

Treball de Fi de Grau

Títol

Periodismo optimizado: caso práctico de la implementación del SEO en un medio digital especializado de nueva creación

Autoria

Fernando José Bolívar García

Professorat tutor

Josep Sánchez Ríos

Grau

Comunicació Audiovisual	<input type="checkbox"/>
Periodisme	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicitat i Relacions Públiques	<input type="checkbox"/>
Comunicació Interactiva	<input type="checkbox"/>
Comunicació de les Organitzacions	<input type="checkbox"/>

Tipus de TFG

Projecte	<input checked="" type="checkbox"/>
Recerca	<input type="checkbox"/>

Data

Del 10 al 13 de juny de 2025	<input checked="" type="checkbox"/>
De l'1 al 2 de setembre de 2025	<input type="checkbox"/>

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Periodisme optimitzat: cas pràctic de la implementació del SEO en un mitjà digital especialitzat de nova creació			
Castellà:	Periodismo optimizado: caso práctico de la implementación del SEO en un medio digital especializado de nueva creación			
Anglès:	Optimized journalism: A practical case of SEO implementation in a newly created specialized digital media outlet			
Autoria:		Fernando José Bolívar García		
Professorat tutor:		Josep Sánchez Ríos		
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	✓
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	1. Optimització SEO 2. Periodisme digital 3. Configuració de pàgines web
Castellà:	1. Optimización SEO 2. Periodismo digital 3. Configuración de páginas web
Anglès:	1. SEO Optimization 2. Digital journalism 3. Website configuration

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Aquest treball se centra a analitzar Diario Barras, un mitjà de comunicació de recent creació centrat en informació sobre batalles de rap i música urbana, en termes de SEO On Page i SEO tècnic. A més, també s'analitzen pàgines web del mateix nínxol temàtic amb l'objectiu de descobrir oportunitats de millora i identificar errors que permetrien optimitzar el rendiment de Diario Barras als motors de cerca.
Castellà:	Este trabajo se centra en analizar Diario Barras, un medio de comunicación de reciente creación centrado en información sobre batallas de rap y música urbana, en términos de SEO On Page y SEO técnico. Además, también se analizan páginas web del mismo nicho temático con el objetivo de descubrir oportunidades de mejora e identificar errores que permitirían optimizar el rendimiento de Diario Barras en los motores de búsqueda.
Anglès:	This project focuses on analyzing Diario Barras, a recently created media outlet centered on information about rap battles and urban music, in terms of On-Page SEO and technical SEO. It also examines websites within the same thematic niche with the aim of identifying opportunities for improvement and detecting errors that could help optimize Diario Barras's performance in search engines.

SUMARIO

1. Introducción y motivaciones	1
2. Marco conceptual	2
2.1. Fundamentos del SEO	2
2.1.1 ¿En qué consiste y para qué sirve el SEO?	3
2.1.2. Tráfico orgánico y tráfico de pago	3
2.1.3. Motores de búsqueda y navegadores.....	4
2.1.4. ¿Cómo funciona la búsqueda en Google?	5
2.2. Tipos de SEO	6
2.2.1. SEO On Page.....	6
2.2.2. SEO Off Page	7
2.2.3. SEO técnico.....	7
2.3. Conceptos esenciales en el SEO	8
2.3.1. Páginas de resultados de búsqueda.....	8
2.3.2. Intención de búsqueda y tipologías	11
2.3.3. Palabras clave, clasificaciones y tipologías.....	13
2.3.4. Investigación de palabras clave.....	14
2.3.5. Análisis de la competencia SEO.....	15
2.3.6. Volumen de búsquedas	16
2.3.7. Contenido SEO.....	17
2.3.8. Estructura web.....	18
2.3.9. Experiencia de usuario	19
2.3.10. EEAT	19
2.4. Factores de posicionamiento.....	21
2.5. Evolución del SEO en Google	23
2.6. Cómo medir el rendimiento de una página	26
2.7. Herramientas SEO para analizar y mejorar el posicionamiento web	27

3. Aspectos metodológicos.....	29
3.1. Objeto de estudio – SEO On Page y SEO técnico	29
3.2. Objetivo principal	29
3.3. Objetivos secundarios	29
3.4. Preguntas de investigación.....	30
3.5. Metodología	31
4. Resultados.....	40
4.1. Público objetivo	40
4.1.1. Perfil principal.....	41
4.1.2. Perfiles secundarios.....	43
4.2. Auditoría SEO.....	49
4.2.1. SEO On Page.....	49
4.2.1.1. Análisis temático basado en palabras clave.....	49
4.2.1.1.1. Primera palabra clave.....	50
4.2.1.1.2. Segunda palabra clave.....	59
4.2.1.1.3. Tercera palabra clave	67
4.2.1.1.4. Cuarta palabra clave.....	75
4.2.1.1.5. Quinta palabra clave	80
4.2.1.2. Uso de etiquetas HTML	88
4.2.1.2.1. Encabezados.....	88
4.2.1.2.2. Etiquetas TITLE.....	89
4.2.1.2.3. Metadescripciones.....	89
4.2.1.3. Enlazado interno	90
4.2.2. SEO técnico.....	99
4.2.2.1. Velocidad de carga	99
4.2.2.2. Optimización de imágenes	103
4.2.2.3. Uso de datos estructurados	104

4.2.2.4. Uso de robots.txt y mapas de sitio	107
4.2.2.5. Estado de indexación de las páginas.....	108
4.2.2.6. Arquitectura de la información	109
4.2.2.7. URL amigables	110
4.3. Análisis de la competencia: elección de competidores a analizar.....	114
4.3.1. Arquitectura de la información.....	118
4.3.2. Análisis del contenido: SEO On Page	125
4.3.3. Análisis técnico: SEO técnico	148
4.4. Búsqueda de palabras clave	168
4.5. Estrategia de contenidos	172
5. Conclusiones.....	176
6. Futuras actuaciones.....	180
7. Bibliografía.....	181
8. Webgrafía.....	181
9. Anexos	186

1. Introducción y motivaciones

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado (TFG) es analizar la página web Diario Barras, un portal dedicado al *freestyle*, las batallas de rap y la música urbana, para evaluar su rendimiento en términos de *Search Engine Optimization* (SEO) On Page y técnico. A partir de este análisis, se pretende adaptar y optimizar la página web según las mejores prácticas actuales de SEO, para corregir posibles carencias en aspectos como la estructura de URL, la optimización de etiquetas HTML y el apartado técnico que conlleva una página web respecto al SEO. Este proceso busca mejorar la visibilidad de la página en los motores de búsqueda, aumentar su tráfico orgánico y optimizar la experiencia del usuario. Con ello, se pretende mejorar el posicionamiento en Google, lo que contribuirá a un mayor reconocimiento del portal dentro de su nicho y a un mejor rendimiento en los resultados de búsqueda.

Durante mi formación periodística, tanto académica como laboral, he podido observar que el periodismo en su forma más clásica está obligado a evolucionar. La crisis del modelo de negocio de los medios de comunicación está obligando a explorar otras vías para garantizar la subsistencia de la prensa, de la radio y la televisión. Esto conlleva directamente a la precarización del sector, de sus trabajadores y de su rendimiento global. Al mismo tiempo, se generan nuevos perfiles laborales, nuevas realidades y nuevas posibilidades.

La suma de esta realidad, de experimentar en primera persona que hay pocas oportunidades laborales como periodista clásico y el impulso propio por lanzar un proyecto de comunicación a pequeña escala, hicieron que me comenzase a interesar por el SEO. No tengo experiencia como SEO y no tengo páginas web o proyectos digitales que estén en funcionamiento. Sin embargo, la cantidad de contenido disponible y accesible sobre diferentes conceptos del SEO me han ido permitiendo adentrarme en la materia y familiarizarme con los fundamentos y la terminología, aunque de manera desorganizada.

En este TFG veo la oportunidad de estructurar las bases de mi formación autodidacta sobre SEO. Intuyo que, simplemente, el hecho de sustentar con bibliografía de calidad los aspectos más relevantes del SEO será fundamental para comprender cómo funciona la industria de las búsquedas y tratar de sacarle el máximo provecho.

Como he comentado anteriormente, además tengo la intención de arrancar un proyecto de comunicación mediante un blog en una página web. La temática que pretende abarcar es la de la música urbana, las batallas de rap y el *freestyle*. Con la realización de este trabajo deberían aumentar mis conocimientos, las posibilidades de éxito del blog o de otras iniciativas futuras. Por estas razones, el proyecto práctico que quiero llevar a cabo será la herramienta que servirá para llevar a la realidad, en la medida de lo posible, la teoría sobre la optimización en motores de búsqueda.

2. Marco conceptual

2.1. Fundamentos del SEO

Desde la llegada de la digitalización, internet y los teléfonos inteligentes, la creación y/o el consumo de contenido ha ido en aumento. Bien a través de las denominadas redes sociales, como TikTok, Instagram, Facebook, YouTube o WhatsApp, entre otras, bien en los motores de búsqueda como Google, Safari, Bing o Yahoo. Con respecto a estos últimos cabe destacar que Google ocupó el 89,99% de la cuota de mercado global de los motores de búsqueda durante noviembre de 2024 (Statcounter, s.f.). Es decir, casi nueve de cada diez búsquedas en los diferentes motores se producen en Google.

Según la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), el marketing digital “engloba las acciones y estrategias que se desarrollan para la promoción de productos y servicios a través de Internet” (APD, 2023). Concretamente, existe el marketing de buscadores, que consiste en aprovechar las funcionalidades de un buscador para que un producto, servicio, marca, empresa o contenido aumente su visibilidad. Dentro de este campo, conviven dos formas de potenciar la presencia en los buscadores: el posicionamiento orgánico (o SEO) y los anuncios de Google (Google Ads).

Cabe destacar que en España se confunde el término SEM (*Search Engine Marketing*) con las campañas de anuncios de Google mediante el Pago por Clic (PPC), cuando realmente el SEM engloba al SEO y al pago por anunciarse en los buscadores (Maciá, 2019, p. 23).

2.1.1 ¿En qué consiste y para qué sirve el SEO?

El SEO consiste en ayudar a los buscadores a entender el contenido vertido en páginas web para que los usuarios puedan encontrarlo (Google, s.f.). Se trata de un “conjunto de procesos destinados a mejorar la visibilidad de tu web en los motores de búsqueda (como Google), con el objetivo de conseguir más tráfico orgánico” (Pavlik, 2023).

Por ejemplo, una empresa que ofrece servicios jurídicos podría publicar contenido sobre nueva legislación dedicado a los usuarios que están interesados en informarse sobre la temática en cuestión.

De esta manera, Google gana porque ofrece una solución al usuario con la información de la web. El usuario gana porque satisface sus necesidades en el buscador. Y, por supuesto, también gana el sitio web porque recibe tráfico que podrá convertir en beneficios (monetización a través de anuncios, refuerzo de la presencia de la marca en internet, etc.). Gracias a la implementación de prácticas SEO en un sitio web y en su contenido se pueden aumentar las posibilidades de ser visto por más usuarios.

2.1.2. Tráfico orgánico y tráfico de pago

El tráfico orgánico se refiere a los usuarios que visitan un sitio web a través de los resultados no pagados de motores de búsqueda, como Google, Bing o Yahoo. Este tipo de tráfico es consecuencia de una alta clasificación orgánica en las páginas de resultados, obtenida mediante la optimización para motores de búsqueda (SEO). En contraposición, el tráfico de pago corresponde a las visitas generadas por anuncios de pago por clic (PPC) que aparecen en las mismas páginas de resultados (Harsel, 2024).

El tráfico orgánico y el tráfico de pago presentan diferencias significativas. El tráfico orgánico no requiere inversiones constantes en campañas publicitarias y ofrece beneficios a largo plazo, ya que un contenido relevante, puede generar visitas continuas mientras el dominio esté activo. Sin embargo, esta estrategia suele tardar varios meses en ofrecer resultados visibles, lo que puede no ser ideal para quienes necesitan atraer visitantes con rapidez. Por otro lado, el tráfico de pago destaca por su inmediatez, generando visitas y clics desde el momento en que se activa una campaña publicitaria. Esto lo convierte en una herramienta efectiva para lanzamientos de productos y campañas dirigidas a

audiencias específicas. No obstante, su efectividad está condicionada a la disponibilidad de presupuesto (Hotmart, 2022).

2.1.3. Motores de búsqueda y navegadores

Un motor de búsqueda es una base de datos que contiene contenido web y permite a los usuarios realizar búsquedas dentro de esta información almacenada. Estos motores tienen como objetivo proporcionar resultados óptimos y de calidad a las personas interesadas en encontrar información, productos o servicios (Hardwick et al., 2023).

Los motores de búsqueda poseen diversas características. En primer lugar, incluyen rastreadores o arañas web, que analizan direcciones y contenidos en páginas web. Además, registran índices para clasificar las páginas según sus palabras clave, almacenan datos relevantes y arrojan resultados confiables jerarquizados por su relevancia, generalmente determinada por criterios de SEO. Estas plataformas se actualizan constantemente con contenido nuevo y destacan por ser intuitivas y fáciles de usar, aspectos que aseguran su funcionalidad para los usuarios (Coppola, 2023).

Los motores de búsqueda surgieron en la década de 1990 como respuesta a la creciente necesidad de organizar, clasificar y gestionar la información que emergía en internet debido a la expansión de sitios web llenos de contenido. El primer motor, Wandex, fue desarrollado en 1993 como un proyecto inicial de la *World Wide Web*. Más adelante, en 1997, se creó Google, que eventualmente se consolidó como el motor de búsqueda principal en el año 2000, desplazando a Yahoo en relevancia (Giraldo, 2017).

Por otro lado, los navegadores web son aplicaciones de software diseñadas para acceder a la *World Wide Web*. Con su uso, los usuarios pueden buscar información y navegar entre páginas facilitando así el acceso al conocimiento humano (Bodnar, 2021).

2.1.4. ¿Cómo funciona la búsqueda en Google?

Google ofrece una guía detallada en la que explica cómo funciona el proceso de búsqueda de su motor de búsqueda. Según explican, el procedimiento consta de tres pasos (Google, s.f.):

- Rastreo: El proceso de rastreo de Google comienza con el "descubrimiento de URL", donde Google busca nuevas páginas a través de enlaces conocidos, mapas de sitio enviados o visitas previas. El rastreo lo realiza el *Googlebot*, también llamado "rastreador", "robot", "bot" o "araña", que determina qué páginas rastrear, con qué frecuencia y cuántas por cada sitio. Los rastreadores se programan para evitar sobrecargar sitios y respetar errores como el HTTP 500. Algunas páginas pueden ser inhabilitadas para el rastreo o requerir inicio de sesión. Además, Google renderiza las páginas y ejecuta *JavaScript* para detectar contenido dinámico. El acceso a los sitios es esencial para el rastreo.
- Indexación: El proceso de indexación ocurre después de descubrir una página, donde Google interpreta su contenido, analizando texto, etiquetas y atributos importantes como elementos títulos, imágenes y vídeos. Durante la indexación, Google determina si una página es un duplicado o la página canónica, que es la que aparecerá en los resultados de búsqueda. Se selecciona la página más representativa de un grupo de páginas similares, y las otras se consideran versiones alternativas. Google recoge señales sobre la página canónica, como el idioma, el país y la usabilidad, que se usan en la fase de resultados de búsqueda. Esta información se almacena en el índice de Google, pero no todas las páginas procesadas son indexadas, ya que depende del contenido y metadatos de la página.
- Publicación de resultados de búsqueda: Cuando los usuarios hacen una consulta, el sistema de Google busca en su índice las páginas más relevantes y de mayor calidad, teniendo en cuenta factores como ubicación, idioma y dispositivo del usuario. Por ejemplo, un usuario en Barcelona obtendrá resultados distintos a uno en Hong Kong al buscar "talleres de reparación de bicicletas". Además, los resultados varían según la consulta; por ejemplo, si se busca "bicicleta moderna",

es probable que se muestren resultados de imágenes, mientras que "talleres de reparación de bicicletas" dará resultados locales. A veces, una página puede estar indexada pero no aparecer en los resultados de búsqueda.

2.2. Tipos de SEO

Existen tres ramas fundamentales del trabajo de un profesional SEO: el SEO On Page, el SEO Off Page y el SEO técnico.

2.2.1. SEO On Page

El SEO On Page consiste en el proceso de optimizar diferentes partes de las páginas de un sitio web para mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda y aumentar el tráfico. Esta práctica incluye elementos como la actualización de contenido, etiquetas de título y enlaces internos, entre otros. Los motores de búsqueda como Google evalúan las palabras clave y otros aspectos del SEO On Page para verificar si el contenido de una página coincide con la intención de búsqueda del usuario. En caso de encontrar una coincidencia, se aumenta la visibilidad de la página en los resultados de búsqueda (Mendoza, 2023). Conceptos como etiquetas TITLE, enlaces internos e intención de búsqueda se expondrán posteriormente en este trabajo.

Además, el SEO On Page busca satisfacer tanto las necesidades de los usuarios como las de los robots de búsqueda. Una estructura clara y lógica en las entradas y páginas web facilita que los lectores encuentren información relevante y que los robots rastreadores de los motores de búsqueda como Google comprendan mejor el contenido del sitio (Law et al., 2024).

2.2.2. SEO Off Page

El SEO Off Page puede definirse como el conjunto de acciones, técnicas y estrategias implementadas fuera de un sitio web con el objetivo de mejorar tanto el posicionamiento de palabras clave principales como la autoridad general del dominio. El propósito de estas actividades es incrementar tanto la visibilidad como la confianza del sitio ante los algoritmos de los motores de búsqueda y los usuarios. En consecuencia, el SEO Off Page resulta crucial para el éxito de cualquier página web. Sin su implementación, alcanzar un buen posicionamiento es prácticamente imposible, incluso en nichos de baja competencia (Cardozo, s.f.).

Entre las acciones más importantes del SEO Off Page destacan los *backlinks*. Estos enlaces externos representan una parte fundamental debido a que las búsquedas de Google se basan en *PageRank*, un algoritmo que evalúa tanto la cantidad como la calidad de los *backlinks* que apuntan hacia una página web (Hardwick, 2022).

Un *backlink* es un enlace realizado de un sitio web a otro, considerado por los motores de búsqueda como una especie de recomendación, ya que implica que el contenido enlazado es de calidad (Mousinho, 2021).

2.2.3. SEO técnico

El SEO técnico es una rama del SEO que se centra en optimizar los aspectos técnicos de un sitio web con el objetivo de mejorar su capacidad para ser rastreado, comprendido e indexado por los motores de búsqueda. Su principal meta es garantizar que la infraestructura del sitio, su código y el rendimiento general estén optimizados para aumentar su visibilidad en los resultados de búsqueda (García, 2024).

Existen diversas razones por las cuales el SEO técnico resulta crucial para el éxito de un sitio web. En primer lugar, contribuye al posicionamiento en las SERPs (*Search Engine Result Pages*), lo que incrementa las posibilidades de ser encontrado por los usuarios. En segundo lugar, fortalece la credibilidad de la marca al posicionar temas relacionados con sus productos o servicios, aumentando la confianza de los prospectos. Finalmente, el SEO técnico mejora la experiencia de usuario al abordar problemas como una baja velocidad

de carga, que podrían afectar la interacción con el contenido, incluso si este es de alta calidad (Koller, 2022).

Para implementar una estrategia efectiva de SEO técnico, es necesario aplicar diversas buenas prácticas. Entre las más relevantes se encuentran mejorar la velocidad de carga de las páginas, garantizar la seguridad del sitio web, optimizar el archivo robots.txt, enviar mapas del sitio a los motores de búsqueda, utilizar el marcado *Schema*, arreglar enlaces rotos que pueda tener la página, y asegurar que el sitio sea accesible y optimizado para dispositivos móviles (Fields & Carter, 2023).

2.3. Conceptos esenciales en el SEO

El SEO se ha convertido en una práctica fundamental para las estrategias que tienen por objetivo aumentar la visibilidad orgánica de un proyecto digital con página web. Comprender los conceptos esenciales que sustentan esta práctica es clave para mejorar su posicionamiento en las páginas de resultados de búsqueda. Aspectos como la intención de búsqueda, la selección de palabras clave, la estructura web o la experiencia de usuario, entre muchos otros, son pilares básicos para alcanzar un rendimiento eficaz.

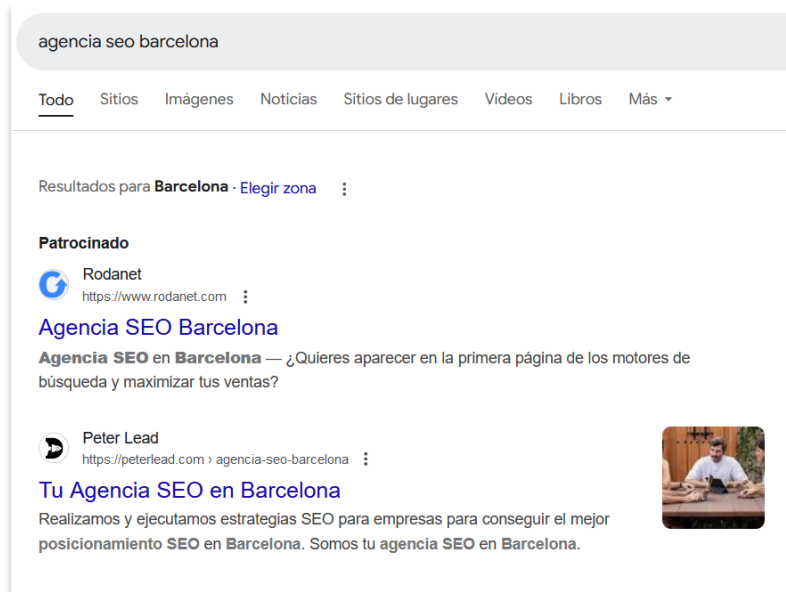
2.3.1. Páginas de resultados de búsqueda

Las páginas de resultados de búsqueda, comúnmente denominadas SERPs son todas las páginas que aparecen en motores de búsqueda como Google, Bing o Yahoo, llenas de diferentes resultados relacionados con la consulta realizada por el usuario (Ferreira, 2024).

Cada SERP es única, incluso si se trata de una búsqueda con los mismos términos y realizada en el mismo motor de búsqueda. Esto se debe a que los motores de búsqueda personalizan la experiencia del usuario al presentar resultados. Factores como la ubicación geográfica, el historial de navegación y otros parámetros específicos influyen directamente en las diferencias que puede haber entre las páginas de resultados de distintos usuarios (Sala, 2024).

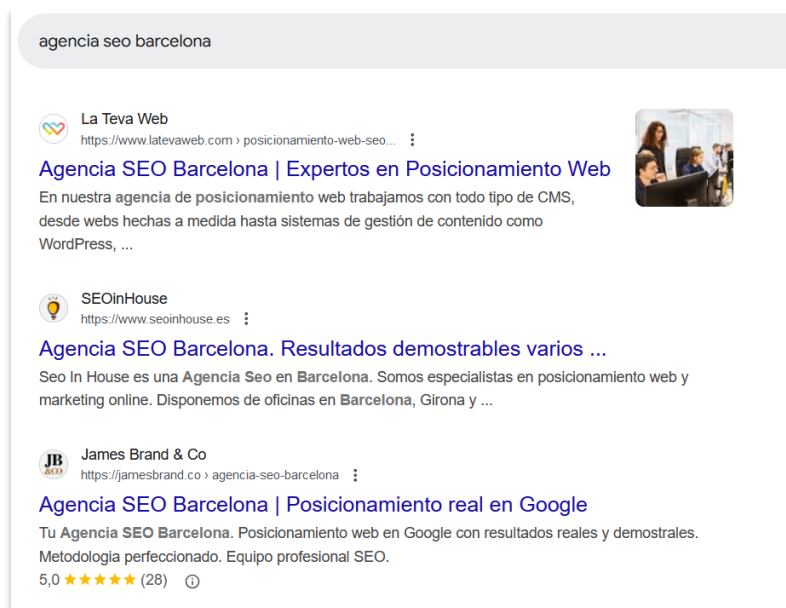
En términos generales, las páginas de resultados pueden incluir tres tipos principales de resultados. En primer lugar, los resultados posicionados orgánicamente. En segundo lugar, los posicionados mediante campañas de pago. En tercer lugar, las funcionalidades SERP. A continuación, se muestran ejemplos de los tres casos.

Figura 1. Ejemplo de resultado de pago en Google. Los resultados de pago se distinguen porque en la parte superior de los resultados de pago aparece el título “Patrocinado”.



Fuente: Google SERP.

Figura 2. Ejemplo de resultados orgánicos en Google.



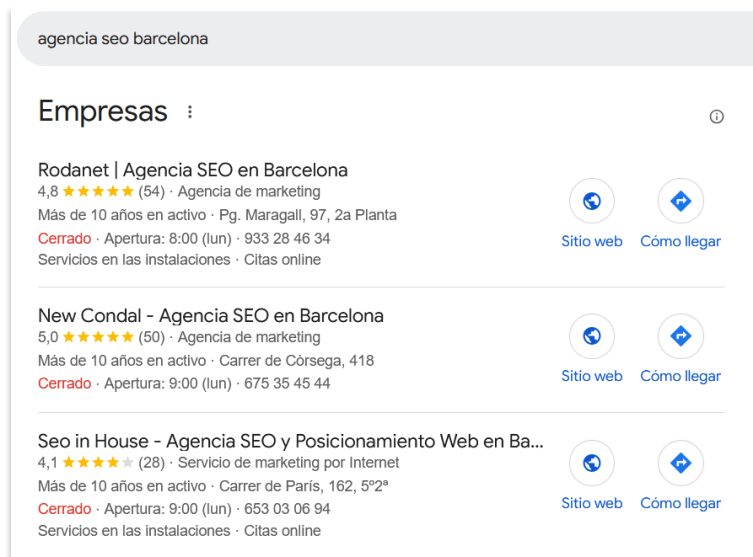
Fuente: Google SERP.

Figura 3. Resultados de pago y orgánicos en la misma publicación de resultados de la búsqueda de Google.



Fuente: Google SERP.

Figura 4. Ejemplo de funcionalidad SERP para encontrar empresas en Google.



Fuente: Google SERP.

En función de lo que busque el usuario, aparecerán unos tipos u otros de funcionalidades SERP. En este caso, como la búsqueda es “Agencia SEO Barcelona”, Google interpreta que se están buscando empresas de Barcelona especializadas en optimizar páginas web según criterios SEO. Es decir, el resultado depende de la intención de búsqueda del usuario.

2.3.2. Intención de búsqueda y tipologías

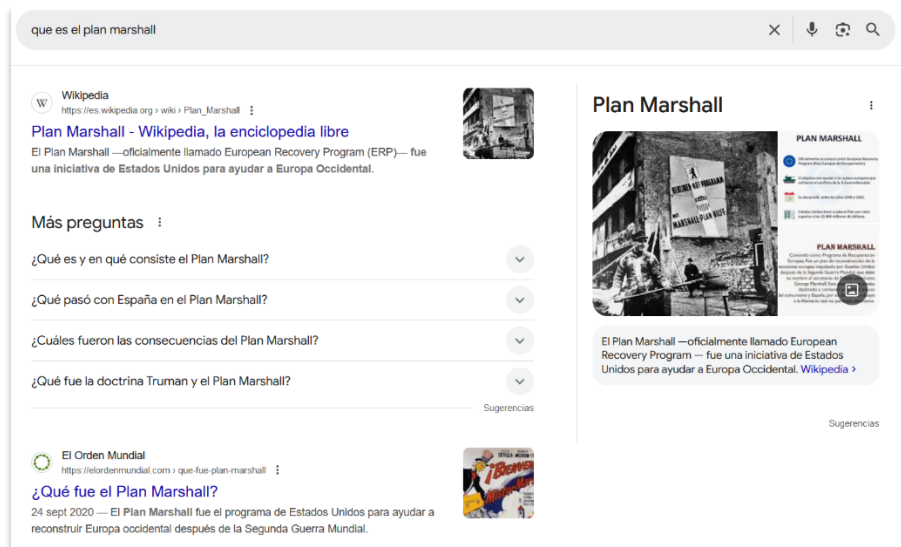
La intención de búsqueda se define como aquello que el usuario desea encontrar al realizar una búsqueda en los motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo o YouTube. Este concepto va más allá de las palabras clave, ya que refleja el deseo del usuario por resolver una necesidad. Los profesionales de SEO deben ser capaces de interpretar y satisfacer esta intención mediante la creación de contenidos relevantes y adaptados a las expectativas del usuario (Casarotto, 2020).

