20tendencia,markup%20permite%20obtener%20resultados%20enriquecidos>.
- 25 estadísticas de búsquedas de Google que debes conocer. (19 de enero de 2022). Obtenido de Cepymenews: <https://cepymenews.es/estadisticas-busqueda-google/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1ntas%20b%C3%BAsquedas%20se%20realizan%20en,de%20b%C3%BAsquedas%20globales%20por%20a%C3%B1o>.
- Acerca de Tripadvisor. (s.f.). Obtenido de Tripadvisor: <https://tripadvisor.mediaroom.com/es-about-us>
- Aldea, A. (11 de marzo de 2019). *Head, middle y long tail: por qué son necesarios*. Obtenido de Datasocial: <https://www.datasocial.es/blog/head-middle-y-long-tail-que-son-y-por-que-son-utiles>
- Best practices for your article pages*. (s.f.). Obtenido de Support Google: <https://support.google.com/news/publisher-center/answer/9607104?hl=en-GB>
- Brockbank, J. (11 de febrero de 2021). *Guía definitiva sobre redirecciones: todo lo que necesitas saber para redireccionar URLs*. Obtenido de Semrush Blog: <https://es.semrush.com/blog/guia-definitiva-redirecciones/>
- Cardona Laia. (3 de mayo de 2022). *Análisis SEO: 15 herramientas de marketing para mejorar tu posicionamiento*. Obtenido de cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/analisis-seo-herramientas-de-marketing-para-mejorar-tu-posicionamiento>
- Cardona, L. (7 de marzo de 2022). *¿Qué es una granja de enlaces o link farm?* Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/que-es/granja-de-enlaces-o-link-farm>
- Castro, A. (30 de diciembre de 2021). *Cuáles son los buscadores y navegadores más utilizados del mundo... después de Google y Chrome*. Obtenido de Marketing4ECommerce: [https://marketing4ecommerce.net/buscadores-online-mas-utilizados-mundo/#:~:text=Google%2C%20el%20principal%20buscador%20a%20nivel%](https://marketing4ecommerce.net/buscadores-online-mas-utilizados-mundo/#:~:text=Google%2C%20el%20principal%20buscador%20a%20nivel%20)

20mundial&text=Seg%C3%BAAn%20Statcounter%2C%20tiene%20el%2091,siti
os%20webs%2C%20eCommerce%2C%20etc.

Comentarios con enlace como parte de la estrategia de linkbuilding. (octubre de 2019).

Obtenido de yoSEO: <https://www.yoseomarketing.com/blog/comentarios-enlace-estrategia-linkbuilding/>

Cómo Impulsar Tu Autoridad de Dominio en 5 Puntos en 2 Semanas. (s.f.). Obtenido de

Neilpatel: <https://neilpatel.com/es/blog/impulsar-tu-autoridad-de-dominio/>

Content Delivery Network (CDN): Qué es, para qué sirve y por qué no rompe con la Neutralidad de la Red. (3 de julio de 2019). Obtenido de Xataka: <https://www.xatakamovil.com/conectividad/cdn-que-es-para-que-sirve-y-por-que-no-rompe-con-la-neutralidad-de-la-red>

Coppola, M. (27 de septiembre de 2022). *Qué son las palabras clave y por qué son esenciales en tu estrategia SEO.* Obtenido de Hubspot Marketing: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-palabras-clave#:~:text=En%20SEO%2C%20las%20palabras%20clave,resultados%20relevantes%20para%20sus%20consultas.>

Crear y enviar un sitemap. (2 de septiembre de 2022). Obtenido de Centro de búsqueda de Google: <https://developers.google.com/search/docs/advanced/sitemaps/build-sitemap?hl=es#xml>

Cuáles son los buscadores y navegadores más utilizados del mundo... después de Google y Chrome. (30 de diciembre de 2021). Obtenido de marketing4ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/buscadores-online-mas-utilizados-mundo/#:~:text=Google%2C%20el%20principal%20buscador%20a,91%2C4%25%20del%20mercado.>

Especificaciones de la etiqueta meta "robots" y los elementos "data-nosnippet" y "X-Robots-Tag". (7 de octubre de 2022). Obtenido de Centro de búsqueda de Google: https://developers.google.com/search/docs/advanced/robots/robots_meta_tag?hl=es

Harsel, L. (19 de junio de 2020). *Meta title: guía SEO para aprender a escribirla eficazmente.* Obtenido de Semrush Blog: <https://es.semrush.com/blog/meta-title-guia-seo/#header4>