Por ejemplo, si un usuario desea informarse sobre un acontecimiento histórico como la caída del muro de Berlín, puede buscar “cuándo fue la caída del muro de Berlín” o “quién provocó la caída del muro de Berlín” o “Caída del muro de Berlín” y Google le mostrará información que aparezca en páginas web que puedan satisfacer esa necesidad informativa. Sin embargo, la intención de búsqueda varía si el usuario introduce “libros sobre la caída del muro de Berlín”, ya que el motor de búsqueda interpretará que el usuario busca exclusivamente libros sobre ese suceso y la intención es mixta porque quiere conocer qué libros existen sobre la temática y es probable, al mismo tiempo, que el usuario esté dispuesto a comprar.

Según los estudios realizados por Google, las motivaciones de los usuarios al realizar consultas en motores de búsqueda pueden clasificarse en tres categorías principales: informacionales, transaccionales y navegacionales (Gonzalo et al., 2015).

- Búsquedas informacionales: Estas consultas buscan obtener información sobre un tema en particular. Los usuarios pueden estar interesados en diversos formatos de contenido, como imágenes, canciones, vídeos o documentos.

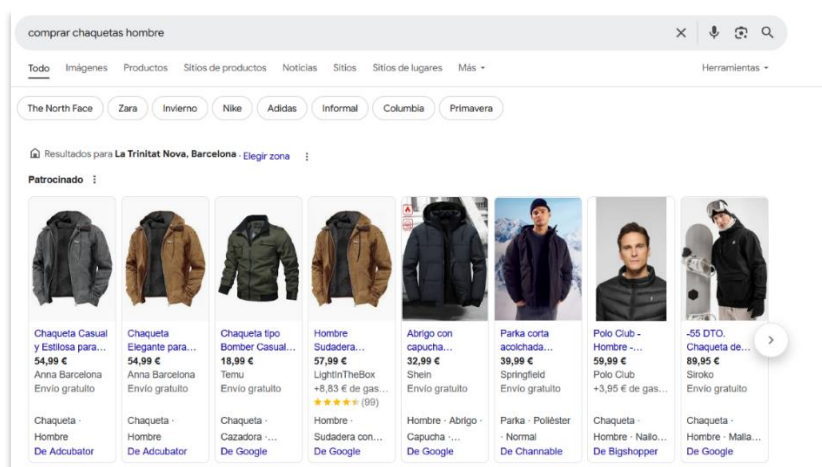
Figura 5. Ejemplo de búsqueda informacional en Google.



Fuente: Google SERP.

- Búsquedas transaccionales: En este caso, las consultas tienen una motivación comercial. Los usuarios buscan mayoritariamente adquirir un producto o servicio específico.

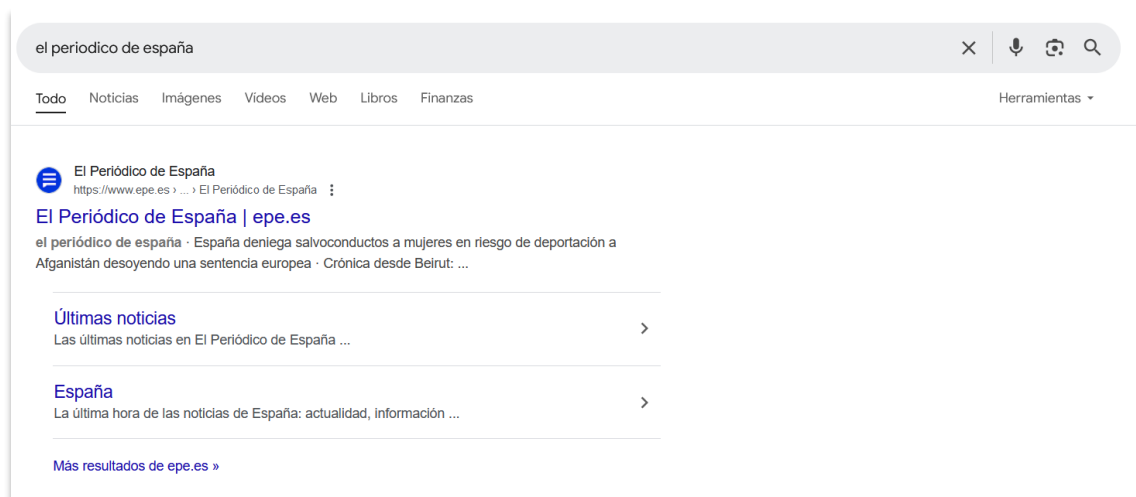
Figura 6. Ejemplo de búsqueda transaccional en Google.



Fuente: Google SERP.

- Búsquedas navegacionales: Estas búsquedas reflejan el deseo del usuario de acceder a una URL específica.

Figura 7. Ejemplo de búsqueda navegacional en Google.



Fuente: Google SERP.

2.3.3. Palabras clave, clasificaciones y tipologías

Las palabras clave, también conocidas como *keywords*, constituyen el principal instrumento de una investigación en Internet. Están compuestas por uno o más términos y representan cómo los usuarios expresan sus dudas en los motores de búsqueda con el propósito de obtener respuestas y solucionar sus problemas. Desde la perspectiva de los creadores de contenido, definir una palabra clave para una página específica envía a buscadores como Google un mensaje claro sobre la temática principal del contenido (Batista, 2019).

En cuanto a su clasificación, las palabras clave pueden categorizarse según la intención de búsqueda del usuario. Existen cuatro tipos principales: informativas, de navegación, comerciales y transaccionales. Las palabras clave informativas son empleadas por los usuarios cuando buscan información; las de navegación se usan para localizar un sitio web o página concreta; las comerciales ayudan a los usuarios a investigar productos, servicios o marcas; y, finalmente, las palabras clave transaccionales están orientadas a completar una acción, como realizar una compra (Lahey, 2024).

Además, las palabras clave también pueden clasificarse en función de su volumen de búsqueda y pueden ser *short tail*, *middle tail* o *long tail*. Las palabras clave *short tail* son términos genéricos de una o dos palabras que suelen tener un alto volumen de búsqueda y mucha competencia, es decir, difíciles de posicionar; las palabras clave *middle tail* incluyen entre dos y tres palabras, con una intención de búsqueda más específica, y suelen ser altamente competidas; y, por último, las palabras clave *long tail* están formadas por más de cuatro palabras y se caracterizan por ser muy concretas, menos competidas y, en muchas ocasiones, de naturaleza transaccional (Facchin, 2023).

2.3.4. Investigación de palabras clave

La investigación de palabras clave (o *keyword research*) es un proceso que consiste en encontrar palabras clave o términos de búsqueda que son relevantes para un negocio y a través de los que se pretende ganar visibilidad en los buscadores, bien sea en posiciones orgánicas o a través de campañas de pago por clic (Vázquez, 2020). Por ejemplo, en el caso de un gabinete jurídico tendrá sentido hacer una investigación de palabras clave orientadas a búsquedas relacionadas con delitos, tipologías de derecho, jurisprudencia o “servicios jurídicos en Barcelona” (o cualquier otra localización, dependiendo del interés de la empresa). De este modo, el negocio atraería a diferentes personas interesadas en contenido o en servicios jurídicos.

Vállez (2011, p. 4) propone cuatro criterios fundamentales para valorar qué palabras clave escoger:

- Popularidad: Representa la frecuencia con la que un término es utilizado en los motores de búsqueda durante un período de tiempo específico.
- Competencia: Indica la cantidad de páginas web indexadas que contienen dicho término. Este criterio es particularmente polémico, dado que el crecimiento constante de la web dificulta un control real de este dato.
- Relevancia: Evalúa la capacidad de un sitio web para satisfacer la necesidad de información de los usuarios.

- Densidad: Hace referencia al porcentaje de veces que una palabra clave aparece en la página web.

Para obtener palabras clave relacionadas con cualquier tipo de proyecto existen diferentes herramientas, tanto gratuitas (como el Planificador de palabras clave de Google Ads) como de pago (herramientas de investigación de palabras clave de SEMRush, Ahrefs o Sistrix).

2.3.5. Análisis de la competencia SEO

Tratar de posicionar un sitio web y los contenidos que ofrece en Google no es una tarea que dependa exclusivamente del productor de contenidos en cuestión. Dado que Google ofrece múltiples resultados de diferentes proyectos web en las páginas de resultado de búsqueda, es fundamental analizar en qué se está focalizando la competencia, qué acciones está llevando a cabo con éxito y cuáles son sus puntos débiles, entre otros muchos aspectos, con el fin de implementar una estrategia que permita mejorar el proyecto tomando como punto de partida el trabajo que ejecuta la competencia. Antes de exponer qué elementos se pueden analizar desde el punto de vista On Page, Off Page, técnico o social, cabe destacar que será más fácil o más difícil superar a la competencia en los resultados de Google si cuentan con mayor o menor autoridad en sus respectivos dominios.

Si nos centramos en los aspectos de SEO On Page, podemos tener en cuenta diferentes factores. En primer lugar, el análisis de palabras clave, es decir, el hecho de identificar los términos principales en los que la competencia trata de posicionarse para aumentar su tráfico y analizar de qué manera se están satisfaciendo las intenciones de búsqueda de los usuarios. En segundo lugar, sería pertinente analizar el contenido de los competidores y evaluar la calidad, la relevancia, la profundidad, la densidad de palabras clave, la frecuencia de actualización y el uso de formatos multimedia. En tercer lugar, se debería poner el foco en la estructura del sitio web, es decir, comprobar cómo está organizado el contenido del sitio, si la navegación es intuitiva y si los enlaces son amigables. Por último, se tendría que revisar si el uso de las etiquetas meta es eficiente, si se están utilizando

bien los encabezados (H1, H2, H3, H4, H5 y H6) en las entradas y páginas y analizar si las imágenes que aparecen en el sitio web están bien optimizadas y comprimidas.

Si ponemos el foco en los criterios de SEO Off Page, se debería comprobar la cantidad y la calidad de los enlaces entrantes. Al mismo tiempo, se podría analizar si se está ejecutando alguna estrategia de *link building*.

En cuanto al SEO Técnico, se debería verificar si los competidores cuentan o no con una velocidad de carga óptima, si tienen una correcta indexación en los resultados de búsqueda de Google, por ejemplo, verificando el archivo robots.txt o el mapa del sitio, si están cometiendo errores de redirección o si están implementando datos estructurados.

Con el fin de que el análisis sea más profundo, debería analizarse también el uso que hacen de las redes sociales, es decir, observar qué redes sociales utilizan para difundir sus contenidos, qué clase de material publican en redes y su nivel de influencia (observando las respuestas de su público al contenido a través de los comentarios, los “me gusta” y la cantidad de “compartidos” de diferentes publicaciones).

2.3.6. Volumen de búsquedas

El volumen de búsqueda de palabras clave es una métrica que calcula cuántas veces al mes buscan los usuarios una palabra clave específica. Esta métrica se emplea ampliamente en herramientas de SEO y PPC debido a su capacidad para determinar la popularidad y competitividad de una palabra clave. Además, permite dirigir los esfuerzos de optimización hacia términos con mayor probabilidad de generar interés y atraer tráfico a un sitio web (Silva, 2023).

Una fuente clave para obtener datos sobre el volumen de búsqueda es el Planificador de Palabras Clave de Google (GKP), reconocido como la herramienta más confiable al proporcionar datos directamente de Google. La mayoría de las herramientas de SEO utilizan el GKP como base para calcular sus propios volúmenes de búsqueda. Sin embargo, para conocer cifras más precisas, Google Search Console (GSC) se posiciona como la "única fuente de la verdad". Si una página web se ubica constantemente en las primeras posiciones para una palabra clave específica, la cantidad de "impresiones" reflejadas en GSC será su volumen de búsqueda real (Soulo, 2023).

Adoptar una estrategia basada en palabras clave de cola larga, o *long tail*, ofrece diversas ventajas en la optimización de contenido. Estas palabras clave suelen enfrentar menor competencia, lo que permite lograr rankings altos de manera más rápida. Además, suelen generar mayores conversiones debido a su enfoque en necesidades específicas, aumentando la probabilidad de que los visitantes realicen una acción concreta. Otra ventaja significativa es el incremento en el *Click Through Ratio* (CTR), indicador clave para la calidad reconocida por Google. Este porcentaje, que refleja la frecuencia con la que los usuarios hacen clic en un enlace, influye directamente en la posición de una página en los resultados de búsqueda (Van Veen, 2024).

2.3.7. Contenido SEO

El contenido SEO se define como aquel diseñado para destacarse en las páginas de resultados de los motores de búsqueda. Este tipo de contenido se optimiza con palabras clave específicas, presentándose de manera fácil de leer y relevante para el lector. Además, debe atraer a los usuarios mediante el uso de meta descripciones y etiquetas de título adecuadas, cumpliendo con la intención de búsqueda específica (Boada, 2025).

Para redactar contenido SEO efectivo, es fundamental identificar temas relevantes que respondan a las necesidades de la audiencia objetivo. Esto incluye satisfacer la intención de búsqueda del usuario, crear etiquetas de título optimizadas y emplear meta descripciones claras. Asimismo, la incorporación estratégica de encabezados y la estructuración del contenido permiten facilitar la legibilidad. Al mismo tiempo, complementar el texto con elementos visuales y enlaces internos también mejora la experiencia del usuario y potencia el valor del contenido (Pol, 2023).

En el contexto de un sitio web, distinguir entre diferentes tipos de contenido (entradas o páginas) es crucial para su eficiencia estructural. Las entradas se utilizan para contenido dinámico y temporal, como artículos de blog, mientras que las páginas se destinan a información estática y atemporal, como la descripción de servicios o datos corporativos (Frades, 2024).

2.3.8. Estructura web

La arquitectura web es la disciplina que engloba la organización de los contenidos e información de una web, incluyendo la jerarquía entre sus elementos y las relaciones entre los mismos. Una buena arquitectura web garantiza que los usuarios y los rastreadores de los motores de búsqueda puedan moverse con facilidad por un sitio web (Pulido, 2024).

Según el portal Seobilty, especializado en optimización SEO, existen diferentes elementos que componen la arquitectura web y señala que los más relevantes son:

- Estructura URL. La configuración de la URL es esencial para la estructura general de una página web. Algunos de los elementos cruciales de la URL son las barras finales, el HTTPS y las redirecciones.
- Categorías. Mejoran la experiencia de navegación y, al mismo tiempo, indican relevancia temática. También ayudan a reducir el número de páginas web huérfanas y fomentan el enlazado entre sitios de la página.
- Menús de navegación. Los menús permiten a los visitantes navegar de forma eficiente hacia el contenido que buscan y mejoran la usabilidad del sitio.
- Enlaces internos o *interlinking*. Los enlaces internos ayudan a los visitantes de un sitio a navegar con facilidad entre las páginas de una web, mejoran la rastreabilidad y permiten transmitir autoridad entre las páginas.
- Migas de pan o *breadcrumbs*. Las migas de pan sirven para mostrar al usuario dónde se ubica una página en relación con el resto de la página web. También contribuyen a comprender la temática y a facilitar la navegación del usuario hacia otras páginas relacionadas o relevantes.
- Mapas de sitio. Se trata de documentos que recogen y enumeran las diferentes páginas que componen la totalidad de un sitio web. Los rastreadores de los motores de búsqueda los emplean para conocer los cambios efectuados en una página web (Seobility, s.f.).

2.3.9. Experiencia de usuario

La experiencia de usuario, comúnmente conocida como UX (*user experience*), se refiere a las percepciones, sentimientos y respuestas de las personas al interactuar con los productos, plataformas o servicios de una empresa. Este concepto se define por criterios como la facilidad de uso, la accesibilidad y la conveniencia (Chacón, 2024). En el ámbito de los sitios web, la velocidad de carga se posiciona como un componente crucial de la experiencia de usuario. Según datos recientes, el 53% de los visitantes de sitios móviles abandonan una página que tarda más de tres segundos en cargarse (Julija, 2024).

El diseño de la experiencia de usuario también desempeña un papel significativo en el posicionamiento en los motores de búsqueda. Google, reconocido como el motor de búsqueda líder, considera el comportamiento humano genuino como un factor determinante para clasificar los sitios web. Este enfoque prioriza la usabilidad y la experiencia de usuario, integrándolas como pilares esenciales de estrategias SEO efectivas (Nomensa, 2024).

Además, optimizar la experiencia de usuario aporta beneficios tangibles al posicionamiento SEO. Entre sus ventajas se incluyen la capacidad de adaptar las plataformas en línea para cualquier dispositivo, la posibilidad de recopilar datos valiosos sobre las necesidades del consumidor y la oportunidad de anticiparse a dichas necesidades (Bloo.media, s.f.).

2.3.10. EEAT

El concepto de EEAT (*Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness*) constituye una evolución del enfoque EAT introducido previamente por Google. El EEAT incluye la experiencia del creador de contenido como un nuevo parámetro clave para evaluar la calidad de los contenidos. Este enfoque tiene como objetivo principal considerar la credibilidad del creador. Así, Google busca garantizar resultados de búsqueda que sean de alta calidad para los usuarios (DigitalDot, 2024).

El concepto inicial de EAT (*Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness*) fue introducido por Google en 2014. A finales de 2022 se añadió la “E” de experiencia para reflejar la importancia del conocimiento práctico en el ámbito del creador de contenido.

Este cambio fue incluido en las directrices de los *quality raters* de Google, quienes son responsables de evaluar manualmente la calidad de los sitios web. Estas directrices buscan garantizar que los sitios web cumplan con estándares de veracidad y calidad (Rico, 2023).

Google, en su documento sobre evaluadores de calidad, señala que los *quality raters* son profesionales externos que utilizan exhaustivas directrices para valorar los resultados de búsqueda. Aunque sus evaluaciones no influyen directamente en los rankings, sí ayudan a mejorar los sistemas de clasificación mediante análisis detallados (Google, s.f.).

Marcilla desgana los cuatro componentes que configuran el concepto EEAT y qué actuaciones se pueden llevar a cabo para potenciarlos en un sitio web:

- **Experiencia:** La experiencia se refiere al conocimiento práctico que posee el creador sobre un tema específico. Google valora el contenido generado por expertos en su campo, quienes pueden demostrar su experiencia a través de artículos, guías o estudios de caso.
- **Conocimiento:** El conocimiento implica una comprensión profunda y detallada del tema tratado. Para demostrar este atributo, el contenido debe ser preciso, actualizado y respaldado por fuentes confiables.
- **Autoridad:** La autoridad está asociada a la reputación del creador en su ámbito de especialización. Entre las estrategias para establecer autoridad se incluyen obtener enlaces de sitios reconocidos, menciones en medios de comunicación relevantes y una sólida presencia en redes sociales.
- **Fiabilidad:** La fiabilidad asegura que los usuarios confíen en el contenido y el sitio web. Factores como el uso de protocolos de seguridad, el funcionamiento adecuado del sitio y la actualización constante del contenido contribuyen a generar confianza en el usuario (Marcilla, 2024).

2.4. Factores de posicionamiento

A modo de resumen y breve ampliación, el propósito de este apartado es tratar de recoger y listar los aspectos SEO que son considerados los principales factores de posicionamiento. Es decir, lo que un especialista SEO debería priorizar a la hora de abordar un proyecto para optimizarlo.

Realmente, Google nunca ha hecho público un listado en el que exponga todos los criterios que el motor de búsqueda tiene en cuenta para analizar los sitios webs y su contenido. Aun así, a medida que han ido pasando los años, ha ido dando pistas. Además, el sector SEO ha tratado de ir experimentando qué criterios tienen impacto, cuáles no y, a través de una metodología de ensayo-error, se han establecido una serie de factores que se consideran relevantes.

Brian Dean, uno de los expertos en SEO más reconocido a nivel internacional, considera que hay ocho factores clave (Dean, 2025):

- Contenido de calidad: Por un lado, los usuarios buscan respuestas de calidad y, por otro, Google quiere satisfacer lo mejor posible a los usuarios. De esta manera, lo fundamental es que el contenido sea de valor para saciar los intereses de búsqueda de los usuarios.
- *Backlinks*: La confianza que otros sitios web otorgan a un sitio web concreto a través de enlaces. Según Dean, cuantos más *backlinks* de alta calidad apunten a un sitio web, mayor será su autoridad y será mejor valorado por Google.
- SEO Técnico: Cuidar la velocidad de carga de un sitio web, y que cuente con un buen fundamento técnico, ayudará a que Google lo posicione mejor que otros proyectos que no cuentan con estas características.
- Optimización de palabras clave: El SEO On Page es fundamental para dotar de contenido a un sitio web y lograr que Google entienda qué temáticas se abordan

en un dominio. Además, a través de las palabras clave, un proyecto puede ganar visibilidad y autoridad al mismo tiempo si este apartado se cuida al máximo.

- Experiencia de usuario: Google no solo quiere mostrar contenido de calidad a los usuarios, sino que también pretende que el proceso para satisfacer su intención de búsqueda sea lo más agradable posible para ellos.
- Uso de datos estructurados: Gracias a los marcados de *Schema*, los productores de contenido en páginas web pueden indicar si un contenido es una noticia, si es un artículo de opinión, si se trata de un tutorial, etc. En definitiva, utilizar este recurso para categorizar el contenido, contribuye a que Google pueda entender mejor el contenido y, por tanto, lograr una mayor tasa de éxito a la hora de responder a la intención de los usuarios.
- Señales de redes sociales: Google es consciente de la realidad digital y cuenta con mecanismos para evaluar el peso en las redes sociales que pueda tener un proyecto. De esta manera, el hecho de que los usuarios indiquen que un contenido les gusta a través de las redes sociales o que comenten o que lo compartan, es una de las múltiples formas que tiene el motor de búsqueda para considerar el valor que se aporta.
- Señales de marca: También es fundamental que la percepción de una marca sea respetada y conocida para que el motor de búsqueda de Google le otorgue confianza a la hora de posicionar los contenidos que produzca.

2.5. Evolución del SEO en Google

Google es considerado el motor de búsqueda más importante a escala mundial. Tal y como se ha expuesto en el inicio del marco conceptual de este trabajo, prácticamente nueve de cada diez búsquedas en los diferentes motores disponibles se producen en Google, según datos de noviembre de 2024, dato que remarca su supremacía absoluta con respecto al resto de competidores.

Sin embargo, no siempre fue así. Parte de las causas que explican por qué Google aventajó de manera aplastante al resto de motores de búsqueda son los mecanismos que adoptó para mejorar y actualizar su propio sistema. Estas modificaciones permitieron que el sistema de Google superase en eficiencia y resultados a la competencia. En este apartado, se exponen algunos de los algoritmos más importantes que se introdujeron, junto al año de implementación y una breve explicación, con el fin de comprender cómo ha evolucionado Google con el paso de los años.

En 2003, Google introdujo la actualización Google Florida, que tuvo por objetivo eliminar de los resultados a las páginas web de baja calidad que se habían creado durante la década de los 90 con tecnologías que se consideraban obsoletas. A partir de este cambio, se empezó a generar el término SEO con el objetivo de poder adaptarse a lo que pedía Google.

Un año después, en 2004, se implementó Google Austin. Este nuevo algoritmo trató de penalizar a los sitios web que abusaban del uso de palabras clave en un contenido para manipular los resultados. La técnica fraudulenta consistía en introducir en la página textos que tenían el mismo color del fondo con palabras clave para que Google interpretase que se ofrecía un buen resultado para el usuario.

Cuatro años después de Google Austin, en 2008, llegó Google Suggest, en la que el motor de búsquedas incorporó un desplegable en las SERP con sugerencias de términos para ayudar a los usuarios.

En 2009, apareció Google Vince, que tenía por objetivo tener en cuenta la popularidad de las marcas antes de la llegada del mundo digital. Marcas reconocidas pudieron así mejorar su posicionamiento sin llevar a cabo ningún tipo de modificación. El mismo año se implementó Google Caffeine, que logró mejorar la rapidez de las búsquedas y que, además, optimizó el rastreo de los enlaces.

En el año 2010, Google comenzó a tener en cuenta los contenidos de las redes sociales como Facebook o Twitter en la página de búsquedas a causa de la implementación de Google Social Signals.

En 2011, llegó un gran cambio con la introducción de Google Panda para premiar la calidad de los contenidos. Por tanto, los contenidos sobreoptimizados, duplicados o, directamente, pobres, comenzaron a ser penalizados por el motor de búsqueda. El mismo año se aplicó *Schema.org* para poder usar datos estructurados, es decir, para poder indicar por parte del creador de contenido si ha escrito un tutorial, una noticia, etc. Esto permitió a los buscadores un rastreo más fácil y el cambio surgió gracias a la colaboración entre Google, Yandex y Yahoo, los principales buscadores del momento. También en 2011 entró en juego Google Freshness con el propósito de premiar la actualización de los contenidos en las páginas web y penalizar, al mismo tiempo, los contenidos obsoletos.

El 2012 también fue un año con cambios fundamentales para Google. En primer lugar, por la implementación de Google Page Layout con el fin de penalizar a los sitios web que mostraban anuncios intrusivos que ocupaban una parte importante de la pantalla del usuario. En segundo lugar, por la introducción de Google Venice que incorporó la geolocalización del usuario para mostrar resultados locales, por ejemplo, en la búsqueda de negocios. En tercer lugar, por la llegada de Google Penguin para penalizar a los sitios web que compraban enlaces para ganar autoridad y para incentivar que se aplicasen estrategias de *linkbuilding* ético.

En 2013 se aplicó la actualización Google Hummingbird, que permitió tener en cuenta la semántica de las palabras clave y el contenido con el fin de comprender mejor las intenciones de búsqueda por parte del motor.

En 2014 se introdujo una actualización para garantizar la seguridad de los usuarios pasando a reconocer los sitios que dispusieran de certificados SSL.

Google Mobilegeddon llegó en 2015 y supuso una gran disrupción, ya que se premió a los sitios web que estaban diseñados y optimizados para teléfonos móviles y *tablets* a causa del incremento de tráfico que representaban estos usuarios. El mismo año se implementó RankBrain que significó la incorporación de la inteligencia artificial en el algoritmo y que pretendía que los resultados fuesen más precisos.

La irrupción del uso de los dispositivos móviles para usar Google provocó que en 2016 se introdujesen nuevos cambios en este sentido. En primer lugar, lanzó el sistema AMP (*Accelerated Mobile Pages*) para que las páginas fuesen más rápidas a causa de eliminar gran parte del código. En segundo lugar, se implementó el criterio Mobile First Index para premiar a todos aquellos que diseñaban los sitios web pensando en cómo se verían en los dispositivos móviles.

En 2017 se implementó el concepto de posición cero. Este concepto permite que el usuario reciba una respuesta después de formular su búsqueda sin necesidad de acceder al enlace en cuestión.

En 2018 se implementó Medical Update que supuso criterios más estrictos de fiabilidad para las páginas web que tratasen contenido sensible, como el relacionado con la salud, con el propósito de que los usuarios no fuesen perjudicados al seguir consejos de fuentes no fiables.

En 2019, entró en juego Google Bert. Con este cambio, Google pasó a usar redes neuronales para leer páginas web para comprender mejor el lenguaje natural cuando se realiza la búsqueda para ofrecer contenido más ajustado a la intención del usuario.

En el año 2020, Google dotó de mayor peso a las directrices EAT para premiar el contenido creado por expertos en sitios web que hubiesen consolidado su confianza con el paso del tiempo.

La experiencia de usuario pasó a ganar importancia para Google con la llegada de Google Page Experience, ya que comenzó a tener en cuenta las conocidas como *Core Web Vitals*, las métricas que miden la experiencia de usuario (SIDN, s.f.).

2.6. Cómo medir el rendimiento de una página

El rendimiento de una página web puede ser considerado mejor o peor dependiendo de los objetivos que se marque cada proyecto concreto. Por ejemplo, un sitio web en el que se venden artículos pretenderá aumentar sus ventas en última instancia, mientras que un medio de comunicación o un blog informativo debería buscar un aumento de su visibilidad y de su campo de influencia para situarse en una posición de poder a la hora de maximizar sus ingresos, bien sea a través de anunciantes, de incrementar el número de suscriptores de pago, etc. En cualquier caso, como mencionaba al principio del apartado, cada proyecto tiene sus necesidades específicas y no resulta práctico asociar un tipo de iniciativa a una finalidad concreta.

Independientemente de las finalidades, sean las que sean, cuando el objeto es una página web, por lo general, lo que se pretende es impulsar una marca con el propósito de aumentar su notoriedad y su visibilidad. Y el SEO es un conjunto de prácticas que permite justamente acercarse a ambos objetivos.

En el terreno de lo práctico, los creadores de proyectos web necesitan datos para poder comprobar si se están alcanzando los objetivos marcados. Algunos de estos datos pueden ser cuántas personas visitan el sitio web, cuántos usuarios realizan una compra en una página específica, si los usuarios permanecen un tiempo suficiente dentro de los contenidos que se ofrecen, qué posición ocupan en los resultados de búsqueda las entradas publicadas, y una infinidad de métricas más.

Google pone a disposición de los gestores de páginas web dos herramientas gratuitas que tienen como función principal tener un control del rendimiento del proyecto, aunque cada una tiene su foco de actuación, ya que, de no ser así, no tendría demasiado sentido que fuesen dos instrumentos independientes. Hablamos de Google Search Console y de Google Analytics.

Por un lado, Google Search Console es un servicio que ofrece Google de manera gratuita y que ayuda a supervisar, mantener y solucionar los problemas de aparición de un sitio web en los resultados de las búsquedas en Google. Algunas de sus funcionalidades son confirmar que Google puede encontrar y rastrear un sitio web, solucionar los problemas de indexación y ofrecer métricas como con qué frecuencia aparece un sitio web en la búsqueda de Google, entre otras (Google, s. f.)

Por otro lado, Google Analytics es una plataforma que recoge datos de los sitios web para crear informes que proporcionan estadísticas sobre una empresa (Google, s. f.). Su objetivo es proporcionar información con el fin de conocer a los visitantes de un sitio web, entender su comportamiento y saber qué resultados está obteniendo un proyecto web en base a diferentes métricas (Coppola, 2024).

Algunas de las métricas que se pueden extraer de Google Analytics y Google Search Console pueden ser las conversiones (también conocidas como ventas), la visibilidad orgánica de un sitio web, las sesiones orgánicas, la posición de las palabras clave, los *backlinks*, el CTR orgánico, la tasa de rebote o el tiempo medio en la página, entre otras muchas (Walsh, 2021).

2.7. Herramientas SEO para analizar y mejorar el posicionamiento web

No existe un botón mágico para que un sitio web pase de no estar optimizado en absoluto a estarlo completamente. Tal como se ha podido constatar mediante lo explicado hasta el momento, el SEO está formado por una notable cantidad de procesos, acciones y recomendaciones. El hecho de tratar de que todos esos factores estén cuidados en la medida de lo posible, hará que se incrementen las posibilidades de que la estrategia SEO en cuestión dé frutos.

Por ejemplo, una página que ofrece un contenido de enorme valor a los usuarios parte con ventaja. Sin embargo, si tarda 20 segundos en mostrar el contenido desde que se hace clic en ella, es probable que Google desheche ese resultado a la hora de crear su página de resultados para esa consulta. Y al contrario sucede algo similar. Un sitio puede tener una velocidad de carga óptima, pero si no tiene contenido de valor, tampoco logrará resultados que satisfagan a los usuarios y, por tanto, a Google. Con estos ejemplos hipotéticos, lo que se trata de poner de manifiesto es que una estrategia SEO eficiente es como una gran mesa con múltiples patas. No importa que una de ellas sea perfecta y robusta si el resto están desportilladas y en mal estado, porque la mesa acabará por ceder.

Por tanto, para optimizar en términos SEO un sitio web hay que tener en cuenta diferentes procesos. Una vez que se llevan a cabo esos procesos, que se expondrán a continuación, aunque se hayan explicado anteriormente, también es importante tratar de corroborar que

se han aplicado correctamente. Para ello, tanto Google como diferentes empresas, han creado herramientas que permiten verificar o potenciar su puesta en marcha.

Los principales procesos, pero no los únicos, que configuran una estrategia SEO y que cuentan con servicios en línea para optimizarlos son la investigación de palabras clave, el análisis de la competencia, la optimización técnica, On Page y Off Page y la medición de métricas sobre el rendimiento de una página.

A continuación, se mencionarán herramientas asignadas a los diferentes procesos. Cabe destacar que esta sección no pretende ser un catálogo extenso ni pormenorizado. El objetivo es evidenciar que la simple existencia de las prácticas SEO ha propiciado la creación de todo un ecosistema de servicios destinados a simplificar algunas de las tareas que un especialista SEO lleva a cabo de forma cotidiana.

- Investigación de palabras clave: SEMRush, Google Trends, Ahrefs y Google Keyword Planner
- Análisis de la competencia: SimilarWeb, SEMRush, SpyFu, Ubersuggest y Moz
- Optimización On Page: Las extensiones para WordPress como RankMath o Yoast o Screaming Frog
- Optimización Off Page: SEMRush y Ahrefs
- Optimización técnica: Sitebulb y Screaming Frog
- Medición de métricas sobre el rendimiento de una página: Google Search Console y Google Analytics.

3. Aspectos metodológicos

3.1. Objeto de estudio – SEO On Page y SEO técnico

Los objetivos de estudio de este Trabajo de Final de Grado son el SEO On Page y el SEO técnico de una página web dedicada al contenido sobre *freestyle*, batallas de rap y música urbana.

3.2. Objetivo principal

El objetivo principal del trabajo es elaborar una guía práctica de actuaciones basada en el análisis propio (mediante una auditoría SEO) y en el análisis ajeno (mediante una revisión de las prácticas de la competencia) para optimizar el SEO On Page y el SEO técnico del proyecto mencionado.

3.3. Objetivos secundarios

Este trabajo pretende, al mismo tiempo servir para:

- Diagnosticar el estado actual del SEO On Page y el SEO técnico en Diario Barras. Esto permitirá conocer qué mejoras se pueden aplicar al proyecto a la hora de ajustarlo, tanto en la página en general, como en las prácticas que se ejecutan en el contenido.
- Analizar en qué punto se encuentra el sector informativo que concierne al *freestyle*, las batallas de rap y la música urbana. A raíz de analizar a los medios de la competencia que se dirigen al mismo público que Diario Barras, se pueden extraer conclusiones sobre si la cobertura de la información que hace la competencia es completa o no y, por tanto, puede servir para trazar una estrategia de contenidos que se centre en profundizar en los apartados que la competencia deja más descuidados.

- Definir los perfiles que podrían estar interesados en consumir información sobre la temática que trata la web de nicho. A la hora de diseñar ciertos perfiles hipotéticos, se pueden generar nuevas ideas de contenido para satisfacer sus necesidades informativas.
- Identificar qué palabras clave del nicho del *freestyle*, las batallas de rap y la cultura urbana cuentan con más búsquedas por parte de los usuarios para priorizar y jerarquizar aquellas que den más retorno en cuanto al tráfico.
- Extraer conclusiones sobre la manera en que la competencia estructura su contenido a nivel de apartados y secciones.

3.4. Preguntas de investigación

- ¿Qué factores de SEO On Page se deben tener en cuenta a la hora de mejorar el sitio web? ¿Las páginas web de la competencia están bien optimizadas en cuanto a SEO On Page (títulos, encabezados, metadatos, URL amigables, etc.) y SEO técnico (velocidad de carga, indexabilidad, etc)?
- ¿Qué perfiles de personas pueden estar interesados en consumir la información que puede proporcionar Diario Barras sobre *freestyle*, batallas de rap y música urbana?
- ¿Qué campos de información pueden formar parte de la página web y qué palabras clave de los diferentes nichos de información pueden contribuir a que el proyecto gane visibilidad? ¿Las páginas web de la competencia están aprovechando las palabras clave del sector con mayor volumen de búsquedas?
- ¿Qué fortalezas y debilidades presentan las respectivas arquitecturas de la información de las páginas web de la competencia?

3.5. Metodología

La metodología de este trabajo está basada en el análisis pormenorizado de los diferentes elementos que componen el SEO On Page (como los encabezados o el enlazado interno, entre otros) y de algunos aspectos de SEO técnico (como los metadatos o las URL).

En primer lugar, se tratará de analizar qué público podría estar interesado en consumir información sobre *freestyle*, batallas de rap y música urbana a través de la aportación de datos o demostraciones de qué perfiles demográficos o socioeconómicos podrían formar parte del público objetivo de la página web. Posteriormente, se crearán perfiles ficticios de potenciales lectores para tratar de crear una estrategia de contenidos más sólida.

En segundo lugar, se auditará el sitio web Diario Barras en cuanto al SEO On Page para tratar de identificar los aciertos y los errores con el fin de potenciar las prácticas que se están ejecutando correctamente y de mejorar las que presenten carencias. De esta manera, se podrá evaluar si Diario Barras cuenta con un SEO On Page optimizado, mejorable o no optimizado. Inmediatamente a continuación, se procederá a realizar un análisis de ciertos factores de SEO técnico que se explicitarán en profundidad más adelante.

En tercer lugar, se realizará una búsqueda de páginas que compartan el mismo nicho informativo. Una vez seleccionadas, se analizarán los aspectos relacionados con el SEO On Page de estos sitios, el contenido y la manera de estructurarlo. Este análisis permitirá conocer el estado del SEO On Page en que se encuentran los sitios en cuestión. Posteriormente, se podrán extraer conclusiones sobre posibles mejoras aplicables en Diario Barras y si existen ventanas de oportunidad que explotar para despuntar con respecto a los sitios con los que compete.

En cuarto lugar, se realizará una búsqueda de palabras clave. Mediante este proceso se pretende evaluar si existe una alta o baja competencia para palabras clave de interés en Diario Barras. De este modo, se podrán extraer conclusiones sobre las posibilidades de crear contenido que no caduca (conocido popularmente como contenido *evergreen*) para trazar una estrategia de contenido que permita aumentar el tráfico del sitio web de forma recurrente, al margen del contenido de estricta actualidad.

También se mostrará la manera en la que los sitios web de la competencia estructuran la información que proporcionan a través de sus páginas y entradas. Al mismo tiempo, se creará sobre la compartimentación de Diario Barras y, mediante la comparativa, se podrán

extraer conclusiones sobre las posibles ineficiencias, tanto propias como de la competencia.

A continuación, se expondrán todos los puntos a tratar y la metodología que se aplicará en los diferentes casos.

Público objetivo

Con el objetivo de mejorar la estrategia de SEO On Page, en este apartado se expondrá la forma de establecer el público objetivo al que se dirige Diario Barras. La definición de público objetivo permitirá ajustar el contenido, el tono y el formato para los usuarios que consuman contenidos de la página web. Asimismo, e implícitamente, también contribuirá a mejorar la experiencia de usuario.

La tarea de concretar cuál es el público objetivo de este proyecto se llevará a cabo a través de diferentes pasos.

En primer lugar, la búsqueda de datos que puedan fundamentar quién responde a lo que llamaríamos público objetivo del *freestyle*, las batallas de rap y la cultura urbana. En el desarrollo práctico de este apartado se pretenderá fundamentar con datos y demostrar quién es este público y qué características de consumo presenta.

Una vez ‘demostrado’ el público objetivo al que se dirige el proyecto, se llevará a cabo la creación de perfiles de *user persona*, una herramienta clásica del universo de la publicidad que trata de representar de forma ficticia los diferentes y potenciales usuarios que interactúan con un servicio o producto.

La definición de estos perfiles en este proyecto se desarrollará de la siguiente manera. En primer lugar, se definirá un perfil principal que represente al principal consumidor. En segundo lugar, se expondrán diferentes perfiles secundarios que permitirán trazar una estrategia más completa para satisfacer las necesidades de otros potenciales lectores.

Auditoría SEO

En este apartado se pretende llevar a cabo una auditoría SEO propia, del proyecto web Diario Barras. Evidentemente, tal y como se ha comentado en anteriores apartados, el objetivo no es analizar todos los aspectos SEO de la página, sino enfocarse en aquellos que forman parte de lo que se conoce como SEO On Page, es decir, las acciones y prácticas SEO que pueden realizarse desde dentro de la propia página y algunos apartados del SEO técnico que se pueden resolver desde la página (como el rastreo y la indexación, las etiquetas TITLE u otros factores).

A continuación, se expondrán los diferentes factores que se analizarán dentro de las dos categorías principales de la auditoría: SEO On Page y SEO técnico.

SEO On Page

Los factores de SEO On Page que servirán para auditar el proyecto Diario Barras son análisis temático basado en palabras clave, uso de etiquetas HTML y enlazado interno. Para llevar a cabo este apartado, se usarán las siguientes herramientas: Screaming Frog y la extensión de Google Chrome ‘SEO META in 1 CLICK’.

A partir de aquí, se expondrá la metodología mediante la que se llevará a cabo el análisis práctico de cada uno de los factores mencionados.

Análisis temático basado en palabras clave

En este apartado se expondrán palabras clave de interés para Diario Barras. Cabe destacar que el proyecto cuenta únicamente con 126 enlaces, es decir, tiene poco contenido. Por esa razón, también se tendrán en cuenta otras palabras clave que no aparecen en la página web, pero que sí que deberían aparecer porque forman parte del mismo nicho temático (*freestyle*, batallas de rap y cultura urbana). Una vez localizados los contenidos propios y algunas palabras clave de interés para el proyecto, se analizará cómo se está tratando ese contenido en Diario Barras y/o en las páginas web que se estén posicionando para palabras clave relevantes del sector. Cabe destacar que las palabras clave que formarán

parte de la optimización de la página web serán informacionales, ya que la página web pretende ser un medio de comunicación, no un comercio electrónico o proyectos de otro tipo.

A la hora de realizar este análisis, se tendrán en cuenta diferentes factores. En primer lugar, la longitud del contenido. En segundo lugar, el uso y la densidad de palabras clave, es decir, cuántas veces aparece la palabra clave en cuestión en el contenido del texto con respecto a todas las palabras de la publicación. En tercer lugar, el enlazado interno del contenido, en caso de que lo haya. En cuarto lugar, el uso de los encabezados (H1, H2, etc.). El método de análisis será manual.

Uso de etiquetas HTML

Este punto de la auditoría pretende mostrar si en Diario Barras se están utilizando las etiquetas HTML; o sea, los encabezados, las metadescripciones y las etiquetas TITLE (o títulos SEO). Además, se mostrará si la longitud de cada uno de estos elementos es adecuada o no y cómo se utilizan las palabras clave en ellos. El desarrollo de este apartado se efectuará con la versión gratuita de la herramienta Screaming Frog.

Para desarrollar este apartado se expondrá la información mediante tablas para facilitar la comprensión del análisis. Como ya se mencionó en apartados anteriores, el sitio web cuenta con 126 enlaces en total, aunque es relevante destacar que no todos ofrecen contenido. Por ejemplo, hay enlaces rotos que dan error 404, los hay relativos a extensiones de WordPress, los hay que solo agrupan entradas ya existentes y los hay que no tiene sentido que se indexen como la página de aviso legal, la de política de *cookies*, etc. Todas estas URL serán excluidas del análisis, dado que no ofrecerán valor a la hora de determinar si se está trabando correctamente el uso de etiquetas HTML. Después de excluir todas estas direcciones web, quedan 43, que servirán para llevar a cabo el estudio sobre las etiquetas HTML.

En primer lugar, se mostrará una tabla con las URL y con el trato que Diario Barras da a los encabezados H1; o sea, si aparecen y, en caso de aparecer, si cumplen con la longitud recomendada para ser considerados como optimizados o no. Además, también se analizará el modo de uso de las palabras clave en dichos encabezados.

En segundo lugar, el foco se pondrá en las etiquetas TITLE. Del mismo modo, se evaluará si aparecen y, en caso de aparecer, si su extensión es adecuada o no, y la forma de emplear las palabras clave en las etiquetas TITLE.

En tercer lugar, se analizarán las metadescripciones, siguiendo el mismo patrón que en el caso de los encabezados y las etiquetas TITLE.

Enlazado interno

Este apartado pretende mostrar de qué manera se utilizan los enlaces internos en los contenidos de Diario Barras. Se analizará el número de enlaces internos por artículo, las etiquetas del enlace (*dofollow* o *no follow*) y si las prácticas que se ejercen con respecto a los enlaces internos son mejorables o no. Para analizar este apartado se recurrirá a un análisis manual.

SEO Técnico

Los factores de SEO técnico que se analizarán son la velocidad de carga del proyecto, la optimización de las imágenes, el uso de datos estructurados, el uso de los mapas de sitio y archivos robots.txt, el estado de indexación de las páginas, la arquitectura de la información y URL amigables. Para llevar a cabo este apartado, se usarán las siguientes herramientas: Screaming Frog, la extensión de Google Chrome ‘SEO META in 1 CLICK’ y Page Speed Insights de Google.

A partir de aquí, se expondrá la metodología mediante la que se llevará a cabo el análisis práctico de cada uno de los factores mencionados.

Velocidad de carga

Se analizará si el rendimiento de la página web en cuanto a la rapidez de carga del dominio (diariobarras.com) es óptimo o no mediante la herramienta Google PageSpeed Insights. Además, también se analizará la velocidad de carga de las URL de Diario Barras a través de la versión gratuita de la herramienta Screaming Frog para determinar si su rapidez es mejorable.

Optimización de imágenes

Para que las imágenes que utiliza un sitio web se consideren optimizadas, deben tener un peso bajo en kilobytes (menos de 150), un formato óptimo (JPEG, PNG, WebP, SVG y AVIF) y contener atributo ALT. En este apartado se pretenderá exponer si Diario Barras cuenta con imágenes optimizadas bajo estos parámetros. Como muestra se escogerán las imágenes de las 10 últimas publicaciones en el sitio web.

Uso de datos estructurados

En este punto del análisis se pretende exponer si en Diario Barras se usan datos estructurados para favorecer que Google muestre los contenidos de manera más visual en las SERPs. Esta tarea se ejecutará mediante un análisis manual, ya que dispongo de la información de los contenidos tal como los muestra el menú de WordPress.

Uso de robots.txt y mapas de sitio

El propósito de este apartado es mostrar si Diario Barras dispone de los archivos robots.txt y mapas de sitio. En caso de que sí aparezcan, se especificará si el mapa del sitio en cuestión se muestra en la página principal del proyecto.

Estado de indexación de las páginas

En este punto el objetivo será analizar si Diario Barras tiene problemas de indexación en algunas páginas; es decir, si se presentan errores a la hora de dar respuesta en la carga del contenido, como errores 404. Screaming Frog en su versión gratuita permitirá llevar a cabo esta tarea.

Arquitectura de la información

En este punto se tratará de reflejar la organización jerárquica del contenido, o sea, qué categorías son las principales del sitio web y, a su vez, cuáles son las subcategorías que cuelgan de estos temas principales. Para llevar a cabo esta tarea, se realizará un análisis manual.

URL amigables

Para finalizar, en la auditoría se pondrá el foco en si las URL son amigables; es decir, si concuerdan con el contenido que aparece en ellas, si no aparecen caracteres que compliquen la propia estructura de las URL y si su longitud es óptima.

Análisis de la competencia

A la hora de hablar de la optimización del SEO de un proyecto, es necesario enmarcarlo en un entorno competitivo. Es decir, todas las mejoras que se puedan aplicar en términos SEO a una página web serán más o menos notables en base a los competidores que tratan de posicionarse para las mismas palabras clave porque comparten nicho de mercado. Por tanto, el análisis de la competencia es fundamental a la hora de trazar una estrategia SEO.

En este apartado el objetivo es seleccionar a dos medios que sean considerados competencia de Diario Barras para analizar cómo están resolviendo (o no) diferentes

factores de SEO On Page y de SEO técnico. Los criterios para escogerlos se explicitarán en el apartado dedicado al análisis de la competencia dentro del módulo “Resultados”.

Posteriormente, se analizarán de modo concreto diferentes aspectos: su arquitectura de la información, el SEO On Page y el SEO técnico. Respecto al SEO On Page y al SEO técnico, se analizarán los mismos puntos que en el apartado “Auditoría SEO”, ya que esto permitirá comparar lo que hace Diario Barras con lo que hacen los competidores a fin de extraer conclusiones sobre errores a corregir y oportunidades a explotar.

Arquitectura de la información de la competencia

También será fundamental evaluar la manera en que se organiza el contenido que ofrecen. En este espacio se expondrá y, posteriormente, se analizarán las categorías y subcategorías mediante las que se jerarquiza el contenido. También, del mismo modo que se analizará en Diario Barras a modo de auditoría, se mostrarán los niveles de profundidad en los que aparecen los contenidos de la página. El análisis que se llevará a cabo será manual.

Análisis del contenido: SEO On Page

El análisis del SEO On Page es una de las partes fundamentales del TFG y, por tanto, también se tendrá en cuenta con respecto a la competencia. Los factores que se estudiarán son el uso de etiquetas HTML y el enlazado interno. A modo de justificación, cabe destacar que en el apartado de “Auditoría SEO”, había otro factor On Page: el análisis temático basado en palabras clave. Este punto no se analizará en este apartado, ya que en la auditoría se tuvieron en cuenta artículos de la competencia que estaban posicionados para contenidos del sector de interés de Diario Barras.

Análisis técnico: SEO técnico

Del mismo modo, se pondrá el foco en cómo las páginas web seleccionadas como competencia tratan el SEO técnico. Los aspectos que se analizarán serán: la velocidad de carga, la optimización de imágenes, el uso de datos estructurados, el uso de robots.txt y mapas de sitio, el estado de indexación de las páginas y las URL amigables. Con respecto a la auditoría SEO, falta un aspecto: arquitectura de la información. Este apartado no se tratará en este campo porque en el análisis de la competencia ya existe un espacio dedicado a esa cuestión concreta.

Búsqueda de palabras clave

La búsqueda de palabras clave es un proceso fundamental en la optimización SEO de un proyecto web. Por tanto, en este apartado se realizarán diferentes búsquedas de palabras clave dirigidas al sector informativo que pretende cubrir Diario Barras. Como resultado de la búsqueda se expondrán los respectivos volúmenes de búsqueda mensuales de las *keywords* y la dificultad que presentan a la hora de intentar posicionarse para ellas.

Estrategia de contenidos

Después de realizar la búsqueda de palabras clave, se trazará una estrategia de contenidos, es decir, un posible plan a seguir para posicionar contenido de Diario Barras en diferentes *keywords*. Para llevar a cabo este apartado se tendrá en cuenta tanto el volumen de búsquedas como la dificultad de las palabras clave a fin de jerarquizar qué palabras clave conviene ‘atacar’ antes evaluando el retorno que puedan dar a la web en el mínimo período de tiempo posible.

Además, el proceso de búsqueda de palabras clave también permitirá juzgar si hay contenidos que podrían hacer variar la propia arquitectura de la información existente porque actualmente no tendrían espacio en ninguna categoría o subcategoría de las que dispone Diario Barras.

4. Resultados

En este apartado se expondrá el trabajo de análisis explicado en “Metodología”. Además, tras presentar la información extraída de los diferentes puntos mencionados, se incluirán valoraciones y reflexiones que ayudarán a apuntalar las conclusiones del trabajo.

4.1. Público objetivo

El hecho de establecer con claridad cuál es el público objetivo de Diario Barras no es tarea sencilla, ya que no existen estudios de mercado públicos, al acceso de todo el mundo, para poder definir exactamente quién es el consumidor prototípico de *freestyle*, batallas de gallos y música urbana. No obstante, existen diferentes observaciones que pueden sugerir, no demostrar fehacientemente, que se trata de un público mayoritariamente joven, de entre los 15 y los 35 años de edad.

En primer lugar, el *freestyle* contemporáneo se ha desarrollado y consolidado como una disciplina cultural gracias a las redes sociales, cuyo uso está generalizado entre adolescentes y jóvenes. Además, en las publicaciones de redes sociales de las principales organizaciones, es precisamente este segmento de la población el que comenta, debate y discute.

Otro factor a tener en cuenta es el estilo comunicativo del *freestyle* y las batallas, basado en gran parte en referencias juveniles y con modos de expresión propios de esa parte de la población, dirigiéndose de forma implícita a jóvenes que comparten esos mismos significados y significantes. Evidentemente, hay que tener en cuenta que la juventud de los artistas y competidores más destacados de la escena contribuye a establecer una identificación natural entre ellos y sus seguidores, que tienden a pertenecer a rangos de edad similares.

Cabe destacar que, desde su origen, las batallas de rap han estado fundamentalmente vinculadas a espacios de expresión juvenil, como pueden ser el parque o la calle.

Además de lo expuesto, conviene recordar que Diario Barras pretende ser un medio de comunicación que cubra estas temáticas en español y, por tanto, el potencial público objetivo es mayoritariamente hispanoparlante.

A continuación, se expondrán una serie de perfiles ficticios que tratarán de representar la idiosincrasia del público global del *freestyle*, las batallas de rap y la música urbana en español.

4.1.1. Perfil principal

Carlos, el fan del freestyle

Este tipo de perfil representa al público mayoritario al que pretende llegar Diario Barras. Se trata de un usuario hispanoparlante, joven, activo en redes sociales y que sigue con frecuencia las principales competiciones y a las caras visibles del universo del *freestyle*.

Rasgos del perfil en detalle:

Tabla 1. Perfil ficticio de 'Carlos, el fan del freestyle'.

Rasgos del perfil	Descripción
Nombre ficticio	Carlos
Edad	20 años
Género	Masculino
Ubicación geográfica	Barcelona, España
Nivel educativo	Estudios universitarios en curso
Idioma principal de búsqueda	Español, con uso ocasional del inglés para contenidos internacionales
Perfil	Joven apasionado por el <i>freestyle</i> y la música urbana; sigue la escena diariamente y busca contenido rápido, actualizado y veraz.
Motivo de consumo	Seguir a sus <i>freestylers</i> favoritos, conocer eventos, rankings, análisis, entrevistas y novedades del panorama.
Toma de decisiones	Consumo emocional e inmediato; reacciona ante titulares llamativos, miniaturas impactantes y fuentes reconocidas.
Puesto de trabajo / profesión	Estudiante de Derecho

Responsabilidades principales	Estudios, socialización online, seguimiento de la cultura urbana; en algunos casos, participación activa en eventos o comunidades
Nivel de decisión	Decide sobre el consumo cultural (entradas, ropa, contenidos digitales), pero no siempre con alto poder adquisitivo
Tipo de contenido que busca	Informativo (noticias, rankings, biografías) y, en menor medida, transaccional (entradas, <i>merchandising</i>)
Dispositivos utilizados	Principalmente móvil; secundariamente ordenador portátil
Frecuencia de búsqueda	Varias veces al día
Momentos más activos	Tarde y noche (después de clases o trabajo); fines de semana
Formatos preferidos	Videos (batallas, entrevistas), artículos breves, listas, resúmenes rápidos, infografías y podcasts
Motores de búsqueda utilizados	Google y YouTube (uso intensivo); TikTok en ocasiones como buscador visual
Redes sociales clave	Instagram, TikTok, X (Twitter); influyen en decisiones de contenido
Sitios o medios consultados	Urban Roosters, Mundo Freestyle, webs especializadas, perfiles de artistas
Newsletter o podcasts	Algunos <i>newsletters</i> de <i>freestyle</i> ; podcasts sobre cultura urbana y entrevistas
¿Qué quiere encontrar?	Información clara, actual y confiable sobre el <i>freestyle</i> competitivo y su entorno
¿Qué problemas espera resolver?	Estar al día de eventos, resultados, rankings, nuevos talentos o noticias de la escena
¿Qué genera confianza?	Web rápida, buen diseño, autoría reconocible, actualización constante y conexión con redes o comunidad
¿Qué le molesta al buscar?	Contenido irrelevante, desactualizado, engañoso o con demasiada publicidad

¿Qué lo hace abandonar una web?	Lentitud, navegación confusa, exceso de anuncios o falta de credibilidad
---------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2. Perfiles secundarios

Andrea, la periodista musical en formación

Este *user persona* representa a un público más analítico. Trata de buscar información especializada que no cubren de forma completa los medios de comunicación generalistas. Está interesada en el *freestyle* como fenómeno cultural y profesional y, al mismo tiempo, en los artistas de música urbana principales en el panorama musical. Consume contenido con el objetivo de informarse y formar su opinión sobre ciertos fenómenos relativos a la escena urbana.