La Bodega de Chema. (s.f.). Obtenido de La Bodega de Chema:
<https://www.labodegadechema.es/>

Las mejores empresas de Internet, en cinco palabras. (13 de junio de 2006). Obtenido de
Cinco días, el País:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2006/06/13/empresas/1150365536_850215.html

Lyons, K. (18 de octubre de 2022). *¿Qué es SEM y cómo funciona?* Obtenido de Semrush
Blog: https://es.semrush.com/blog/que-es-sem/?kw=&cmp=ES_SRCH_DSA_Blog_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=641166098619&kwid=dsa-1930442636379&cmpid=19249322774&agpid=145537328298&BU=Core&extid=64577949725&adpos=&gclid=Cj0KCQjwIumhBhClARIsABO6p

Mazmorra by Macera. (s.f.). Obtenido de Mazmorra by Macera:
<https://mazmorrabymacera.makro.rest/?lang=es>

Mendoza Castro, R. (7 de septiembre de 2021). *Cómo encontrar y solucionar enlaces rotos con Semrush.* Obtenido de Semrush blog:
<https://es.semrush.com/blog/enlaces-rotos/>

Mendoza Castro, R. (9 de febrero de 2023). *¿Qué es una etiqueta H1? Por qué es importante y buenas prácticas de SEO.* Obtenido de Semrush Blog:
<https://es.semrush.com/blog/h1-tag-que-es/>

Mendoza Castro, R. (17 de febrero de 2023). *Enlaces nofollow vs. follow: lo que necesitas saber.* Obtenido de Semrush blog: <https://es.semrush.com/blog/enlaces-follow-vs-nofollow/>

Mendoza Castro, R. (7 de febrero de 2023). *Velocidad de carga web: Qué es, errores a evitar y mejores herramientas para medirla.* Obtenido de Semrush Blog:
<https://es.semrush.com/blog/hacer-test-de-velocidad-de-carga-web/>

MiniGolf Zaragoza. (s.f.). Obtenido de MiniGolf Zaragoza: <https://minigolfzaragoza.es/>

Morral Quintana, L. (11 de mayo de 2018). *¿Cuántos tipos de SEO existen?* Obtenido de inbound emotion: <https://www.inboundemotion.com/blog/cuantos-tipos-de-seo-existen>

Mucho más que pasta y pizza: cinco restaurantes italianos con encanto en Zaragoza. (3 de febrero de 2023). Obtenido de Herald: <https://www.heraldo.es/noticias/gastronomia/2023/01/24/cinco-restaurantes-italianos-encanto-zaragoza-1626300.html>

Nafría, I. (9 de abril de 2014). *Lo mejor de internet compite por los Webby Awards.* Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/internet/20140409/54404848946/lo-mejor-internet-compite-webby-awards.html>

Patel, N. (s.f.). *Cómo crear en 20 minutos (o menos) un mapa del sitio XML que potencie tu SEO.* Obtenido de Neilpatel Blog: <https://neilpatel.com/es/blog/mapa-de-sitio-xml/>

Pavlik, V. (5 de diciembre de 2022). *What is SEO? (A Fluff-Free Definition + Basics Explained).* Obtenido de Semrush Blog: <https://www.semrush.com/blog/what-is-seo/>

Qué son los rich snippet y como beneficiarnos en ecommerce. (3 de junio de 2019). Obtenido de 4webs blog: <https://www.4webs.es/blog/que-son-los-rich-snippet-y-como-beneficiarnos-en-ecommerce>

Restaurantes en Zaragoza. (s.f.). Obtenido de Tripadvisor: https://www.tripadvisor.co/Restaurants-g187448-Zaragoza_Province_of_Zaragoza_Aragon.html

Rodriguez, L. (s.f.). *Si no apareces en Google, no existes. La importancia del posicionamiento SEO.* Obtenido de enetic: <https://enetic.es/actualidad/posicionamiento-seo-marketing-digital/>

Search Engine Market Share Worldwide. (enero de 2023). Obtenido de Statcounter: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

Travelers' Choice 2023. (s.f.). Obtenido de Tripadvisor: <https://www.tripadvisor.es/TravelersChoice>

Tripadvisor. (s.f.). Obtenido de Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tripadvisor.tripadvisor&hl=es&gl=US>

Tripadvisor. (s.f.). Obtenido de App Store: <https://apps.apple.com/es/app/tripadvisor-planes-y-reservas/id284876795>

Ubersuggest. (s.f.). Obtenido de Ubersuggest: <https://app.neilpatel.com/es/dashboard>