Rasgos del perfil en detalle:

Tabla 2. Perfil ficticio de 'Andrea, la periodista musical en formación'.

Rasgos del perfil	Descripción
Nombre ficticio	Andrea
Edad	28 años
Género	Femenino
Ubicación geográfica	Buenos Aires, Argentina
Nivel educativo	Estudios universitarios en comunicación, periodismo o humanidades
Idioma principal de búsqueda	Español, con uso ocasional del inglés para fuentes académicas o culturales
Perfil	Persona interesada en el periodismo musical y el análisis cultural del <i>freestyle</i> y la música urbana.
Motivo de consumo	Busca contenidos rigurosos, entrevistas y análisis en profundidad para entender y contextualizar fenómenos musicales.

Toma de decisiones	Selecciona contenido bien documentado, relevante y contrastado; lo guarda como fuente o lo cita en trabajos.
Puesto de trabajo / profesión	Periodista cultural especializada en fenómenos urbanos
Sector o industria	Medios de comunicación, investigación cultural, periodismo musical
Responsabilidades principales	Estudiar, elaborar trabajos de análisis, asistir a eventos culturales, realizar prácticas de redacción
Nivel de decisión	Alta influencia en la elección y validación de fuentes informativas y contenidos académicos o especializados
Tipo de contenido que busca	Informativo y educativo: entrevistas, reportajes, análisis y crónicas culturales
Dispositivos utilizados	Principalmente portátil y móvil
Frecuencia de búsqueda	Diaria, especialmente durante periodos académicos o antes de eventos relevantes
Momentos más activos	Mañanas y tardes; también en momentos de preparación de trabajos o investigaciones
Formatos preferidos	Artículos extensos, entrevistas escritas, podcasts analíticos, <i>papers</i> o reportajes
Motores de búsqueda utilizados	Google como principal buscador; también YouTube y bases de datos académicas
Redes sociales clave	Instagram, LinkedIn, X (Twitter) para seguir medios y profesionales especializados
Sitios o medios consultados	Medios musicales especializados (como MondoSonoro), revistas culturales y blogs de análisis musical
Newsletter o podcasts	<i>Newsletters</i> culturales
¿Qué quiere encontrar?	Información especializada y análisis que complementen su formación y la ayuden a construir opinión crítica
¿Qué problemas espera resolver?	Falta de profundidad en medios generalistas; busca contenido que contextualice los fenómenos culturales urbanos
¿Qué genera confianza?	Contenido firmado por autores con credibilidad, bien estructurado, con fuentes fiables y edición cuidada

¿Qué le molesta al buscar?	<i>Clickbait</i> , falta de rigor, artículos sin fuentes o con errores formales
¿Qué lo hace abandonar una web?	Diseño poco profesional, textos superficiales, falta de estructura o de autoría visible

Fuente: Elaboración propia.

David, el profesor interesado en el rap como herramienta educativa

Este perfil accedería a Diario Barras con el objetivo de buscar en el rap y el *freestyle* una fuente de conocimientos teóricos que pudiesen interesar a sus alumnos y como una manera de acercarse a los estudiantes a través de sus preferencias artísticas.

Rasgos del perfil en detalle:

Tabla 3. Perfil ficticio de 'David, el profesor interesado en el rap como herramienta educativa'.

Rasgos del perfil	Descripción
Nombre ficticio	David
Edad	42 años
Género	Masculino
Ubicación geográfica	Santiago de Chile, Chile
Nivel educativo	Estudios universitarios, formación pedagógica o de posgrado
Idioma principal de búsqueda	Español
Perfil	Docente que ve el rap como vehículo educativo para trabajar competencias lingüísticas, creativas o sociales.
Motivo de consumo	Obtener materiales de calidad, ejemplos actuales y contexto pedagógico de la música urbana.
Toma de decisiones	Busca contenido claro, fiable y adaptable al entorno académico.
Puesto de trabajo / profesión	Profesor de secundaria, bachillerato o formación profesional
Sector o industria	Educación

Responsabilidades principales	Diseñar clases, preparar materiales, motivar al alumnado, innovar metodológicamente
Nivel de decisión	Alto nivel de decisión en la planificación y uso de recursos didácticos
Tipo de contenido que busca	Informativo, educativo y aplicado al aula: análisis, ejemplos de letras, recursos multimedia
Dispositivos utilizados	Ordenador de sobremesa y portátil; uso ocasional del móvil
Frecuencia de búsqueda	Semanal o puntual según las necesidades docentes
Momentos más activos	Durante el horario laboral o por la tarde, en preparación de clases
Formatos preferidos	Artículos explicativos, vídeos educativos, guías didácticas, entrevistas o análisis
Motores de búsqueda utilizados	Google, YouTube; también portales educativos y recursos culturales
Redes sociales clave	YouTube, Twitter/X, Facebook (grupos docentes)
Sitios o medios consultados	Portales educativos y revistas culturales
Newsletter o podcasts	<i>Newsletters</i> culturales o de innovación educativa, podcasts sobre pedagogía
¿Qué quiere encontrar?	Recursos didácticos basados en el rap, contexto sociocultural del <i>freestyle</i> , artistas relevantes
¿Qué problemas espera resolver?	Falta de recursos pedagógicos que conecten con los intereses del alumnado
¿Qué genera confianza?	Contenido bien redactado, contextualizado, con respaldo profesional o académico
¿Qué le molesta al buscar?	Falta de profundidad, sensacionalismo o lenguaje no adecuado para el aula

¿Qué lo hace abandonar una web?	Publicidad invasiva, navegación confusa, contenido superficial o no aplicable en clase
---------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Sofía, la artista emergente

Este perfil corresponde a jóvenes talentos emergentes de la música urbana que utilizarían a Diario Barras para informarse sobre sus artistas favoritos, inspirarse a través del contenido e, incluso, para visibilizar su música.

Rasgos del perfil en detalle:

Tabla 4. Perfil ficticio de 'Sofía, la artista emergente'.

Rasgos de perfil	Descripción
Nombre ficticio	Sofía Morales
Edad	23 años
Género	Femenino
Ubicación geográfica	Medellín, Colombia
Nivel educativo	Nivel de enseñanza básico, sin estudios superiores
Idioma principal de búsqueda	Español
Puesto de trabajo / profesión	Cantante, rapera, freestyler
Sector o industria	Música urbana, entretenimiento, creación de contenido
Responsabilidades principales	Composición, grabación, autopromoción, networking, participación en eventos
Nivel de decisión	Alta influencia en decisiones relacionadas con su marca personal, herramientas de promoción, plataformas de visibilidad
Tipo de contenido que busca	Informativo e inspiracional (novedades, entrevistas, tendencias, oportunidades)
Dispositivos que utiliza	Principalmente móvil

Frecuencia de búsquedas	Varias veces al día
Momentos del día en que busca	Tarde-noche y fines de semana
Formatos preferidos de contenido	Videos, entrevistas, artículos breves, reels, podcasts, rankings de artistas
Motores de búsqueda utilizados	Google, YouTube, TikTok (función de búsqueda)
Redes Sociales que influyen	Instagram, TikTok, YouTube, Twitter/X
Blogs, foros o sitios de autoridad	Genius, medios musicales especializados, cuentas de <i>influencers</i> de la escena
Newsletters o podcasts Seguidos	Podcasts de cultura urbana, <i>newsletters</i> de medios musicales
Qué quiere encontrar al buscar	Información útil para crecer profesionalmente, nuevas tendencias, oportunidades de visibilidad
Problemas que espera resolver	Falta de visibilidad, desconocimiento de plataformas/promociones, inspiración para su música
Qué le genera confianza en una web	Buen diseño, contenido actualizado, enfoque en artistas emergentes, testimonios o ejemplos reales
Qué odia al buscar en internet	Contenido genérico, <i>clickbait</i> , desactualizado o irrelevante para artistas independientes
Qué le hace abandonar un sitio web	Carga lenta, exceso de publicidad, dificultad para encontrar contenido sobre artistas emergentes

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Auditoría SEO

En este espacio se presentarán los resultados del trabajo de análisis referente al estado del SEO On Page y de SEO técnico de Diario Barras, como ya se expuso anteriormente en la metodología del trabajo.

4.2.1. SEO On Page

Los factores de SEO On Page que se analizarán a modo de auditoría para el proyecto web Diario Barras son: análisis temático basado en palabras clave, uso de etiquetas HTML (encabezados, etiquetas TITLE y metadescripciones) y enlazado interno.

4.2.1.1. Análisis temático basado en palabras clave

El análisis temático basado en palabras clave se basa en escoger palabras clave de la temática que pretende cubrir Diario Barras con su contenido. En primer lugar, se escogerán cinco palabras clave que pueden ser interesantes para el proyecto, para potenciar su visibilidad en los motores de búsqueda; fundamentalmente Google.

Antes de escogerlas, se ha evaluado el contenido del que ya dispone la página web. Únicamente un contenido que ya forma parte del sitio tiene por objetivo posicionarse en los buscadores: el artículo titulado ‘Liga Bazooka’: todo sobre la mayor liga de batallas escritas”. El objetivo del artículo es explicar qué es Liga Bazooka, la mayor competición de batallas escritas de habla hispana en la actualidad. Por tanto, la primera palabra clave a analizar será “Qué es Liga Bazooka”. La elección de que este contenido forme parte del análisis responde a la utilidad de evaluar qué posición ocupa en los buscadores, analizar qué buenas prácticas se están ejecutando en el artículo y, al mismo tiempo, evaluar qué están ofreciendo los contenidos mejor posicionados para esta palabra clave.

Las cuatro palabras clave adicionales que se analizarán y que acabarán de cerrar este apartado no forman parte de ningún artículo de Diario Barras. Por tanto, únicamente se centrarán en evaluar cómo trabajan los artículos mejor posicionados en las respectivas búsquedas.

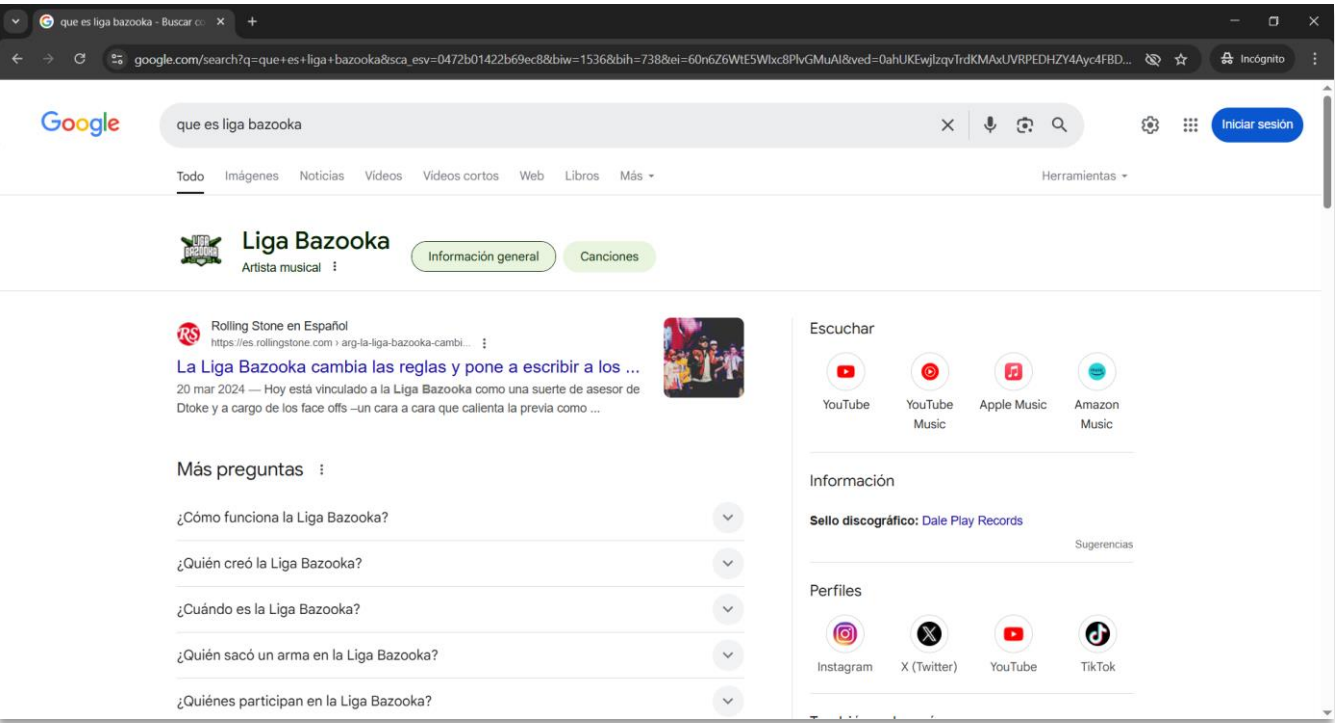
4.2.1.1.1. Primera palabra clave

En primer lugar, dentro del contenido de Diario Barras, únicamente existe un artículo que tiene el objetivo de posicionarse para una palabra clave en Google a lo largo del tiempo; es decir, un artículo *evergreen*, que no caduca porque no forma parte de la actualidad inmediata. Este artículo se titula “Liga Bazooka: todo sobre la mayor liga de batallas escritas”. La palabra clave es “Qué es Liga Bazooka”. El criterio para tratar de ‘atacar’ esta palabra clave no fue más que pura intuición, ya que se trata de la mayor competición de batallas escritas de habla hispana y tuvo un fuerte impacto en redes sociales desde su creación. Es decir, no se evaluó el volumen de búsquedas mensuales que hacen los usuarios en Google mediante procesos como la búsqueda de palabras clave.

Enlace del artículo: <https://diariobarras.com/batallas-escritas/liga-bazooka-batallas-escritas/>

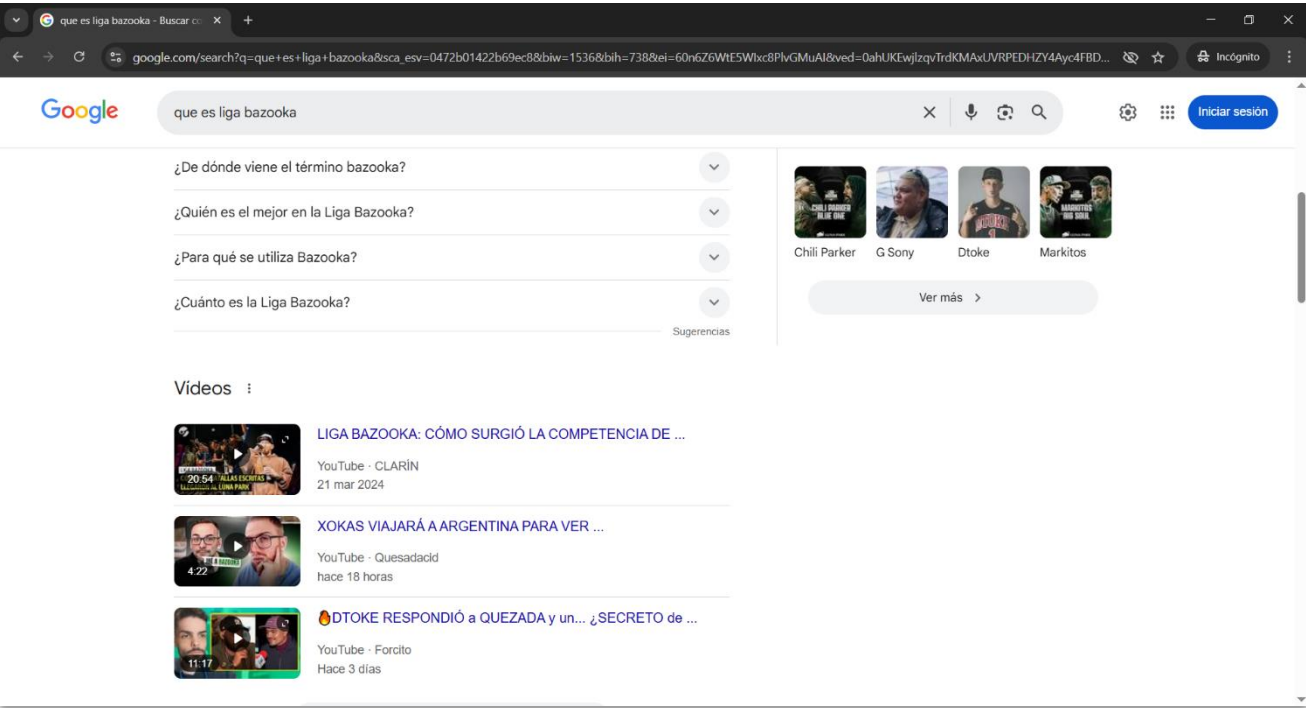
A continuación, se expondrán una serie de capturas de pantalla sobre los resultados que arroja Google cuando el usuario busca “qué es liga bazooka”. La explicación de elegir “qué es liga bazooka” y no “liga bazooka” se basa en que el artículo pretende exponer qué es la liga (responde a una intención informativa por parte del usuario) y algunos datos relevantes sobre ella. De este modo, se mostrará qué ofrece el buscador en las primeras posiciones y cómo se está posicionando Diario Barras para esta búsqueda. Cabe destacar que la búsqueda que muestran las capturas de pantalla se ha hecho desde el modo incógnito de Google Chrome. La razón es evitar que el historial previo de mi cuenta de Google y mis búsquedas previas influyesen en los resultados de la SERP.

Figura 8. Captura de pantalla de la primera parte de la SERP mostrada por Google en la búsqueda "que es liga bazooka". Extraída el 12 de abril de 2025.



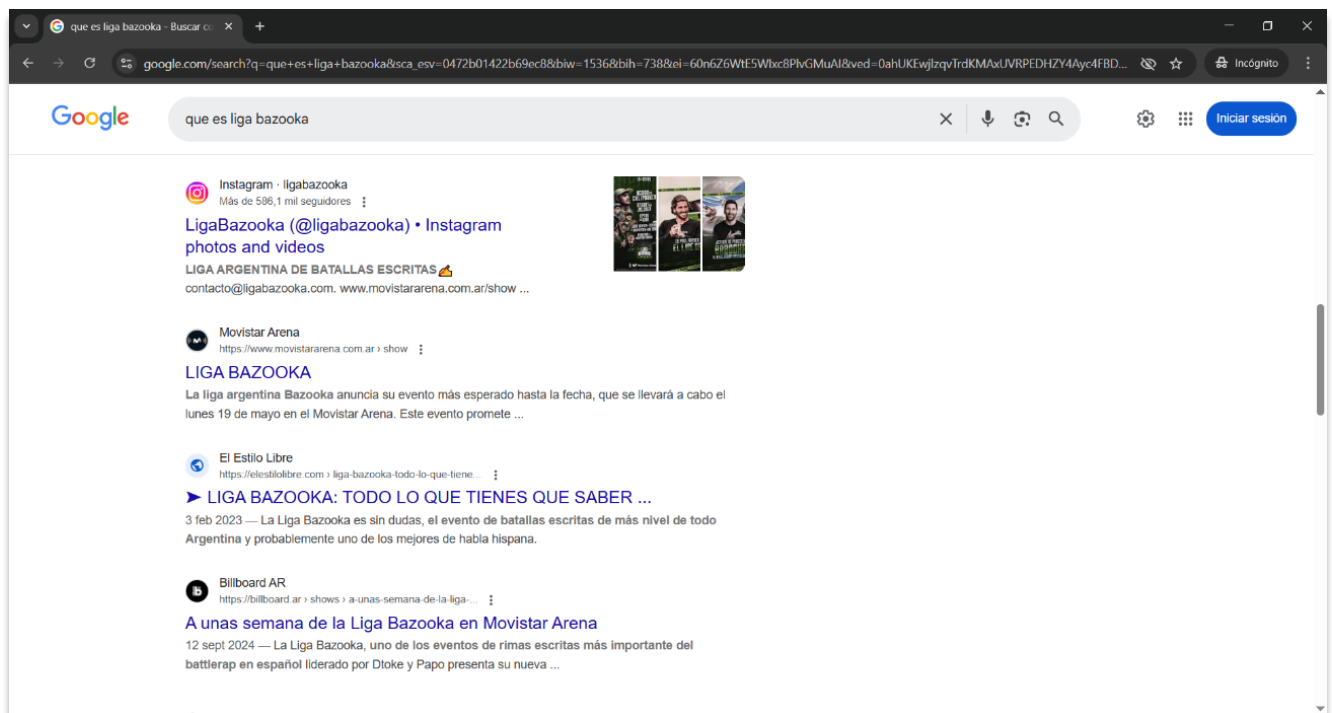
Fuente: Google SERP.

Figura 9. Captura de pantalla de la segunda parte de la SERP mostrada por Google en la búsqueda "que es liga bazooka". Extraída el 12 de abril de 2025.



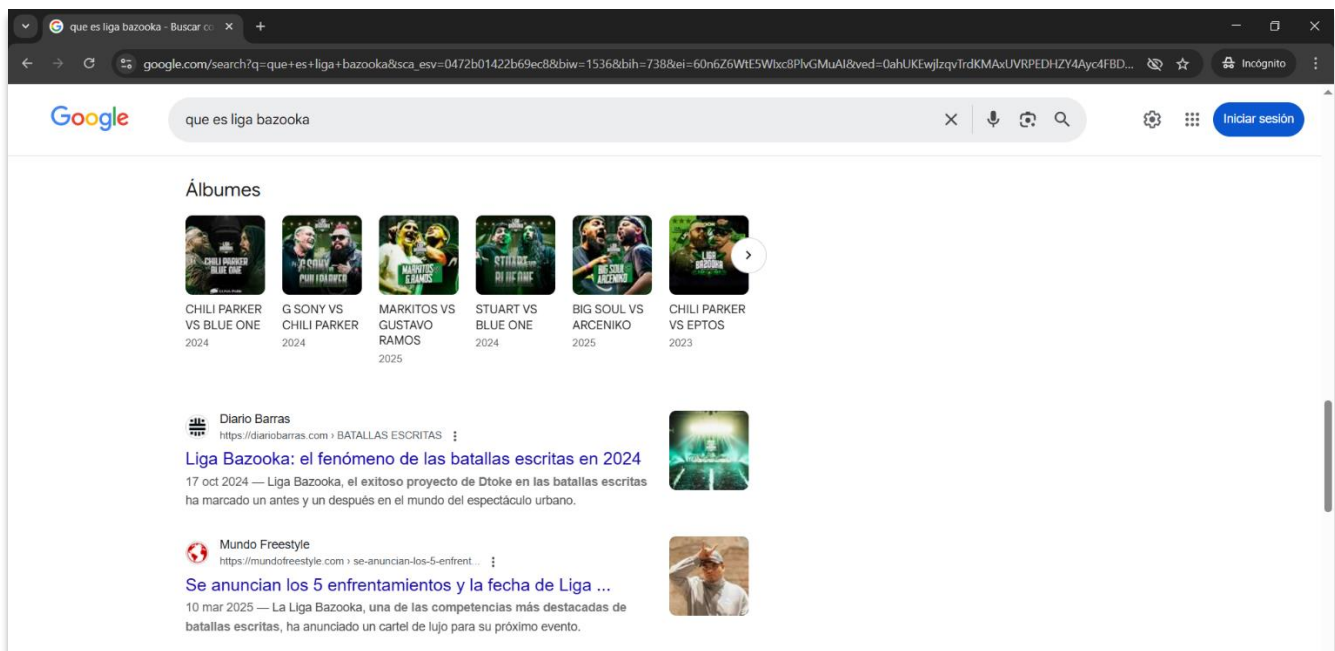
Fuente: Google SERP.

Figura 10. Captura de pantalla de la tercera parte de la SERP mostrada por Google en la búsqueda "que es liga bazooka". Extraída el 12 de abril de 2025.



Fuente: Google SERP.

Figura 11. Captura de pantalla de la cuarta parte de la SERP mostrada por Google en la búsqueda "que es liga bazooka". Extraída el 12 de abril de 2025.



Fuente: Google SERP.

Tal como muestra la página de resultados de Google, el artículo de Diario Barras está posicionado en la sexta posición sin contar los apartados de “Más preguntas”, “Videos” y “Álbumes”. El día de la búsqueda es el 12 de abril de 2025. En este análisis no se tienen en cuenta esos apartados porque no se compite directamente con ellos, sino con los artículos que comparten el mismo objetivo y tratan de explicar qué es Liga Bazooka. El objetivo es tratar de alcanzar la primera posición o seguir escalando en el *ranking* de Google. Por tanto, el siguiente paso es ver qué ofrecen el resto de contenidos informativos para poder extraer conclusiones sobre lo que Google considera más adecuado para esta búsqueda. Respecto a la competencia, únicamente dos artículos informativos están posicionados por encima de Diario Barras y pertenecen a los dominios <https://es.rollingstone.com/arg/> y <https://elestilolibre.com/>. A la hora de abordar los respectivos análisis, se mostrará el enlace que lleva a cada uno de ellos.

Análisis del artículo de Diario Barras sobre Liga Bazooka:

- Longitud y densidad de palabras clave en el texto

El texto cuenta con 1.008 palabras en total y la palabra clave aparece en 13 ocasiones a lo largo del redactado. Para calcular la densidad de palabras clave se sigue la siguiente fórmula: Número de veces que aparece la palabra clave / Número total de palabras x 100.

Tabla 5. Análisis de la densidad de palabras clave del artículo de Liga Bazooka de Diario Barras.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
1.008 palabras	13	1,29%	La densidad de palabras clave en el artículo está optimizada, ya que el porcentaje resultante entra dentro de los parámetros recomendados (entre 1 y 3%)

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno:

La entrada de Liga Bazooka cuenta con un único enlace interno y otro externo. En este apartado se analiza únicamente el enlazado interno, dado que el objeto de la página es mejorar el SEO On Page y no el SEO Off Page.

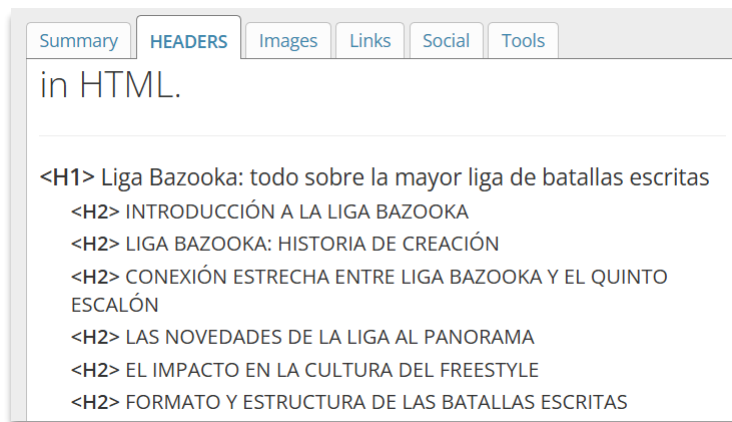
Tabla 6. Análisis del enlazado interno del artículo de Liga Bazooka de Diario Barras.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	Gazir se ha planteado competir en batallas escritas	https://diario.barras.com/batallas-escritas/gazir-abre-la-puerta-a-liga-bazooka/	Dofollow, es decir, se le indica a Google que lo siga, transmite autoridad y puede enriquecer la experiencia de usuario	Se trata de un enlazado interno correcto porque lleva al usuario a un enlace que puede interesarle y que puede enriquecer su experiencia y porque se trata de un enlace <i>dofollow</i> , que está correctamente marcado, precisamente, porque ofrece valor añadido.

Fuente: Elaboración propia.

- Uso de encabezados:

Figura 12. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Diario Barras sobre Liga Bazooka.



Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

La estructura de encabezados es correcta porque se utiliza un único encabezado H1 y los encabezados que le preceden son H2; es decir, el contenido está organizado correctamente para que Google entienda la jerarquía de la información. Además, teniendo en cuenta el punto de vista del usuario, también se cuenta con una tabla de contenido que agrupa los encabezados H2 para que, de forma rápida y visual, el lector pueda identificar con qué material se encontrará en la publicación.

Análisis de los artículos posicionados de la competencia

En este apartado finaliza el estudio alrededor de la palabra clave Liga Bazooka. Para llevarlo a cabo, se analizarán los factores ya tratados: longitud del texto, uso y densidad de palabras clave, enlazado interno y uso de encabezados. Los artículos escogidos son, ni más ni menos, que los que aparecen en la primera y segunda posición para la búsqueda “Qué es Liga Bazooka”. En las capturas de pantalla mostradas anteriormente, se puede observar de qué artículos se trata. Aun así, para analizar cada publicación, se mostrará su enlace.

Artículo posicionado en la primera posición: <https://es.rollingstone.com/arg-la-liga-bazooka-cambia-las-reglas-y-pone-a-escribir-a-los-raperos-antes-de-subir-al-ring/>

- Longitud y densidad de palabras clave en el texto:

El texto cuenta con 1.688 palabras. La palabra clave en cuestión aparece en 6 ocasiones a lo largo del artículo.

Tabla 7. Análisis de la densidad de palabras clave del artículo de Rolling Stone sobre Liga Bazooka.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
1.688 palabras	6	0,355%	La densidad de palabras clave en el artículo no está optimizada porque no alcanza el 1% de presencia en la publicación. Aun así, cabe destacar que la primera vez que se utiliza, se marca con negrita para destacarla más.

Fuente: Elaboración propia

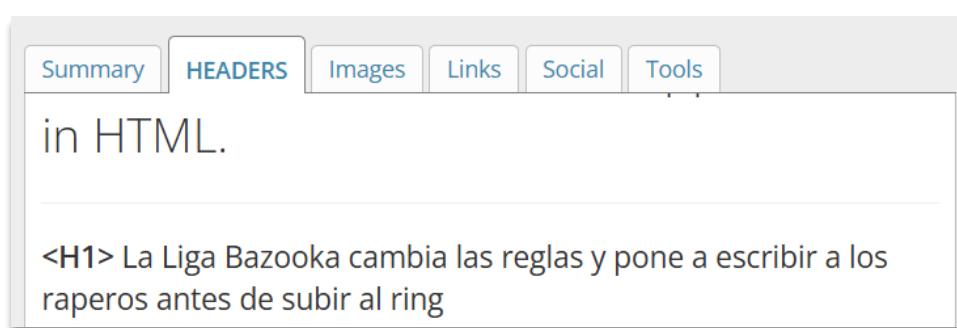
- Enlazado interno: El artículo no cuenta con ningún enlace interno.

Valoración del enlazado interno del artículo:

Con el fin de dificultar más el hecho de escalar a la primera posición, Rolling Stone podría añadir enlaces internos hacia artículos de su propia página y de fuera del dominio. Con respecto a los artículos internos, cabe destacar que la página no dispone de otros artículos referidos a batallas escritas, Liga Bazooka o competidores de la disciplina. Esto limita las posibilidades del medio a la hora de incluir enlaces internos cuando tratan esta temática.

- Uso de encabezados:

Figura 13. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Rolling Stone sobre Liga Bazooka



Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

El contenido únicamente cuenta con un encabezado H1. Sin embargo, la longitud del texto es suficientemente extensa (1.688 palabras) como para que no aparezcan encabezados, como mínimo, de tipo H2. Si los hubiesen incluido, tanto los lectores como Google entenderían mejor qué puede ofrecer esta publicación. Además, cabe añadir que la publicación no cuenta con un título SEO; es decir, el titular en las búsquedas de Google es el mismo que el que aparece en el artículo. Este H1 cuenta con 115 caracteres, excediendo sobradamente la recomendación general de usar menos de entre 20 y 70 caracteres para garantizar que el título aparece completo en las SERPS.

Artículo posicionado en la segunda posición: <https://elestilolibre.com/liga-bazooka-todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-el-draft/>

- Longitud y densidad de palabras clave en el texto:

El texto cuenta con 371 palabras. La palabra clave en cuestión aparece en 4 ocasiones a lo largo del artículo.

Tabla 8. Análisis de la densidad de palabras clave del artículo de El Estilo Libre sobre Liga Bazooka.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
371 palabras	4	1,078%	La densidad de la palabra clave en el texto es correcta y se puede considerar como un aspecto optimizado porque se encuentra dentro de la densidad recomendada, entre el 1 y el 3%.

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno: No hay enlaces internos en el artículo.

Valoración del enlazado interno del artículo:

En el artículo de El Estilo Libre no aparece ningún enlace que redirija hacia otro contenido del mismo sitio web. Evidentemente, es un aspecto que se podría optimizar para enriquecer la experiencia de los usuarios que visiten la entrada. Además, cabe destacar que en esta página web ya existen artículos que tienen como temática principal Liga Bazooka. Es decir, sin necesidad de crear contenido adicional, se podría potenciar el artículo añadiendo enlaces a esos contenidos ya publicados. Es un caso de falta de optimización en el enlazado interno.

- Uso de encabezados:

Figura 14. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de El Estilo Libre sobre Liga Bazooka.

Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

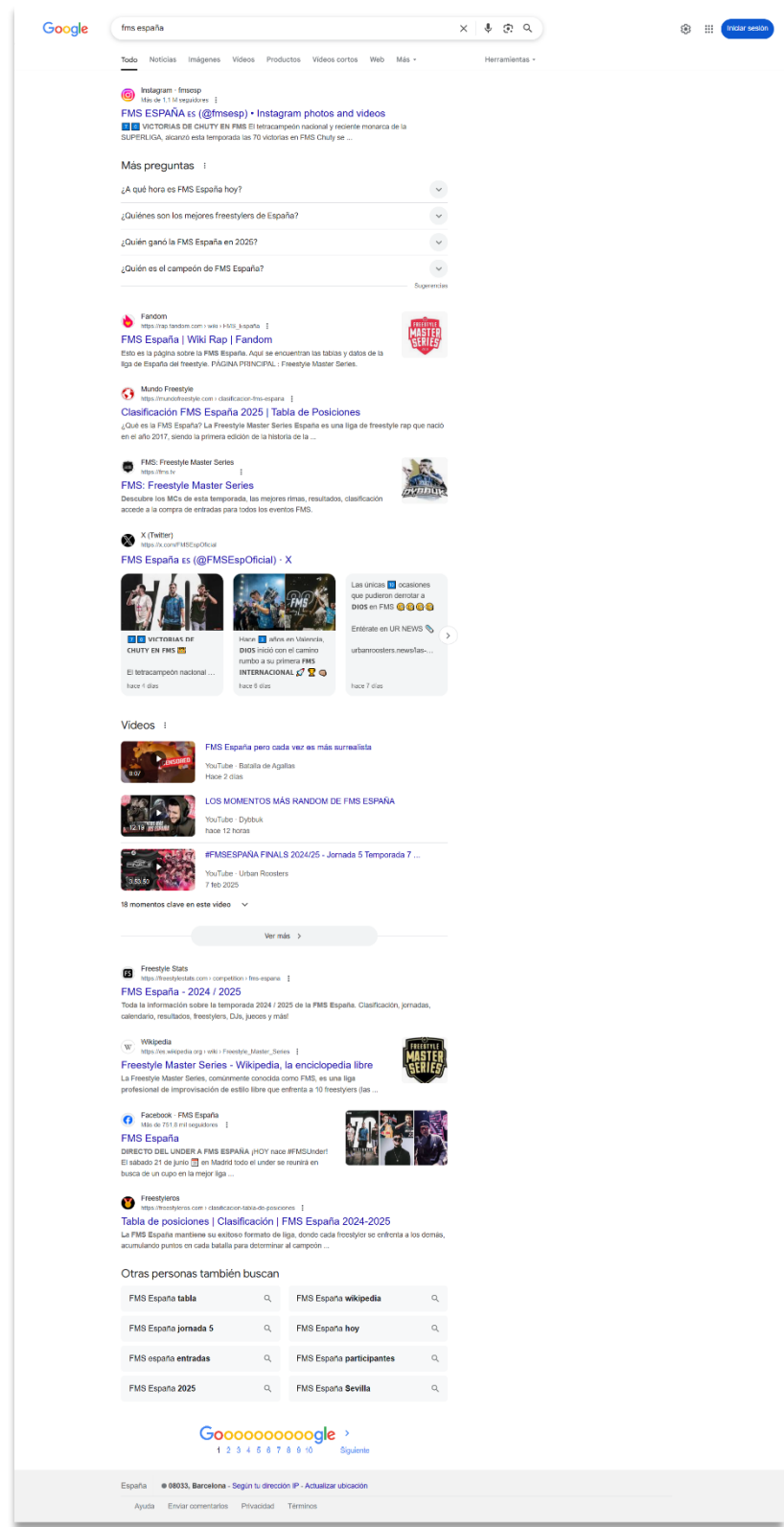
Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

El artículo cuenta con un único encabezado H1 y esto se puede considerar una buena práctica. Sin embargo, antes de este encabezado, aparece un encabezado de tipo H2 en el que no se muestra información, lo cual es un error, en primer lugar, de jerarquización porque es un error introducir un H2 antes que un H1 y, en segundo lugar, porque esa etiqueta H2 no da ningún tipo de información. Un caso claro de mala práctica con respecto a los encabezados del artículo.

4.2.1.1.2. Segunda palabra clave

La segunda palabra clave a analizar es 'FMS España'. Según DinoRank, durante el mes de abril en España obtuvo un volumen de búsquedas de 4.400. En el anexo 1 se puede encontrar este dato extraído de la búsqueda de palabras clave. Además de representar un volumen de búsquedas interesante, esta palabra clave es fundamental para el proyecto, ya que Diario Barras pretende cubrir informativamente todo lo relacionado con las competiciones más grandes del *freestyle* y entre ellas están las diferentes categorías de Freestyle Master Series (FMS).

Figura 15. Resultado de la búsqueda de 'fms españa' en el modo incógnito de Google Chrome. Captura de pantalla extraída el 20 de mayo de 2025.



Fuente: Google SERP.

Análisis de los artículos posicionados de la competencia:

Del mismo modo que en el análisis de la primera palabra clave, que también se aplicará al resto de palabras clave posteriores de este apartado, se analizará la longitud del texto, el uso y densidad de la palabra clave en el texto, el enlazado interno y el uso de encabezados. Cabe destacar también que se excluirán de este análisis las páginas que forman parte de la propia organización de FMS, como la cuenta de Instagram o de X de FMS y su propia página web.

Artículo posicionado en primera posición:
https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Espa%C3%B1a

- Longitud y uso de palabras clave en el texto

El texto contiene 1.643 palabras en total y la palabra clave ‘FMS España’ aparece en 8 ocasiones a lo largo del contenido.

Tabla 9. Análisis de la densidad de palabras clave del artículo de Wiki Rap en español sobre FMS España.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
1.643 palabras	8	0,49%	La densidad de la palabra clave en el texto no es óptima porque no se encuentra dentro de la densidad recomendada, entre el 1 y el 3%.

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno: El artículo cuenta con 209 enlaces internos. Esto se explica porque la página pretende ser una enciclopedia de la liga, añadiendo las tablas de clasificación de cada temporada y otras estadísticas. En las tablas de clasificación que se proponen en la pieza, se añaden enlaces internos a los nombres de los competidores que redirigen hacia sus datos biográficos. Esto explica la gran

cantidad de enlaces internos que aparecen en el sitio. Sin embargo, únicamente se analizarán los cinco primeros que aparecen en el contenido

Tabla 10. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español sobre FMS España.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	Freestyle Master Series	https://rap.fandom.com/es/wiki/Freestyle_Master_Series	<i>Dofollow.</i> Trata de transmitir autoridad a otro contenido de la página.	Se trata de un enlace optimizado porque el texto ancla lleva el propio nombre del artículo de destino y porque guarda relación con FMS España.
2	Temporada 1	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Espa%C3%B1a_2017	<i>Dofollow.</i>	Se puede considerar un enlace optimizado, pero el texto ancla es genérico. Podría mejorarse, por ejemplo, modificando el texto ancla a “Temporada 1 de FMS España”. También guarda relación con el contenido.
3	FMS España 17/18	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Espa%C3%B1a_2017	<i>Dofollow.</i>	El enlace de destino es el mismo que el segundo enlace interno del texto. Está optimizado. Guarda relación con la temática y el texto ancla no es tan genérico como anteriormente.
4	Chuty	https://rap.fandom.com/es/wiki/Chuty	<i>Dofollow.</i>	Se trata de un enlace interno óptimo. Redirige hacia un artículo biográfico del mayor campeón de la liga hasta el momento. El texto ancla es adecuado, ya que lleva su

				propio nombre artístico sin más matices.
5	Skone	https://rap.fandom.com/es/wiki/Skone	<i>Dofollow.</i>	Se trata de otra biografía de otro competidor de FMS España. El enlace está optimizado por las mismas razones que el cuarto enlace interno (Chuty).

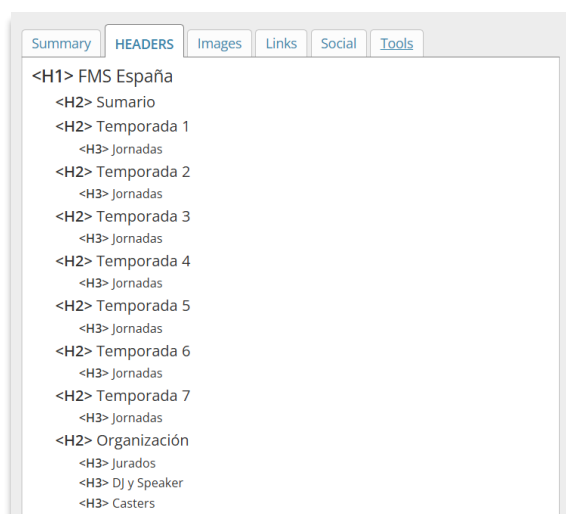
Fuente: Elaboración propia.

Valoración del enlazado interno del artículo:

El artículo presenta una gran cantidad de enlaces internos (209), hecho que podría explicar por qué se encuentra en la primera posición, ya que está notablemente enriquecido por otros contenidos del mismo sitio web. El análisis realizado muestra que los textos ancla están bien seleccionados, excepto aquellos que hacen referencia a términos genéricos como ‘Temporada 1’. Además, a lo largo del artículo, se utilizan los mismos textos ancla para redirigir a las biografías de los competidores, su propio nombre artístico. Este factor podría optimizarse, ya que podrían añadirse otros textos ancla adicionales como ‘Quién es [nombre artístico]’ para que hubiese más variaciones.

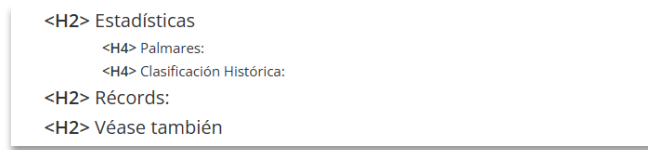
- Uso de encabezados:

Figura 16. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de ‘Wiki Rap en español’ sobre FMS España (primera parte).



Fuente: Extensión de Google Chrome ‘SEO META in 1 CLICK’.

Figura 17. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de 'Wiki Rap en español' sobre FMS España (segunda parte).



The image shows a screenshot of a web browser's developer tools or a similar utility, displaying a list of HTML meta-tags. The tags are as follows:

- <H2> Estadísticas
- <H4> Palmares:
- <H4> Clasificación Histórica:
- <H2> Récorde:
- <H2> Véase también

Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

El artículo presenta una estructura de encabezados prácticamente optimizada. Incluye únicamente uno de tipo H1 con la palabra clave principal, lo cual es una buena práctica. Después incluye encabezados H2 para tratar diferentes temas de FMS España ('Temporada 1', 'Temporada 2', 'Estadísticas' y debajo de estos encabezados incluye H3 que profundizan en cada uno de estos temas. Sin embargo, debajo del encabezado H2 titulado como 'Estadísticas' aparecen dos encabezados H4 cuando lo óptimo es que sean H3 para seguir una jerarquía lógica. Aun así, el encabezado es sólido y cuenta con una buena organización de los contenidos.

Artículo posicionado en segunda posición: <https://mundofreestyle.com/clasificacion-fms-espana/>

- Longitud y uso de palabras clave en el texto

El texto contiene 514 palabras en total y la palabra clave ‘FMS España’ aparece en 3 ocasiones a lo largo del artículo.

Tabla 11. Análisis de la densidad de uso de palabras clave del artículo de Mundo Freestyle posicionado para FMS España.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
514 palabras	3	0,58%	La densidad de palabras clave en esta pieza es de 0,58% y, por tanto, este aspecto no está optimizado porque no se encuentra en el intervalo de entre el 1 y el 3% recomendado.

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno: Este contenido cuenta con 6 enlaces internos.

Tabla 12. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle posicionado para FMS España.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	Clasificación FMS Argentina	https://mundofreestyle.com/clasificacion-fms-argentina/	<i>Dofollow.</i>	Se trata de un enlace optimizado porque redirige a un contenido relacionado con el del artículo y el texto ancla es preciso.
2	Clasificación FMS Caribe	https://mundofreestyle.com/	<i>Dofollow.</i>	Se trata de un enlace optimizado porque redirige

		clasificacion-fms-caribe/		a un contenido relacionado con el del artículo y el texto ancla es preciso.
3	Clasificación FMS Chile	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-chile/	<i>Dofollow.</i>	Se trata de un enlace optimizado porque redirige a un contenido relacionado con el del artículo y el texto ancla es preciso.
4	Clasificación FMS Colombia	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-colombia/	<i>Dofollow.</i>	Se trata de un enlace optimizado porque redirige a un contenido relacionado con el del artículo y el texto ancla es preciso.
5	Clasificación FMS México	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-mexico-tabla-de-posiciones/	<i>Dofollow.</i>	El texto ancla es correcto, pero el enlace de destino presenta un error 404.
6	Clasificación FMS Perú	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-peru/	<i>Dofollow.</i>	Se trata de un enlace optimizado porque redirige a un contenido relacionado con el del artículo y el texto ancla es preciso.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración del enlazado interno del artículo:

El enlazado interno de este contenido es simple, pero está bien trabajado a excepción del error 404 al hacer clic en ‘Clasificación FMS México’. En la valoración de cada enlace interno, sin contar el error 404, se ha añadido el mismo texto porque se sigue el mismo patrón. El artículo muestra información sobre FMS España y sus tablas de clasificación y redirige al usuario hacia otras ligas y sus clasificaciones mediante un texto ancla que se conforma de la siguiente manera: ‘Clasificación FMS [País]’.

- Uso de encabezados:

Figura 18. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS España.



Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

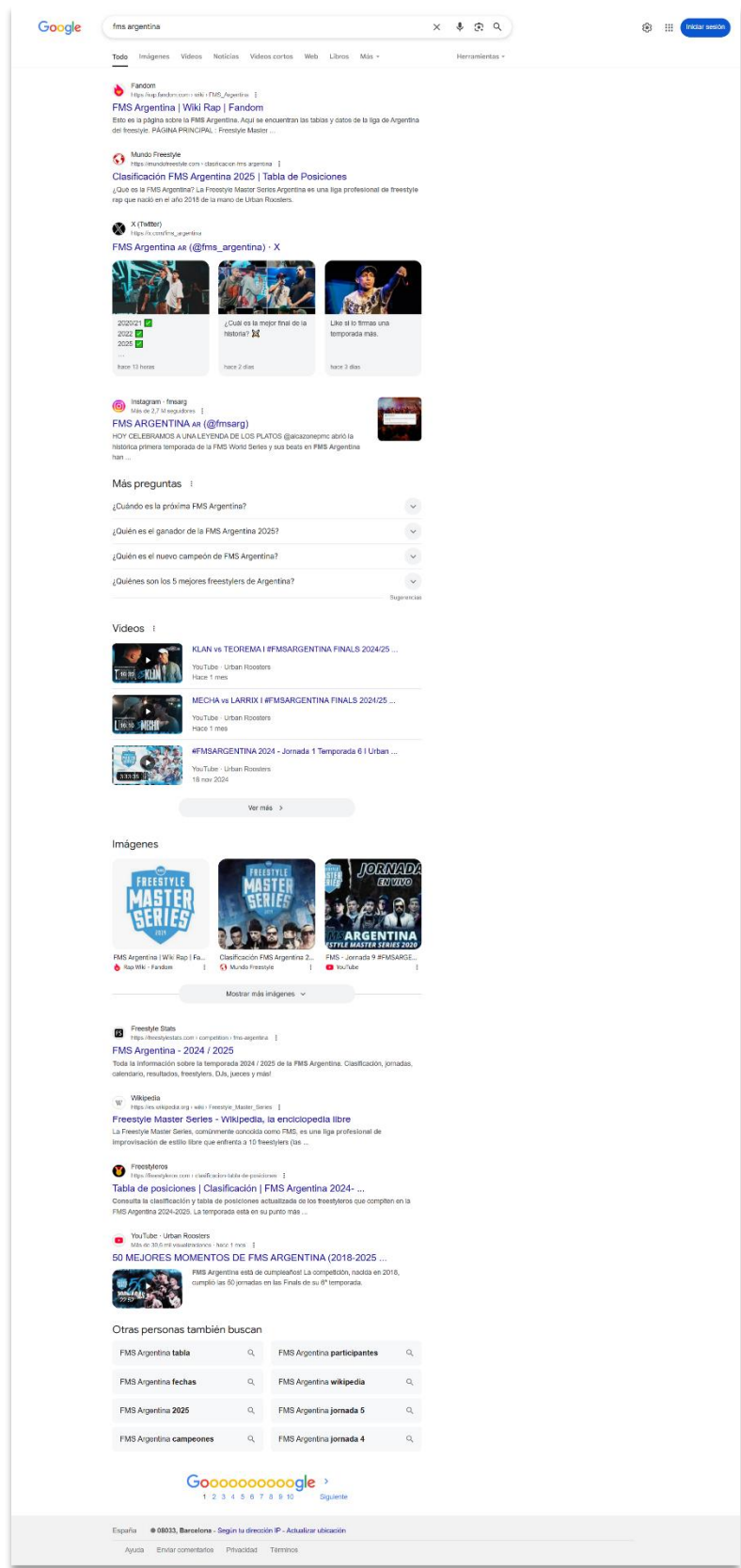
Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

La estructura de encabezados no está optimizada. En primer lugar, porque coexisten dos encabezados de tipo H1 cuando lo óptimo es que únicamente aparezca uno en todo el contenido. En segundo lugar, debajo de los encabezados H2, que están bien incluidos, aparecen encabezados H4 cuando correspondería que fuesen H3 para seguir un orden lógico. Existen oportunidades de mejora claras en este ejemplo.

4.2.1.1.3. Tercera palabra clave

La tercera palabra clave a analizar es 'FMS Argentina'. Las razones fundamentales para escoger esta palabra clave son exactamente las mismas que las expuestas en el caso de la segunda palabra clave: 'FMS España'. Es decir, representa un volumen de búsquedas interesante (1.000 en abril; los datos se encuentran en el Anexo 1) y, además, es una de las palabras clave que debe aparecer en Diario Barras, al igual que el resto de FMS.

Figura 19. Resultado de la búsqueda de 'fms argentina' en el modo incógnito de Google Chrome. Captura de pantalla extraída el 20 de mayo de 2025.



Fuente: Google SERP.

Análisis de los artículos posicionados de la competencia:

Artículo posicionado en primera posición:

https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Argentina

- Longitud y uso de palabras clave en el texto

El texto contiene 3.736 palabras en total y la palabra clave ‘FMS Argentina’ aparece en 10 ocasiones a lo largo del contenido.

Tabla 13. Análisis de la densidad de uso de palabras clave del artículo de Wiki Rap en español posicionado para FMS Argentina.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
3.736 palabras	10	0,27%	La palabra clave en cuestión (‘FMS Argentina’) cuenta con una densidad de uso insuficiente, ya que no se encuentra entre el 1 y el 3% recomendado.

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno: El artículo cuenta con 293 enlaces internos en total. Únicamente se analizarán los cinco primeros que aparecen en el contenido.

Tabla 14. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español posicionado para FMS Argentina.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	Freestyle Master Series	https://rap.fandom.com/es/wiki/Freestyle_Master_Series	Dofollow.	Se trata de un enlace optimizado. Tiene relación directa con el contenido y el texto ancla es preciso.

2	Temporada 1	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Argentina_2018	<i>Dofollow.</i>	La URL de destino está relacionada con el contenido, pero el texto ancla es genérico. Es un enlace parcialmente optimizado, porque se puede mejorar el texto ancla.
3	FMS Argentina 2018	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Argentina_2018	<i>Dofollow.</i>	Es un buen ejemplo de enlace optimizado, con texto ancla preciso y con relación directa con el artículo.
4	Wos	https://rap.fandom.com/es/wiki/Wos	<i>Dofollow.</i>	El enlace presenta condiciones óptimas porque redirige a la biografía de un competidor y el texto ancla es su nombre artístico.
5	Papo	https://rap.fandom.com/es/wiki/Papo	<i>Dofollow.</i>	El enlace se puede considerar como optimizado porque redirige a la biografía de un artista que participó en FMS Argentina y el texto ancla es su nombre artístico.

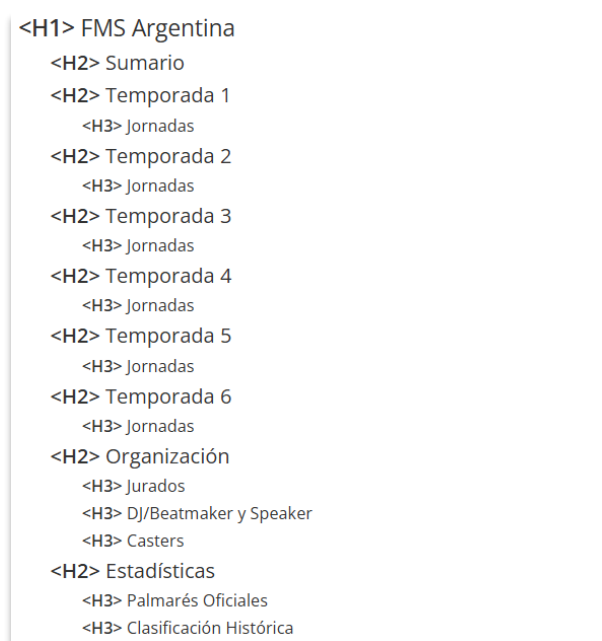
Fuente: Elaboración propia.

Valoración del enlazado interno del artículo:

Los cinco primeros que aparecen en el contenido no presentan ninguna disfunción relevante. Cabe destacar, sin embargo, el caso del texto ancla ‘Temporada 1’, porque es un término muy genérico y podría remplazarse por otro más específico.

- Uso de encabezados:

Figura 20. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Wiki Rap en español sobre FMS Argentina (primera parte).



Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

Figura 21. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de 'Wiki Rap en español' sobre FMS Argentina (segunda parte).



Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

Los encabezados de este contenido se encuentran perfectamente estructurados: existe un H1, se insertan encabezados de tipo H2 para destacar temas concretos del H1 y dentro de cada H2 se introducen encabezados H3 para profundizar más en el contenido.

Artículo posicionado en segunda posición: <https://mundofreestyle.com/clasificacion-fms-argentina/>

- Longitud y uso de palabras clave en el texto

El texto contiene 498 palabras en total y la palabra clave ‘FMS Argentina’ aparece en 4 ocasiones a lo largo del contenido.

Tabla 15. Análisis de la densidad de uso de palabras clave en el artículo de Mundo Freestyle posicionado para FMS Argentina.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
498 palabras	4	0,80%	El uso de la palabra clave ‘FMS Argentina’ es bajo porque su densidad en el texto es de 0,80% y no está bajo el parámetro recomendado de situarse entre el 1 y el 3%.

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno:

Tabla 16. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle posicionado para FMS Argentina.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	Clasificación FMS Caribe	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-caribe/	<i>Dofollow.</i>	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.
2	Clasificación FMS Chile	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-chile/	<i>Dofollow.</i>	El enlace interno se puede considerar como optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.
3	Clasificación FMS Colombia	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-colombia/	<i>Dofollow.</i>	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.
4	Clasificación FMS España	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-espana/	<i>Dofollow.</i>	En este caso, no hay ningún ejemplo de mala práctica: el texto ancla es correcto y preciso y la información de la URL de destino está relacionada directamente con FMS Argentina.
5	Clasificación FMS México	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-mexico/	<i>Dofollow.</i>	Redirige hacia una página que ya no existe y aparece un error 404 al hacer clic. Esto implica

		fms-mexico-tabla-de-posiciones/		una mala práctica que puede afectar a la experiencia del usuario.
6	Clasificación FMS Perú	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-peru/	Dofollow.	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración del enlazado interno del artículo:

El enlazado interno, en términos generales, de este contenido presenta buenas características: textos ancla específicos y precisos y relación directa entre la URL analizada y las URL de destino. Sin embargo, cabe destacar que se ha detectado una mala práctica en el quinto enlace analizado porque redirige al usuario a una página que da error 404.

- Uso de encabezados:

Figura 22. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS Argentina.

<H1> Clasificación FMS Argentina 2025
<H1> Clasificación FMS Argentina 2024 2025
<H2> Clasificación histórica
<H4> Temporada 2023
<H4> Temporada 2022
<H4> Temporada 2020-2021
<H4> Temporada 2019
<H4> Temporada 2018
<H2> Datos históricos
<H4> Campeones
<H3> ¿Qué es la FMS Argentina?
<H2> Tabla del resto de FMS

Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

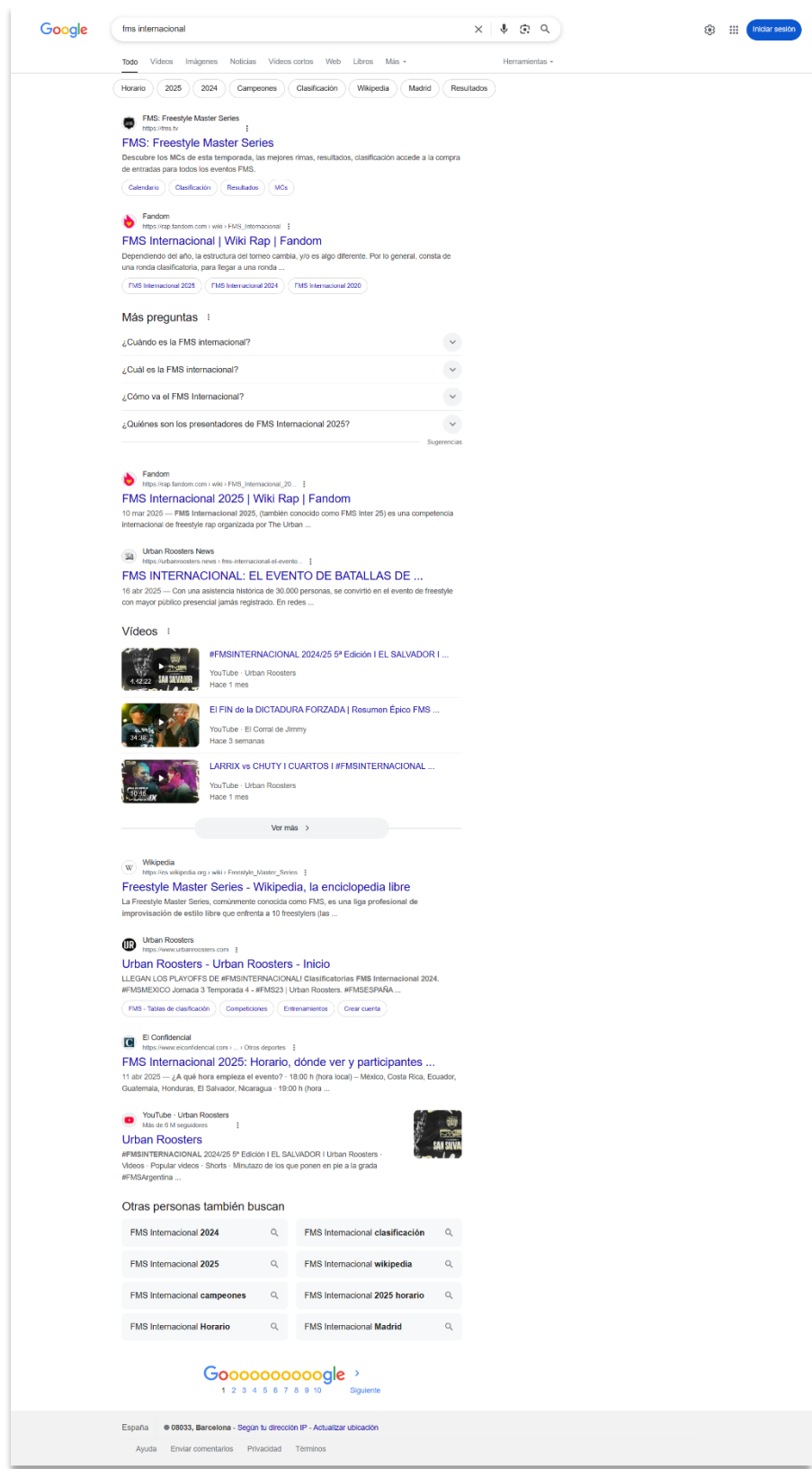
Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

La estructura de encabezados del artículo presenta dos disfunciones. En primer lugar, aparecen dos encabezados H1, cuando lo óptimo es que aparezca únicamente uno. En segundo lugar, después de los H2 introduce encabezados de tipo H4, lo cual supone un error, ya que deberían añadirse H3 después de los H2. Existen oportunidades para mejorar este aspecto en ‘Mundo Freestyle’.

4.2.1.1.4. Cuarta palabra clave

La cuarta palabra clave a analizar es ‘FMS Internacional’. Las razones para seleccionar esta selección son, en primer lugar, que Diario Barras pretende cubrir la actualidad informativa de las batallas de gallos y, por tanto, cubrirá todo lo relacionado con las grandes competiciones como FMS, y, en segundo lugar, que durante el mes de abril de 2025 ‘FMS Internacional’ se buscó 1.000 veces en España según DinoRank. Este dato se incluye en la búsqueda de palabras clave que aparece en el Anexo 1.

Figura 23. Resultado de la búsqueda de 'fms internacional' en el modo incógnito de Google Chrome. Extraída el 20 de mayo de 2025.



Fuente: Google SERP.

Análisis de los artículos posicionados de la competencia:

Artículo posicionado en primera posición:

https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Internacional

- Longitud y uso de palabras clave en el texto

El texto contiene 2.781 palabras en total y la palabra clave ‘FMS Internacional’ aparece en 191 ocasiones a lo largo del contenido.

Tabla 17. Análisis de la densidad de uso de palabras clave del artículo de Wiki Rap en español posicionado para FMS Internacional.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
2.781 palabras	191	6,87%	La palabra clave aparece demasiadas veces en el texto. La densidad de uso es del 6,87%, superando notablemente el baremo de entre 1 y 3% recomendado.

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno: En el texto aparecen 25 enlaces internos que redirigen hacia otros contenidos del mismo sitio web. No obstante, se analizarán los cinco primeros enlaces internos.

Tabla 18. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español posicionado para FMS Internacional.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	FMS Internacional 2019-2020	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Internacional	Dofollow.	El enlace interno está optimizado porque utiliza un texto ancla preciso para señalar la temporada de FMS

		Internacional 2020		y está relacionado estrechamente con el contenido
2	FMS Internacional 2020-2021	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Internacional_2021	<i>Dofollow.</i>	El enlace interno está optimizado porque utiliza un texto ancla preciso para señalar la temporada de FMS y está relacionado estrechamente con el contenido
3	FMS Internacional 2021-2022	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Internacional_2022	<i>Dofollow.</i>	El enlace interno está optimizado porque utiliza un texto ancla preciso para señalar la temporada de FMS y está relacionado estrechamente con el contenido
4	FMS Internacional 2023-2024	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Internacional_2024	<i>Dofollow.</i>	El enlace interno está optimizado porque utiliza un texto ancla preciso para señalar la temporada de FMS y está relacionado estrechamente con el contenido
5	FMS Internacional 2024-2025	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Internacional_2025	<i>Dofollow.</i>	El enlace interno está optimizado porque utiliza un texto ancla preciso para señalar la temporada de FMS y está relacionado estrechamente con el contenido

Fuente: Elaboración propia.

Valoración del enlazado interno del artículo:

En todos los enlaces internos se repite el mismo patrón y, por ese motivo, la valoración es la misma en cada uno de ellos. Todos contienen un texto ancla referente a la temporada de FMS a la que redirigen al usuario. El esquema es el siguiente: ‘FMS Internacional [intervalo de años]’. Todos están relacionados con el contenido. Por tanto, no se observa ningún aspecto mejorable de estos enlaces internos.

- Uso de encabezados:

Figura 24. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Wiki Rap en español sobre FMS Internacional.



Fuente: Extensión de Google Chrome ‘SEO META in 1 CLICK’.

Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

Esta estructura de encabezados presenta un punto mejorable. Debajo del H2 titulado como ‘Temporadas’ aparecen cuatro encabezados de tipo H6. En lugar de ser H6 deberían categorizarse como H3, ya que se encuentran debajo de un H2. El resto de la estructura es lógica y está bien ordenada.

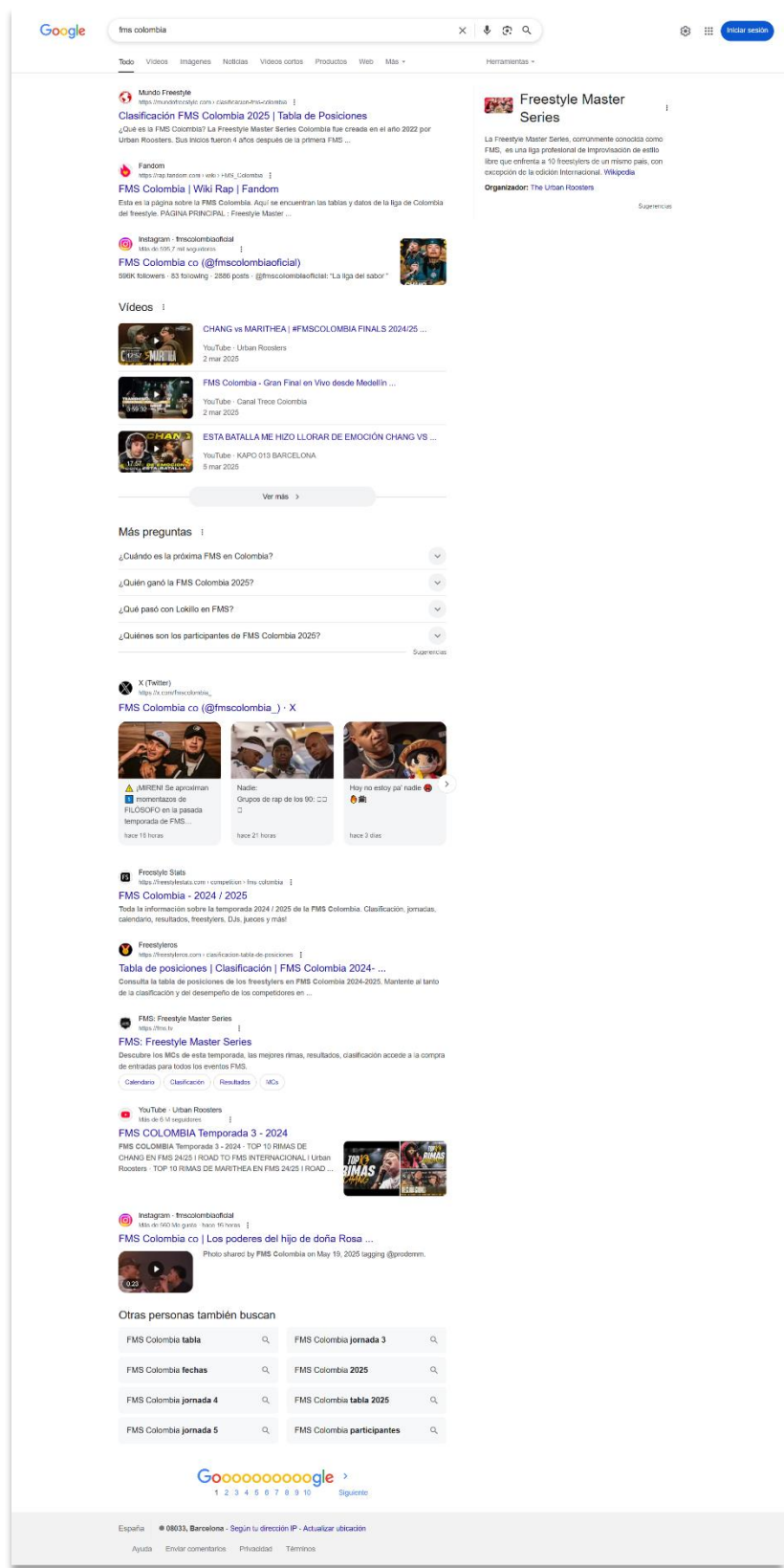
En el caso de la palabra clave ‘FMS Internacional’ no se analizará otro artículo de la competencia posicionado en la primera página de la SERP como se ha realizado con el resto de palabras claves analizadas. El motivo es que los artículos que aparecen después del artículo ya analizado en la página de resultados de Google son o de la propia organización de FMS (FMS o Urban Roosters) o de Wikipedia o de ‘El Confidencial’, un

gran medio de comunicación generalista de España. Por tanto, representan páginas web que son difíciles de superar por Diario Barras y realizar un análisis sobre sus respectivos contenidos no resultaría práctico.

4.2.1.1.5. Quinta palabra clave

La quinta palabra clave del análisis será ‘FMS Colombia’. Esta liga, como se ha comentado anteriormente, forma parte de FMS y, por tanto, supone un término de gran interés para Diario Barras. Además, en España se buscó esta palabra clave durante el mes de abril de 2025 en 480 ocasiones, hecho que representa una oportunidad interesante a tener en cuenta para que la web gane visibilidad.

Figura 25. Resultado de la búsqueda de 'fms colombia' en el modo incógnito de Google Chrome. Captura de pantalla extraída el 20 de mayo de 2025.



Fuente: Google SERP.

Análisis de los artículos posicionados de la competencia:

Artículo posicionado en primera posición: <https://mundofreestyle.com/clasificacion-fms-colombia/>

- Longitud y uso de palabras clave en el texto

El texto contiene 341 palabras en total y la palabra clave ‘FMS Colombia’ aparece en 4 ocasiones a lo largo del contenido.

Tabla 19. Análisis de la densidad de uso de palabras clave del artículo de Mundo Freestyle posicionado para FMS Colombia.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
341 palabras	4	1,17%	La densidad de uso de la palabra clave se encuentra optimizada porque está entre el 1 y el 3% recomendado.

Fuente: Elaboración propia

- Enlazado interno:

Tabla 20. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle posicionado para FMS Colombia.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	Clasificación FMS Argentina	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-argentina/	<i>Dofollow.</i>	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.
2	Clasificación FMS Caribe	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-caribe/	<i>Dofollow.</i>	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.
3	Clasificación FMS Chile	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-chile/	<i>Dofollow.</i>	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.
4	Clasificación FMS España	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-espana/	<i>Dofollow.</i>	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.
5	Clasificación FMS México	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-mexico-	<i>Dofollow.</i>	Redirige hacia una página que da error 404. El enlace interno de la página de origen es correcto y el texto ancla

		tabla-de-posiciones/		también, pero enviar al usuario a una página en la que no hay resultados es una mala práctica.
6	Clasificación FMS Perú	https://mundo-freestyle.com/clasificacion-fms-peru/	Dofollow.	Es un ejemplo de enlace interno optimizado porque está relacionado con el contenido y el texto ancla refleja lo que se va a encontrar el usuario con precisión.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración del enlazado interno del artículo:

El enlazado interno del artículo está bien construido. Es sencillo y los textos anclas son precisos y específicos. Sin embargo, como ejemplo claro de práctica a mejorar, cabe resaltar el quinto enlace interno, ya que redirige al usuario hacia una página que da error 404.

- Uso de encabezados:

Figura 26. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS Colombia.

```
<H1> Clasificación FMS Colombia 2025
<H1> Clasificación FMS Colombia 2024 | 2025
  <H2> Clasificación histórica
  <H2> ¿Qué es la FMS Colombia?
  <H2> ¿Cómo están las otras tablas de FMS?
```

Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

El artículo presenta un error grave en la estructura de encabezados: aparecen dos encabezados H1. Es un claro ejemplo de error que solucionar. El resto de elementos mantienen un orden lógico y ordenado.

Artículo posicionado en segunda posición:
https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Colombia

- Longitud y uso de palabras clave en el texto

El texto contiene 1.639 palabras en total y la palabra clave ‘FMS Colombia’ aparece en 4 ocasiones a lo largo del contenido.

Tabla 21. Análisis de la densidad de uso de palabras clave del artículo de Wiki Rap en español posicionado para FMS Colombia.

Longitud del texto	Número de veces que aparece la palabra clave en el texto	Densidad de la palabra clave en el texto	Valoración
1.639 palabras	4	0,24%	El uso de la palabra clave ‘FMS Colombia’ en el texto es insuficiente debido a que no se encuentra entre el 1 y el 3% recomendado.

Fuente: Elaboración propia.

- Enlazado interno: En el texto se pueden encontrar 98 enlaces internos. Sin embargo, se analizarán los cinco primeros enlaces internos que aparecen en la entrada.

Tabla 22. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español posicionado para FMS Colombia.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología del enlace	Valoración
1	Freestyle Master Series	https://rap.fandom.com/es/wiki/Freestyle_Master_Series	Dofollow.	Este enlace se puede considerar como optimizado. El texto ancla es claro, preciso y específico y la URL de destino está directamente relacionada con el tema del artículo.
2	Temporada 1	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Colombia_2022	Dofollow.	Este enlace podría mejorarse en lo que respecta al texto ancla. Se usa un concepto muy genérico. Por lo demás, no hay nada a mejorar.
3	FMS Colombia 22	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Colombia_2022	Dofollow.	En este caso, la URL de destino es la misma que en el segundo enlace interno. Sin embargo, aquí sí se utiliza un término más preciso.
4	Valles-T	https://rap.fandom.com/es/wiki/Valles-T	Dofollow.	El texto ancla de este enlace interno es preciso y breve y, además, el tema de la URL de destino tiene relación con el contenido de la entrada porque se trata de la biografía de un artista de la liga.

5	Chang	http://rap.fandom.com/es/wiki/Chang	Dofollow.	El enlace interno guarda relación con FMS Colombia y, además, el texto ancla es breve y referente a uno de los competidores de la liga.
---	-------	---	-----------	---

Fuente: Elaboración propia.

Valoración del enlazado interno del artículo:

Los cinco enlaces internos tienen cabida en el texto por la relación entre la entrada y las respectivas URL de destino. Los textos ancla son precisos y específicos, hecho que se considera una buena práctica. Sin embargo, cabe destacar el texto ancla del segundo enlace interno, ya que es genérico y no enriquece a la URL de destino.

- Uso de encabezados:

Figura 27. Captura de pantalla que muestra los encabezados del artículo de Wiki Rap en español sobre FMS Colombia.

<H1> FMS Colombia
<H2> Sumario
<H2> Temporada 1[]
<H3> Jornadas[]
<H2> Temporada 2[]
<H3> Jornadas[]
<H2> Temporada 3[]
<H3> Jornadas[]
<H2> Organización[]
<H3> Jueces[]
<H3> DJ/Beatmaker y Speaker[]
<H3> Casters[]
<H2> Estadísticas[]
<H4> Palmarés[]
<H4> Clasificación Histórica:[]
<H2> Récorde[]
<H2> Véase también[]

Fuente: Extensión de Google Chrome 'SEO META in 1 CLICK'.

Valoración de la estructura de encabezados del artículo:

En general, la estructura de encabezados de esta entrada está optimizada, ya que los H3 están debajo de los H2 y los H2 debajo del único encabezado H1. Sin embargo, se puede observar un error debajo del H2 titulado como ‘Estadísticas’, ya que posteriormente se añaden dos encabezados H4 cuando correspondería que fuesen H3.

4.2.1.2. Uso de etiquetas HTML

En este apartado se evaluará cómo se utilizan en Diario Barras los encabezados en los contenidos de las páginas, las etiquetas TITLE y las metadescripciones.

4.2.1.2.1. Encabezados

En el Anexo 2 se puede encontrar la tabla de contenido con las URL que forman parte del análisis, sus respectivos encabezados H1 y su longitud.

Antes de analizar los datos que aparecen en la tabla, hay que tener en cuenta que la longitud recomendada para un encabezado H1, igual que para los títulos SEO, es de 20 a 70 caracteres.

Según la información proporcionada por la versión gratuita de la herramienta de Screaming Frog, todas las URL con contenido redactado de Diario Barras cuentan con un único encabezado H1 y en once de los enlaces los encabezados no se ajustan a la recomendación de tener una longitud de 20 a 70 caracteres, cuyas celdas en la tabla están marcadas de color naranja.

Por lo expuesto, el 74,42% de los encabezados H1 en Diario Barras pueden considerarse como optimizados. Es decir, aproximadamente tres de cada cuatro encabezados son correctos en la página web y existe una oportunidad de mejora.

Con respecto al uso de las palabras clave en los encabezados H1, cabe resaltar que los encabezados en su totalidad cuentan con la presencia de las palabras clave relativas al contenido que representan. En el anexo 2 aparecen las palabras clave usadas en los encabezados H1 resaltadas en negrita.

4.2.1.2.2. Etiquetas TITLE

En el anexo 3 se puede encontrar la tabla de contenido con las URL, etiquetas TITLE y su longitud.

La información que proporciona la herramienta utilizada, Screaming Frog, deja claro que todas las URL tienen asignado un título SEO o metatítulo. Además, todas estas etiquetas se encuentran optimizadas en términos de longitud, ya que todas se encuentran entre los 20 y los 70 caracteres recomendados.

El uso de las palabras clave en las etiquetas TITLE es óptimo, ya que las más relevantes aparecen en este tipo de etiquetas HTML. En la tabla correspondiente, que aparece completa en el anexo 3, aparecen las palabras clave resaltadas.

4.2.1.2.3. Metadescripciones

En el Anexo 4 se puede encontrar la tabla de contenido con las URL, las metadescripciones y su longitud.

Antes de extraer datos de la tabla, cabe tener en cuenta que la extensión perfecta para las metadescripciones, realmente, no existe. Aun así, el servicio de optimización de Yoast SEO recomienda en su blog que estas etiquetas HTML dispongan de entre 120 y 155 caracteres para que se puedan ver al completo en los resultados de búsqueda (Toonen, 2023).

En las 43 direcciones analizadas, todas cuentan con una metadescripción. Además, la totalidad de las metadescripciones de los diferentes enlaces cuentan con una longitud de entre 120 y 155 caracteres y, por tanto, se pueden considerar como optimizadas al 100% en cuanto a extensión siguiendo el criterio indicado anteriormente.

En cuanto al uso de las palabras clave en las metadescripciones, cabe destacar que están optimizadas, dado que las palabras clave relevantes para cada entrada y página aparecían en las respectivas metadescripciones. En su totalidad. En el anexo 4 se muestran las palabras clave en cada metadescripción en negrita.

4.2.1.3. Enlazado interno

Tal como se ha expuesto anteriormente, en este apartado se mostrará cómo se utilizan los enlaces internos en el texto de los contenidos de Diario Barras. Para realizar el análisis, se escogerán siete contenidos (entradas o páginas). El criterio que explica por qué se analizarán siete y no más o menos es que en el proyecto web únicamente hay siete contenidos en los que aparecen dos o más enlaces internos y, por tanto, el resultado será más enriquecedor que en el caso de utilizar contenidos en los que aparecen uno o ninguno.

- Contenido nº 1 (entrada):

Enlace: <https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/>

Análisis:

Tabla 23. Análisis del enlazado interno del artículo de Diario Barras sobre el futuro de Nekroos en FMS Perú.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	FMS Perú	https://diariobarras.com/fms/fms-peru/	<i>Dofollow</i>	Este contenido habla sobre un competidor de la liga FMS Perú y el enlace lleva a una página creada para aglutinar contenidos sobre la liga en Diario Barras. Se trata de una buena práctica.
2	FMS Colombia	https://diariobarras.com/fms/fms-colombia/	<i>Dofollow</i>	Este enlace se puede considerar una buena práctica porque está añadido con naturalidad y lleva hacia contenido que puede interesar al usuario teniendo en cuenta el tema: que el freestyler podría irse a FMS Colombia.
3	FMS España	https://diariobarras.com/fms/	<i>Dofollow</i>	FMS España es una de las ligas a las que se comentaba que podría aterrizar el competidor. Por tanto, también está relacionado con el

		fms-espana/		tema, no es forzado y puede enriquecer al usuario.
4	FMS	https://diariobarras.com/fms/	<i>Dofollow</i>	En este caso, también observamos una buena práctica, dado que la noticia forma parte de la categoría FMS y de la categoría FMS Perú. Es decir, guarda relación directa con la temática y redirige al usuario hacia informaciones que pueden ser de su interés.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Los enlaces que aparecen en este contenido pueden interesar a los usuarios que estén leyendo la pieza en cuestión. A modo de resumen, se expone que Nekroos, uno de los competidores más reconocidos en el *freestyle* peruano se plantea dejar su liga de origen (FMS Perú) para formar parte de otra. Las principales candidatas, según los rumores del momento en que se escribió la entrada, eran FMS Colombia y FMS España. Por tanto, se puede asegurar que están introducidos con naturalidad y sin tratar de incluir enlaces internos que nada tienen que ver con la temática.

Sin embargo, los enlaces internos pueden servir para enriquecer la semántica mediante la que se busca un contenido y los textos ancla de estos enlaces internos son exactamente iguales que el H1 de las URL de destino y, por tanto, se está desaprovechando la oportunidad de referirse a las páginas de destino de una manera que sea buscada por los usuarios. Por ejemplo, en el caso de FMS España, el texto ancla podría haber sido “Liga española de *freestyle*” para aportar un sinónimo a la URL de destino (la página de FMS España). No obstante, tampoco se pueden considerar malas prácticas dado que aparecen las palabras clave adecuadas.

- Contenido nº 2 (entrada):

Enlace: <https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-se-hara-en-nueve-dias/>

Análisis:

Tabla 24. Análisis del enlazado interno del artículo de Diario Barras sobre información de FMS World Series y su realización.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Dónde y cuándo se hará la jornada 1 de FMS World Series	https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-jornada-1-fecha-y-batallas/	Dofollow	Se trata de un enlace interno optimizado. Guarda relación directa con la temática y, además, añade un sinónimo para la búsqueda de la URL de destino.
2	FMS World Series y FMS Internacional	https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-y-fms-internacional-las-dos/	Dofollow	En este caso, se puede considerar una buena práctica por las mismas razones que el enlace anterior: incluye las palabras clave referentes a la URL de destino y está relacionada con el tema que se trata en la entrada.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

En esta entrada, los enlaces internos hacia otros contenidos de Diario Barras están optimizados porque pueden interesar a los usuarios que hayan decidido leer el contenido principal. Ambos están relacionados directamente con la temática y se usan las palabras clave de cada URL de destino.

- Contenido nº 3 (entrada):

Enlace: <https://diariobarras.com/fms/arkano-vs-kg-polemica-fms-peru/>

Análisis:

Tabla 25. Análisis del enlazado interno del artículo de Diario Barras sobre la polémica entre Arkano y KG en FMS Perú.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Tabla de clasificación	https://diariobarras.com/fms/fms-peru	Dofollow	Es una buena práctica, pero la palabra clave destacada en el texto ancla es muy genérica porque podría hacer referencia a cualquier tabla de clasificación. Sin embargo, el contenido está relacionado directamente.
2	Nekroos quiere cambiar de liga de FMS	https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/	Dofollow	Se trata de un uso óptimo. Está relacionado con la liga en cuestión, puede interesar al usuario y utiliza un sinónimo diferente que el H1 de la URL de destino.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Se trata de un artículo que recoge dos enlaces internos hacia otros contenidos de Diario Barras de manera justificada y la forma de añadirlos es natural. Sin embargo, para optimizar el artículo al máximo en cuanto al enlazado interno se podría cambiar el texto ancla del primer enlace: de “Tabla de clasificación” a “Tabla de clasificación de FMS Perú” con el fin de concretar más a dónde lleva el enlace en cuestión.

- Contenido nº 4 (entrada):

Enlace: <https://diariobarras.com/fms/fms-espana-jornada-3/>

Análisis:

Tabla 26. Análisis del enlazado interno del artículo de Diario Barras sobre la jornada 3 de FMS España.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Chuty vs Gazir	https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-fms-espana-jornada-3/	Dofollow	Se trata de una buena práctica porque el artículo trata de resumir la información existente sobre una jornada de FMS España y es interesante añadir un enlace referente a una de las batallas. Puede interesar al usuario y guarda relación directa con la temática de la entrada. Además, se utiliza la palabra clave más directa para referirse a la batalla.
2	Tabla de clasificación de FMS España	https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-espana-2024/	Dofollow	Este enlace interno puede ser muy interesante para el usuario, ya que le permite visitar los datos de clasificación antes de que tenga lugar el evento. Está relacionado con la temática y el uso de la palabra clave es adecuado.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Este artículo está optimizado en cuanto a su enlazado interno hacia otros contenidos de la página web. Ambos son interesantes para el usuario, ambos utilizan las palabras claves indicadas en el H1 de las URL de destino y se incluyen con naturalidad en el contenido.

- Contenido nº 5 (entrada):

Enlace: <https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/>

Análisis:

Tabla 27. Análisis del enlazado interno del artículo de Diario Barras sobre los detalles de la jornada 2 de FMS México.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Calendario de batallas de gallos	https://diariobarras.com/calendario-de-batallas-de-gallos-actualizado/	<i>Dofollow</i>	Se trata de una buena práctica, fundamentalmente porque aporta información sobre el calendario de las competiciones de freestyle a alguien que está leyendo una noticia que habla sobre la información que hay de cuándo tendrá lugar una jornada de FMS. Está relacionada directamente con el tema y utiliza la palabra clave del H1 de la URL de destino.
2	Tabla de clasificación de la liga mexicana	https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-mexico-2024/	<i>Dofollow</i>	Este caso también refleja un uso optimizado, dado que el artículo trata sobre una jornada de FMS México y al lector le puede interesar consultar el estado de la tabla de clasificación de la liga. Además, aporta un sinónimo que complementa al H1 de la URL de destino.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Se observa un uso correcto de los enlaces internos. Ambos enriquecen la experiencia del usuario porque ayudan a contextualizar mejor la información que se aporta, tanto en el caso del calendario de batallas como en el caso de la tabla de clasificación de la liga mexicana. En el segundo caso, además, se utiliza un sinónimo que enriquece la semántica a la hora de buscar la tabla de clasificación de FMS México, que es la URL de destino.

- Contenido nº 6 (página):

Enlace: <https://diariobarras.com/calendario-de-batallas-de-gallos-actualizado/>

Análisis:

Tabla 28. Análisis del enlazado interno del artículo de Diario Barras sobre el calendario de batallas de gallos.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	RED BULL 5 VIDAS – SANTIAGO DE CHILE	https://diariobarras.com/redbull-batalla/red-bull-5-vidas-chile-competidores/	<i>Dofollow</i>	Se usa la palabra clave que complementa al H1 de la URL de destino. Guarda relación directa dado que la página muestra un calendario y enlaza a la información de un evento próximo.
2	FMS CARIBE JORNADA 2 – LA CAMPANERA	https://diariobarras.com/fms/fms-caribe-jornada-2-2024/	<i>Dofollow</i>	Se observa un uso optimizado ya que redirige al lector a un artículo de su interés sobre un evento del futuro.
3	FMS MÉXICO JORNADA 2 - GUADALAJARA	https://diariobarras.com/fms/fms-	<i>Dofollow</i>	Es un ejemplo de buena práctica porque aporta información de un evento

		mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/		próximo en la página de calendario de batallas.
4	FMS WORLD SERIES JORNADA 1 – BOLIVIA (LA PAZ)	https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-jornada-1-fecha-y-batallas/	Dofollow	Se puede considerar un uso optimizado del enlace interno porque da la posibilidad al lector de informarse en profundidad de un evento que se encuentra en un horizonte temporal próximo.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Esta página en cuestión ofrece unas características SEO interesantes. A modo de contexto, en la página se muestra el calendario de las próximas competiciones del *freestyle* con diferentes tablas, una para cada mes. En cada tabla se muestra la fecha del evento en cuestión y el nombre del evento con la jornada que representa y la ubicación. ‘Calendario de batallas actualizado’ permite enlazar contenidos con naturalidad y que pueden representar una ventaja en dos aspectos. En primer lugar, para el usuario, porque puede profundizar en un evento concreto que vea en el calendario y, en segundo lugar, para Google, ya que el texto ancla a la hora de enlazar hacia informaciones de eventos es un sinónimo que puede complementar a los H1 de esas piezas.

En cuanto al enlazado interno, todos se pueden considerar como optimizados ya que se aplican con naturalidad, permiten al usuario profundizar en información sobre los eventos de su interés y, además, aportan sinónimos a las piezas a las que enlazan para poder ser encontradas de diferentes maneras por los usuarios en los motores de búsqueda.

- Contenido nº 7 (página):

Enlace: <https://diariobarras.com/fms/>

Análisis:

Tabla 29. Análisis del enlazado interno del artículo de Diario Barras sobre FMS.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	TODAS LAS NOTICIAS DE FMS	https://diariobarras.com/category/fms/	<i>Dofollow</i>	Se puede considerar un enlace interno optimizado porque precisamente lleva a una página de categoría (“FMS”) en la que se recogen todas las noticias ancladas a esa categoría. Además, aparece inmediatamente después de las últimas noticias publicadas de FMS y, por tanto, aparece de manera natural. Además, incluye un sinónimo que complementa al H1 de la página de categoría.
2	Todos los detalles de la competición	https://diariobarras.com/fms/fms-world-series/	<i>Dofollow</i>	Es una buena práctica porque redirige al lector a información que le puede interesar y FMS World Series forma parte de FMS; es decir, hay una relación directa. Únicamente se podría mejorar haciendo que el texto ancla no fuese tan general: de “todos los detalles de la competición” a “todos los detalles de FMS World Series”.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Los enlaces internos de esta página están optimizados. Sin embargo, en el caso del segundo enlace interno, como ya se ha mencionado, se podría precisar más en el uso del texto ancla para enriquecer a la URL de destino.

4.2.2. SEO técnico

Los factores de SEO técnico que se analizarán a modo de auditoría para el proyecto web Diario Barras son: velocidad de carga, optimización de imágenes, uso de datos estructurados, uso de robots.txt y mapas de sitio, estado de indexación en las páginas, arquitectura de la información y URL amigables.

4.2.2.1. Velocidad de carga

Tal como se especificó en el apartado “Metodología”, aquí se pretende mostrar si la velocidad de la página web es óptima en términos SEO.

Este aspecto se analizará de dos maneras. Por un lado, se utilizará la herramienta de Google PageSpeed Insights con el objetivo de mostrar, de forma general, si Diario Barras cuenta con una buena velocidad de carga a través del diagnóstico que ofrezca la herramienta. Por otro lado, se utilizará la versión gratuita de la herramienta Screaming Frog para observar qué velocidad de carga tiene cada URL.

Cabe destacar que la probabilidad de que el usuario que entra a la página web se acabe marchando es muy alta en el caso de que tarde en cargar más de tres segundos (Camarena, 2023).

Análisis general: PageSpeed Insights

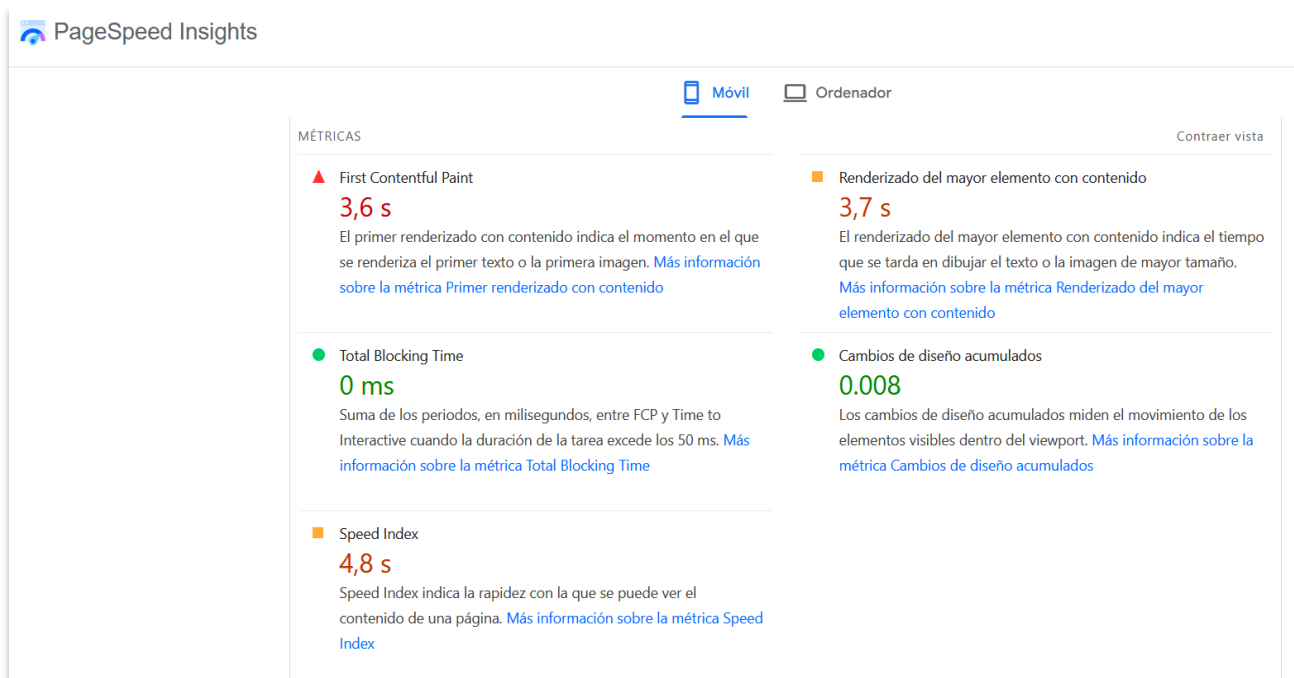
- Versión para móvil:

Figura 28. Captura de pantalla con el resumen general del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre Diario Barras en su versión para móvil. Extraída el 10 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

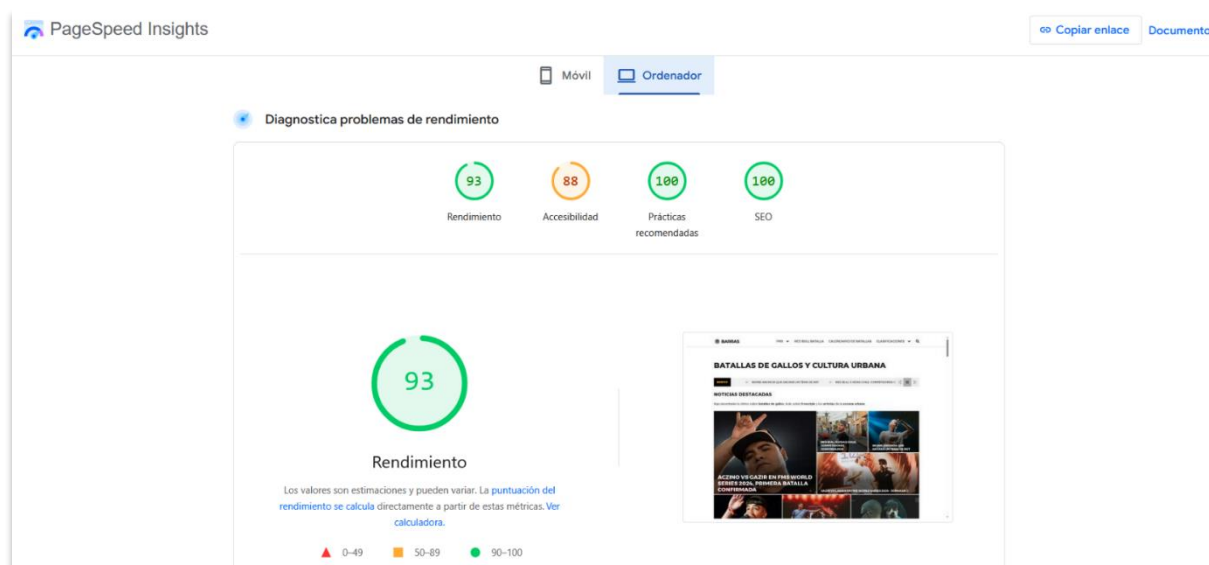
Figura 29. Captura de pantalla con el resumen concreto sobre el rendimiento del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre Diario Barras en su versión para móvil. Extraída 10 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

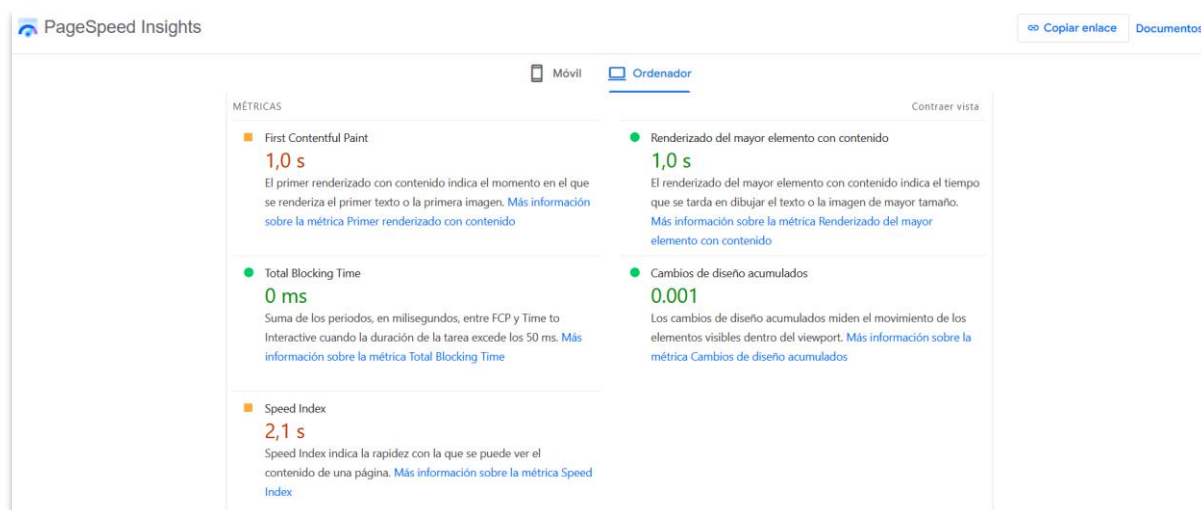
- Versión para ordenador:

Figura 30. Captura de pantalla con el resumen general del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre Diario Barras en su versión para ordenador. Extraída el 10 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

Figura 31. Captura de pantalla con el resumen concreto sobre el rendimiento del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre Diario Barras en su versión para ordenador. Extraída el 10 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

Valoración global del análisis de carga en PageSpeed Insights en Diario Barras:

El sitio web presenta un rendimiento dispar entre sus versiones móvil y de escritorio, según los resultados obtenidos mediante la herramienta PageSpeed Insights de Google. Mientras que la versión para ordenador alcanza una destacada puntuación de 93 sobre 100 en términos de rendimiento, la versión móvil obtiene un 79, situándose en un rango intermedio que sugiere la necesidad de optimizaciones específicas para mejorar la experiencia en dispositivos móviles.

En el entorno de escritorio, el sitio muestra una carga muy eficiente. El tiempo de renderizado del primer contenido visible (*First Contentful Paint*, FCP) y del contenido visual más importante (*Largest Contentful Paint*, LCP) es de tan solo 1,0 segundo, lo cual permite que el usuario perciba una carga prácticamente instantánea. Además, el *Speed Index* se sitúa en 2,1 segundos, reflejando una buena velocidad general de visualización. La ausencia de bloqueos durante la carga (*Total Blocking Time*, TBT, de 0 ms) y la estabilidad del diseño (*Cumulative Layout Shift*, CLS, de 0.001) contribuyen a la buena carga del proyecto web.

Por el contrario, en dispositivos móviles, aunque el sitio no presenta errores críticos, sí evidencia retrasos que afectan a la percepción de velocidad. El FCP y el LCP se sitúan en 3,6 y 3,7 segundos respectivamente, superando los umbrales recomendados por Google, lo que retrasa la aparición de los elementos clave en pantalla. Asimismo, el *Speed Index* alcanza los 4,8 segundos, lo que indica que el contenido tarda más en completarse visualmente. No obstante, al igual que en la versión de escritorio, los valores de TBT (0 ms) y CLS (prácticamente nulo) son muy positivos y demuestran una interacción estable una vez que la página comienza a cargarse.

Análisis concreto en las URL: Screaming Frog

Antes de exponer los resultados del análisis de velocidad de carga URL a URL llevado a cabo con la versión gratuita de la herramienta de Screaming Frog, cabe recordar que Diario Barras cuenta con 126 URL en total. Sin embargo, del total, 42 enlaces son referentes a extensiones de WordPress y, por tanto, no se contabilizarán en este análisis. Por ese motivo aparecerán 84 URL analizadas.

También hay que destacar que serán contabilizadas como óptimas todas aquellas que no superen los dos segundos (destacadas en color verde), como mejorables las que se encuentren entre dos y tres segundos (en naranja) y como lentas las que superen los tres segundos de carga (rojo). La tabla en la que se muestran los datos pormenorizados, enlace a enlace, se puede encontrar en el Anexo 5.

Los resultados del análisis arrojan que 79 enlaces de la página de los 84 (94,05%) que se contabilizan están por debajo de los dos segundos, es decir, están optimizados en cuanto a la velocidad de carga. El número de URL que tardan en cargar entre dos y tres segundos es de 1 (1,19%). Por último, aquellas que superan los tres segundos son 4 (4,76%).

Por tanto, se puede concluir, según los resultados que ofrece la versión gratuita de Screaming Frog, que la gran mayoría de enlaces cuentan con una velocidad óptima y que este aspecto se podría trabajar con el fin de mejorarlo únicamente en 5 enlaces de la página, lo cual se puede considerar como un punto que no representa, en el momento del análisis, un problema de optimización SEO para Diario Barras.

4.2.2.2. Optimización de imágenes

Como se ha comentado en la metodología del trabajo, como muestra para analizar la optimización SEO de las imágenes en Diario Barras se tomarán las 10 imágenes principales publicadas en las 10 últimas entradas de la página web. La información de las imágenes se extraerá del WordPress que gestiona el contenido de Diario Barras.

A modo de recordatorio, se analizarán diferentes factores respectivos a las imágenes:

- Peso: Se considerarán optimizadas si tienen un peso inferior a los 150 kilobytes.
- Formato: Se considerarán optimizadas si el formato de las imágenes es JPEG, PNG, WebP, SVG o AVIF.
- Atributo ALT: Se considerarán optimizadas si cuentan con un texto alternativo y si, además, este está relacionado con el tema del artículo en el que aparecen.

En el anexo 6 se expone la tabla en la que se muestra el análisis realizado. En color rojo aparecen los factores no optimizados de cada imagen y en color verde los que sí se pueden considerar como optimizados en base a los parámetros mencionados.

Valoración de la optimización de las imágenes:

Del análisis realizado sobre las imágenes incluidas en las últimas diez publicaciones de Diario Barras, se concluye que, en términos generales, la optimización SEO es adecuada en la mayoría de los aspectos considerados. En primer lugar, todas las imágenes analizadas emplean formatos compatibles con los estándares, lo cual garantiza una correcta visualización y un buen rendimiento en distintos dispositivos y navegadores.

Asimismo, los atributos ALT de las imágenes están correctamente implementados. En la mayoría de los casos, estos elementos contienen descripciones relacionadas con el contenido del artículo, lo que no solo favorece el posicionamiento SEO, sino que también mejora la accesibilidad para usuarios con discapacidades visuales.

Sin embargo, el principal problema detectado radica en el peso de las imágenes. De las diez imágenes analizadas, únicamente dos se encuentran dentro del rango recomendado de menos de 150 kilobytes. Las ocho restantes superan este umbral, algunas de forma considerable, lo que puede repercutir negativamente en la velocidad de carga de las páginas y, en consecuencia, en la experiencia del usuario y el posicionamiento en buscadores.

4.2.2.3. Uso de datos estructurados

La página web Diario Barras cuenta con 20 entradas. Para exponer de manera clara si se está empleando el uso de datos estructurados, se recurrirá a capturas de pantallas desde el menú de WordPress mediante el que se gestiona el proyecto. El apartado de entradas está configurado, en este caso, de tal modo que se puede observar si se ha empleado el uso de datos estructurados o no, y si se ha empleado, de qué tipo. En las capturas de pantalla que se muestran a continuación se señala con un rectángulo amarillo el tipo de datos estructurados aplicado a cada entrada, en caso de que se apliquen o no. El registro se plasma mediante cuatro capturas de pantalla y en cada una aparecen los datos de cinco entradas; en total, 20.

Figura 32. Primera captura de pantalla del registro de entradas publicadas en Diario Barras. Extraída el 10 de mayo de 2025.

<input type="checkbox"/> Título	Categorías		Fecha	Detalles SEO
<input type="checkbox"/> Skone anuncia que sacará un tema de RKT	MÚSICA URBANA	—	Publicada 01/11/2024 a las 22:06	62 / 100 Palabra clave: Skone anuncia que sacará un tema de RKT Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 0 1 2
<input type="checkbox"/> Red Bull 5 vidas Chile: competidores confirmados	RED BULL BATALLA, PRÓXIMOS EVENTOS	—	Publicada 01/11/2024 a las 21:17	67 / 100 Palabra clave: red bull 5 vidas chile Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 0 2 2
<input type="checkbox"/> FMS Argentina Jornada 2 en Montevideo: Batallas confirmadas	FMS, FMS ARGENTINA, PRÓXIMOS EVENTOS	—	Publicada 29/10/2024 a las 11:41	75 / 100 Palabra clave: FMS Argentina Jornada 2 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 1
<input type="checkbox"/> Exe, 'extraplayer' en FMS Argentina si entra en el podio de las votaciones de Red Bull	FMS, FMS ARGENTINA, RED BULL BATALLA	—	Publicada 27/10/2024 a las 21:28	78 / 100 Palabra clave: Exe Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 8 1
<input type="checkbox"/> FMS México Jornada 2 en Guadalajara: Batallas y horarios	FMS, FMS MÉXICO, PRÓXIMOS EVENTOS	—	Publicada 27/10/2024 a las 13:54	78 / 100 Palabra clave: FMS México jornada 2 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 2 2 2

Fuente: WordPress mediante el que se gestiona Diario Barras.

Figura 33. Segunda captura de pantalla del registro de entradas publicadas en Diario Barras. Extraída el 10 de mayo de 2025.

<input type="checkbox"/> FMS Caribe Jornada 2: Horario y batallas	FMS, FMS CARIBE, PRÓXIMOS EVENTOS	—	Publicada 27/10/2024 a las 00:36	78 / 100 Palabra clave: FMS CARIBE JORNADA 2 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 1
<input type="checkbox"/> FMS España Jornada 3: Enfrentamientos y horarios	FMS, FMS ESPAÑA, PRÓXIMOS EVENTOS	—	Publicada 25/10/2024 a las 01:45	75 / 100 Palabra clave: fms españa jornada 3 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 2 2 0
<input type="checkbox"/> Gazir vs Larrix en FMS World Series 2024 – jornada 3	FMS, FMS WORLD SERIES	—	Publicada 25/10/2024 a las 01:32	75 / 100 Palabra clave: Gazir vs Larrix en FMS World Series 2024 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 0
<input type="checkbox"/> La polémica en las votaciones de Red Bull Batalla 2024	RED BULL BATALLA	—	Publicada 25/10/2024 a las 00:49	76 / 100 Palabra clave: polémica en las votaciones de red bull 2024 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 12 1
<input type="checkbox"/> Accino vs Gazir en FMS World Series 2024, primera batalla confirmada	FMS, FMS WORLD SERIES	—	Publicada 21/10/2024 a las 03:53	76 / 100 Palabra clave: Accino vs Gazir en FMS World Series 2024 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 1

Fuente: WordPress mediante el que se gestiona Diario Barras.

Figura 34. Tercera captura de pantalla del registro de entradas publicadas en Diario Barras. Extraída 10 de mayo de 2025.

<input type="checkbox"/>	Arkano vs KG: la batalla de la polémica en FMS Perú 2024	FMS, FMS PERÚ	—	Publicada 19/10/2024 a las 03:08	78 / 100 Palabra clave: arkano vs kg Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 2 7 0
<input type="checkbox"/>	Zasko, sobre el Gazir vs El Menor: «Le va a dar la del pulpo»	FMS, FMS WORLD SERIES	—	Publicada 19/10/2024 a las 02:30	82 / 100 Palabra clave: gazir vs el menor Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 0
<input type="checkbox"/>	Gazir vs Chuty en FMS España Jornada 3	FMS, FMS ESPAÑA	—	Publicada 17/10/2024 a las 20:21	77 / 100 Palabra clave: Gazir vs Chuty en FMS España Jornada 3 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 3
<input type="checkbox"/>	El 80% de FMS World Series se hará en nueve días	FMS, FMS WORLD SERIES	—	Publicada 17/10/2024 a las 19:37	70 / 100 Palabra clave: El 80% de FMS World Series se hará en nueve días Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 2 1 0
<input type="checkbox"/>	FMS World Series Jornada 1: Fechas, batallas y ubicación	FMS, FMS WORLD SERIES, PRÓXIMOS EVENTOS	—	Publicada 17/10/2024 a las 18:51	74 / 100 Palabra clave: FMS World Series jornada 1 Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 6

Fuente: WordPress mediante el que se gestiona Diario Barras.

Figura 35. Cuarta captura de pantalla del registro de entradas publicadas en Diario Barras Extraída el 10 de mayo de 2025.

<input type="checkbox"/>	Nekroos dejará FMS Perú para cambiar de liga	FMS, FMS PERÚ	—	Publicada 17/10/2024 a las 12:47	74 / 100 Palabra clave: Nekroos dejará FMS Perú Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 4 2 1
<input type="checkbox"/>	Liga Bazooka: todo sobre la mayor liga de batallas escritas	BATALLAS ESCRITAS	—	Publicada 16/10/2024 a las 23:26	84 / 100 Palabra clave: liga bazooka Schema: Article Enlaces: 1 3 1
<input type="checkbox"/>	Piezas estalla contra la corriente del «freestyle al vacío»	FMS, FMS ESPAÑA	—	Publicada 16/10/2024 a las 14:21	81 / 100 Palabra clave: Piezas Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 2 0
<input type="checkbox"/>	Gazir abre la puerta a Liga Bazooka: «Me motiva ir a una escrita»	BATALLAS ESCRITAS	—	Publicada 16/10/2024 a las 12:17	73 / 100 Palabra clave: Gazir abre la puerta a Liga Bazooka Schema: Inactivo Enlaces: 1 1 2
<input type="checkbox"/>	FMS World Series y FMS Internacional: ¿Se celebrarán las dos?	FMS	—	Publicada 16/10/2024 a las 02:19	81 / 100 Palabra clave: FMS WORLD SERIES Y FMS INTERNACIONAL Schema: Artículo (NewsArticle) Enlaces: 1 1 1

Fuente: WordPress mediante el que se gestiona Diario Barras.

Tal como reflejan las capturas de pantalla que documentan el estado de los datos estructurados en las entradas de Diario Barras, la gran mayoría de artículos disponen de datos estructurados (19), a excepción de una entrada.

Con respecto a la tipología de los datos estructurados, 18 de 19 están clasificadas como artículos de noticia. El motivo es que representan contenido que en un momento dado fue noticia, pero que caducó rápidamente. El único contenido con datos estructurados y que no está señalado como noticia es el artículo de Liga Bazooka, analizado previamente, que tiene un marcado de datos estructurados de tipo artículo estándar. La diferencia entre este artículo y las noticias es que se trata de contenido *evergreen*, es decir, que no caduca y que puede aportar visitas con recurrencia en caso de estar bien posicionado.

4.2.2.4. Uso de robots.txt y mapas de sitio

En este apartado únicamente se pretende mostrar si en la página web aparece el archivo robots.txt de Diario Barras, para saber si se están proporcionando instrucciones específicas a Google a la hora de rastrear el sitio, y si cuenta con un mapa de sitio para que los motores de búsqueda puedan entender su estructura de manera clara.

Diario Barras cuenta con la extensión de optimización SEO para WordPress Rank Math, en su versión gratuita. Esta versión crea automáticamente un archivo de robots.txt para el sitio. Sin embargo, este no ha recibido ninguna instrucción adicional. Por tanto, existe este archivo en la página, pero no se ha trabajado, hecho que, fundamentalmente, no es bueno ni malo necesariamente.

Con respecto al mapa de sitio, se da una casuística similar. La extensión Rank Math crea automáticamente un mapa del sitio y un enlace donde se puede visitar. A nivel de optimización, podría añadirse en la página principal de la web, en la parte inferior, para que el motor de búsqueda en cuestión lo encuentre fácilmente al entrar en Diario Barras.

Enlace al mapa del sitio de Diario Barras:

https://diariobarras.com/sitemap_index.xml

4.2.2.5. Estado de indexación de las páginas

En este apartado se analizará si hay enlaces en Diario Barras en los que se muestran errores a la hora de que el contenido sea indexado en los motores de búsqueda, como errores 404. Para llevar a cabo esta tarea se utilizará la versión gratuita de la herramienta Screaming Frog.

Conviene recordar que, al igual que en la muestra del análisis de velocidad de carga de URL a URL que se llevó a cabo, también con la herramienta de Screaming Frog, URL tiene 126 enlaces en total y que 42 de ellos son enlaces relacionados con extensiones de WordPress. En este caso, tampoco se contabilizarán para el análisis y, de nuevo, aparecerán 84 URL analizadas.

Se considerarán optimizados en cuanto a la indexación todos aquellos enlaces que estén correctamente indexados, con códigos de respuesta 200, aquellos que no estén indexados por instrucción directa de etiquetas *no index* y las redirecciones. Por el contrario, se considerarán no optimizados aquellos que dan errores 404 y respuestas *Not found*. En la tabla en la que se muestran los resultados los enlaces optimizados en este sentido se marcarán con color verde y los que no, con color rojo.

En el Anexo 7 se muestra la tabla con los datos referentes a los códigos de respuesta de cada URL.

Valoración del estado de indexación de las URL en Diario Barras:

En el análisis realizado sobre las 84 URL que componen la estructura actual de Diario Barras, se ha detectado que 12 de ellas (el 14,29 %) arrojan un error 404 (*Not Found*). Aunque numéricamente pueda parecer una proporción reducida, este tipo de incidencias representan un problema serio desde el punto de vista del SEO. Los errores 404 afectan negativamente tanto a la experiencia del usuario como a la rastreabilidad del sitio por parte de los motores de búsqueda, que pueden interpretar estos fallos como señales de baja calidad o descuido en el mantenimiento de la web. En este sentido, existe una clara oportunidad de mejora.

4.2.2.6. Arquitectura de la información

Para conocer las categorías principales y secundarias de una página web se llevará a cabo un análisis manual mediante la navegación en el sitio web. De esta manera, una vez revisada la compartimentación de la información, se mostrará cuál es la arquitectura de la información en Diario Barras y se analizarán qué puntos positivos tiene y qué oportunidades de mejora se podrían implementar.

Tabla 30. Arquitectura de la información de Diario Barras.

Categoría Principal	Subcategoría
FMS	
FMS	FMS Chile
FMS	FMS México
FMS	FMS Colombia
FMS	FMS España
FMS	FMS World Series
FMS	FMS Caribe
FMS	FMS Perú
FMS	FMS Argentina
Música urbana	-
Batallas escritas	-
Red Bull Batalla	-
Próximos eventos	-
Biografías	-
Blog	-
Producción musical	-

Fuente: Elaboración propia.

Valoración sobre la arquitectura del contenido de Diario Barras:

Teniendo en cuenta que Diario Barras pretende ser un medio de comunicación en el que se cubra la actualidad del *freestyle*, las batallas de gallos y la cultura urbana, tiene sentido

que categorice gran parte de sus contenidos por ligas o competiciones, como FMS y Red Bull Batalla. Además, el hecho de incluir categorías específicas para cada FMS (FMS Colombia, Perú, Argentina, etc.) permite una navegación intuitiva y segmentada por territorios e intereses. Además, la presencia de categorías como Batallas escritas y Próximos eventos garantiza que haya una cobertura completa de lo referente al mundo urbano, tanto de la parte lírica como musical. Cabe destacar que las categorías de la página web contemplan contenido de actualidad y contenido atemporal y esto permite atraer a nuevos lectores como a lectores recurrentes.

Sin embargo, existen algunos puntos de mejora. La mayoría de categorías secundarias se concentran en la sección FMS, lo que genera un desequilibrio estructural con respecto al resto de categorías. Algunas secciones clave, como “Música urbana” o “Producción musical”, no cuentan con subcategorías que permitan profundizar o jerarquizar los contenidos, lo que puede limitar la exploración del usuario. También sería recomendable reconsiderar la categoría “Blog”, que por su naturaleza genérica puede solaparse con otras si no se define con claridad su enfoque editorial.

4.2.2.7. URL amigables

Uno de los aspectos clave referente al SEO On Page es que las URL mantengan una estructura sencilla con el propósito de que Google y los propios usuarios puedan entenderlas fácilmente. Las principales características de una URL amigable son la brevedad, que sean descriptivas y que refieran al contenido de la página, que sean fáciles de leer, que mantengan una estructura lógica, que se usen guiones en lugar de guiones bajos u otros caracteres de separación, que no incluyan caracteres especiales y que se mantenga un formato uniforme en todos los enlaces de un sitio (Frades, 2024). En la tabla del Anexo 5 se muestran las URL de la página web. Se trata de la misma tabla utilizada para analizar el tiempo de carga, con la diferencia de que, en este caso, únicamente se analizan las URL, la primera columna. Cabe recordar que en total se analizan 84 URL; aquellas que hacen referencia a páginas y que excluyen los enlaces referentes a extensiones de WordPress.

Para analizar los diferentes aspectos que caracterizan una URL amigable, se hará punto por punto.

- Brevedad: Para determinar si una URL puede considerarse breve, se ha seguido un criterio basado en las recomendaciones habituales en el ámbito del SEO, que sugieren mantener las direcciones web por debajo de los 75-90 caracteres siempre que sea posible. Además de la longitud total, también se ha valorado la ausencia de elementos innecesarios, como palabras redundantes, repeticiones o estructuras jerárquicas excesivamente profundas que no aportan valor semántico. Una URL breve transmite el contenido esencial de la página con pocas palabras clave relevantes y prescinde de términos genéricos o superfluos.

- URL descriptivas: Para evaluar si una URL es descriptiva, se ha considerado si el enlace incluye palabras clave que permiten anticipar con claridad el contenido de la página a la que dirige. Una URL descriptiva debe reflejar de forma directa el tema central del artículo o sección, utilizando términos específicos y relevantes para el usuario y los motores de búsqueda. Se han valorado positivamente aquellas URL que evitan genéricos como *page*, *category* o *author*, y en cambio incorporan nombres propios, eventos, temáticas o ubicaciones concretas, como por ejemplo <https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-fms-espana-jornada-3/>. En cambio, se han considerado poco descriptivas aquellas URL que no aportan información sobre el contenido o utilizan estructuras automáticas sin contexto semántico.

- Legibilidad: Para valorar si una URL es legible, se ha tenido en cuenta si puede ser comprendida fácilmente tanto por usuarios como por motores de búsqueda. En este sentido, se han considerado legibles aquellas URL que están formadas por palabras completas y reconocibles, separadas por guiones medios, sin el uso de caracteres especiales, símbolos, números sin contexto o estructuras codificadas. También se ha valorado positivamente la ausencia de términos técnicos innecesarios o generados automáticamente. Por ejemplo, URL como <https://diariobarras.com/musica-urbana/skone-anuncia-que-sacara-un-tema-de-rkt/> resultan legibles porque permiten entender de un vistazo de qué trata el contenido, mientras que direcciones como <https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/page/4/> presentan términos genéricos y estructuras menos intuitivas, dificultando la comprensión directa del contenido.

- Estructura jerárquica lógica: Para determinar si una URL tiene una estructura lógica, se ha analizado si refleja de manera clara la jerarquía y organización del sitio web. Una URL estructurada de forma lógica debe seguir una secuencia que sea intuitiva y coherente con la organización del contenido en el sitio. Esto incluye el uso de categorías, subcategorías y páginas de contenido de manera jerárquica, sin saltos innecesarios. Además, se valora positivamente cuando las URL están organizadas de forma que faciliten tanto el rastreo de los motores de búsqueda como la navegación para los usuarios. Por ejemplo, una URL como <https://diariobarras.com/fms/fms-argentina/> tiene una estructura clara y jerárquica, indicando primero la categoría principal (FMS) y luego la subcategoría (Argentina), mientras que URL como <https://diariobarras.com/category/fms/page/3/> no siguen una jerarquía clara y agregan elementos como “page” que no aportan valor a la estructura
- Uso de guiones: Para evaluar el uso de guiones en las URL, se ha seguido el criterio de que los guiones medios (-) son los caracteres recomendados para separar palabras en una URL, en lugar de otros caracteres como guiones bajos. Los guiones medios ayudan a los motores de búsqueda a reconocer cada palabra por separado. Se ha considerado que una URL es adecuada en este aspecto cuando las palabras clave están claramente separadas por guiones medios, facilitando su comprensión. Por ejemplo, en una URL como <https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/>, el uso de guiones es correcto y mejora la legibilidad, mientras que las URL que emplean guiones bajos o carecen de separación adecuada dificultan el rastreo y la comprensión
- Sin parámetros complejos: Para determinar si una URL carece de parámetros complejos, se ha tenido en cuenta si la dirección contiene elementos como identificadores de sesión, códigos de seguimiento o parámetros dinámicos (por ejemplo, “id=12345 o &session=abc”). Se ha considerado que una URL es correcta en este aspecto cuando no presenta caracteres especiales, códigos de sesión o secuencias que no aportan valor directo al contenido de la página. Por ejemplo, una URL como <https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/> es clara y directa, mientras que URL que contienen

parámetros como “page=2” o “&utm_source=Facebook” no cumplen con este criterio, ya que su estructura es más compleja y menos amigable para el SEO.

A continuación, se muestra una tabla en la que se exponen los resultados extraídos en base a estos criterios que reúnen las URL amigables:

Tabla 31. Análisis las características de las URL de Diario Barras.

Criterio	URL que lo cumplen	Porcentaje de URLs que lo cumplen
Brevedad	60 / 84	71,4%
URL descriptivas	67 / 84	79,8%
Legibilidad	75 / 84	89,3%
Estructura jerárquica lógica	62 / 84	73,8%
Uso de guiones	82 / 84	97,6%
Sin parámetros complejos	84 / 84	100%

Fuente: Elaboración propia con la información extraída de Screaming Frog.

Valoración global de las URL:

Uno de los aspectos más destacados de las URL es que el 97,6% de las URL cumplen con el criterio de uso de guiones. Además, el 100% de las URL cumplen con el criterio de no contener parámetros complejos. Esto es una gran ventaja para la optimización SEO, ya que las URL limpias, sin parámetros adicionales como identificadores de sesión o códigos de seguimiento, son más fáciles de indexar por los motores de búsqueda y más comprensibles para los usuarios.

A pesar de estos aspectos positivos, hay áreas en las que las URL podrían mejorar. Un aspecto a destacar es la brevedad de las URL, con solo el 71,4% de las URL cumpliendo con este criterio, dejando una oportunidad notable de mejora.

En cuanto a si son descriptivas o no, el 79,8% de las URL cumplen con este criterio, lo que significa que, aunque la mayoría son descriptivas y reflejan el contenido de las páginas, aún existe un porcentaje que podría mejorarse.

La estructura jerárquica lógica de las URL también podría optimizarse. Aunque el 73,8% de las URL tienen una estructura lógica que refleja la organización del sitio, aún existe un porcentaje significativo que no sigue una jerarquía clara o que podría ser más sencilla.

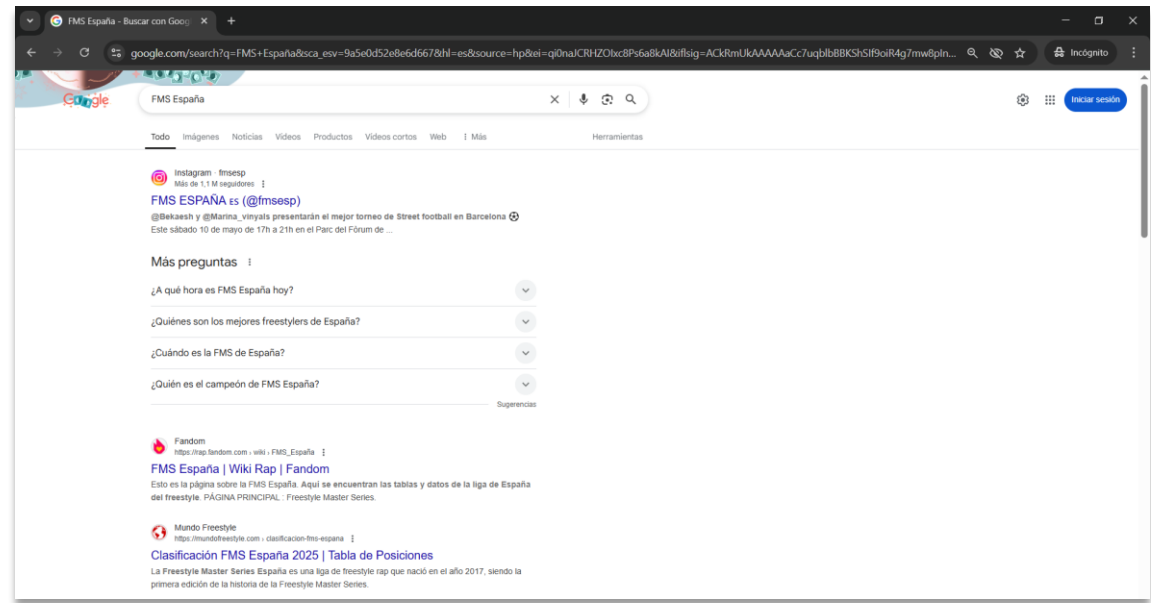
4.3. Análisis de la competencia: elección de competidores a analizar

Antes de exponer qué competidores serán analizados tras ser considerados como competencia directa de Diario Barras, cabe destacar algunos aspectos. En primer lugar, que la página web publicará contenidos sobre *freestyle*, batallas de gallos y música urbana, pero el foco principal será la actualidad relativa a las competiciones de *freestyle*, ya que la aspiración es convertirse en un medio de comunicación sobre la temática y hacer seguimiento de lo que pasa en esta esfera. Es decir, gran parte de la información que se publique estará relacionada con Red Bull Batalla de los Gallos y con Freestyle Master Series, a nivel nacional (FMS España, FMS Argentina, FMS México, etc.) y a nivel internacional (FMS Internacional y FMS World Series). Básicamente, porque, a día de hoy, son las principales organizaciones de batallas de *freestyle*.

Por tanto, la competencia directa serán aquellas páginas que estén posicionadas en las primeras posiciones a la hora de buscar palabras clave como ‘FMS España’, ‘FMS Argentina’, etc. Evidentemente, se excluyen de la selección las propias páginas de las organizaciones y los grandes medios de comunicación, ya que cuentan con información, infraestructuras y recursos con los que Diario Barras no puede competir, como mínimo, en un inicio.

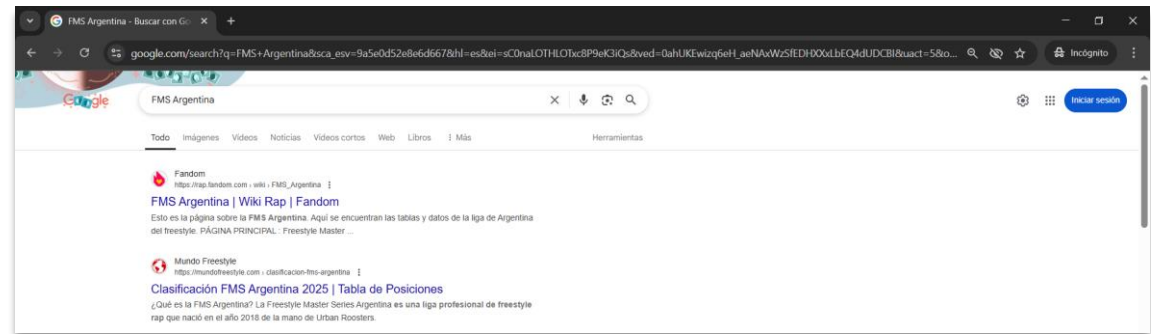
Tras realizar estas búsquedas, sustentadas por capturas de pantalla en el modo incógnito de Google Chrome que se mostrarán a continuación, los principales competidores de Diario Barras son: https://rap.fandom.com/es/wiki/Wiki_Rap y <https://mundofreestyle.com/>.

Figura 36: Captura de pantalla que muestra que Wiki Rap en español y Mundo Freestyle ocupan las primeras posiciones para la búsqueda 'FMS España'. Extraída el 17 de mayo de 2025.



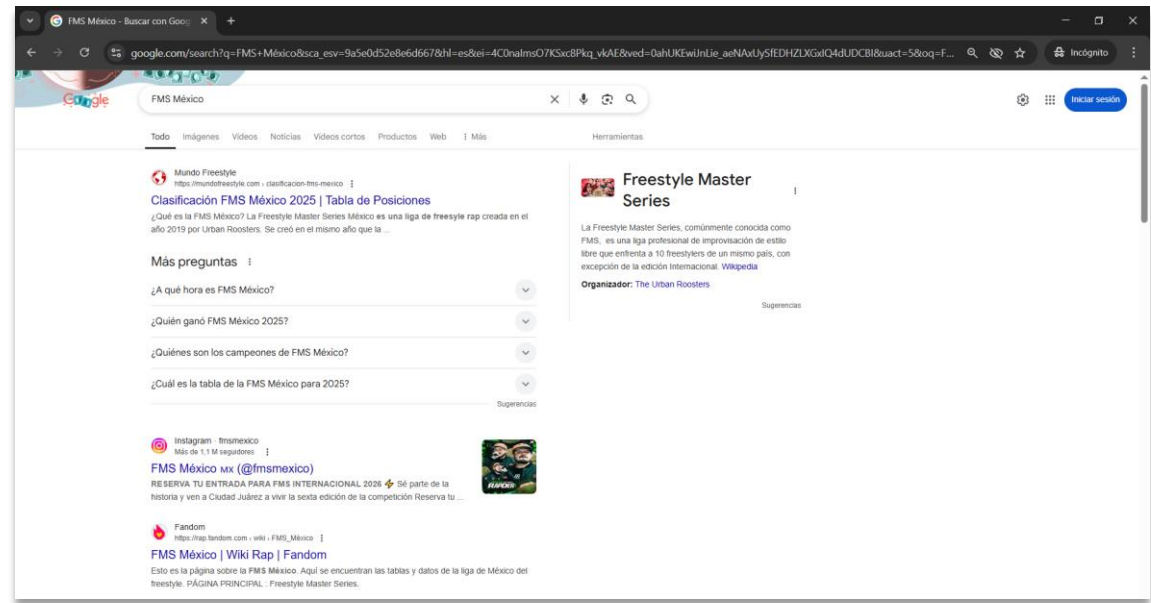
Fuente: Google SERP.

Figura 37: Captura de pantalla que muestra que Wiki Rap en español y Mundo Freestyle ocupan las primeras posiciones para la búsqueda 'FMS Argentina'. Extraída el 17 de mayo de 2025.



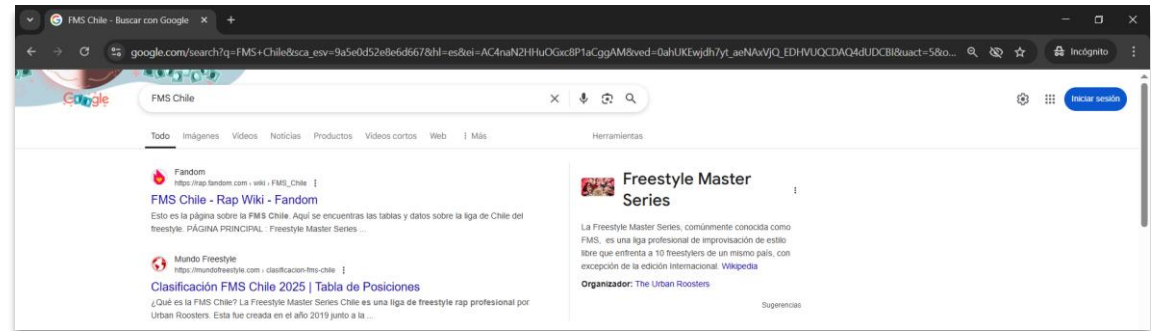
Fuente: Google SERP.

Figura 38: Captura de pantalla que muestra que Wiki Rap en español y Mundo Freestyle ocupan las primeras posiciones para la búsqueda 'FMS México. Extraída el 17 de mayo de 2025.



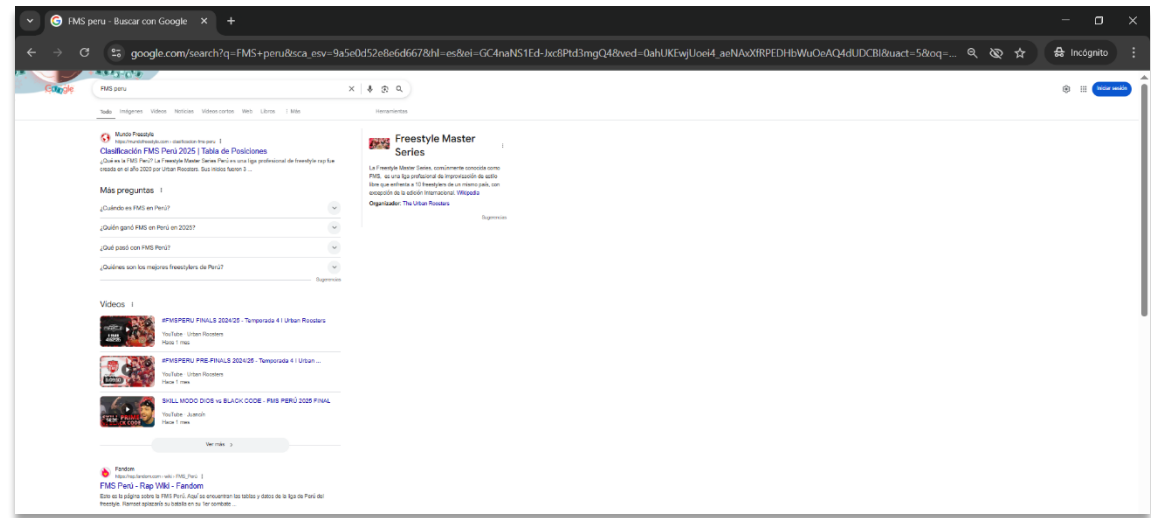
Fuente: Google SERP.

Figura 39: Captura de pantalla que muestra que Wiki Rap en español y Mundo Freestyle ocupan las primeras posiciones para la búsqueda 'FMS Chile. Extraída el 17 de mayo de 2025.



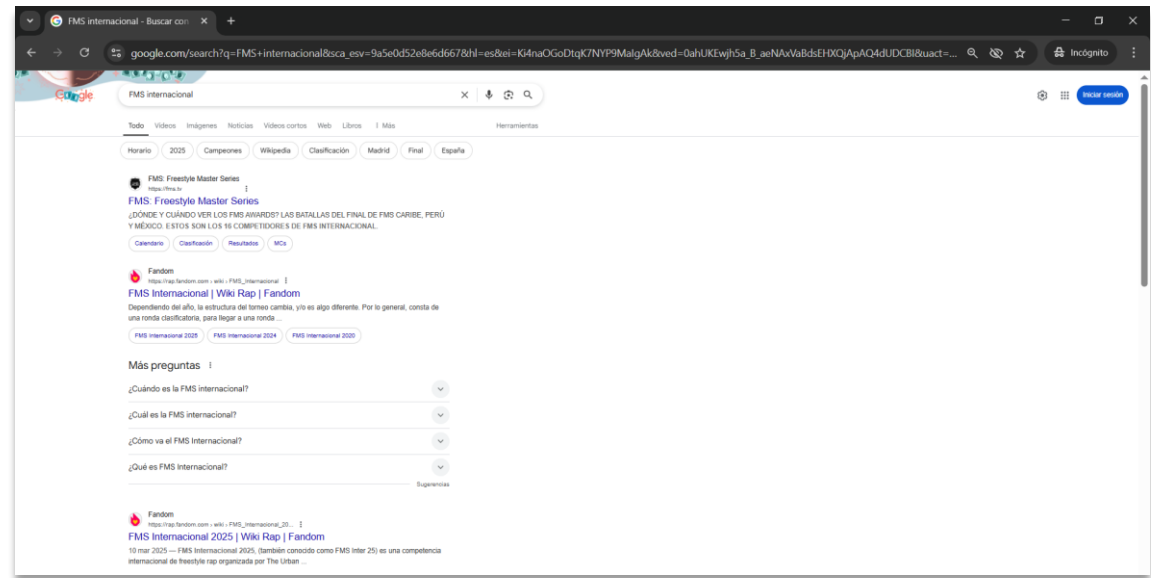
Fuente: Google SERP.

Figura 40: Captura de pantalla que muestra que Wiki Rap en español y Mundo Freestyle ocupan las primeras posiciones para la búsqueda 'FMS Perú'. Extraída el 17 de mayo de 2025.



Fuente: Google SERP.

Figura 41: Captura de pantalla que muestra que Wiki Rap en español ocupa las primeras posiciones para la búsqueda 'FMS Internacional'. Extraída el 17 de mayo de 2025.



Fuente: Google SERP.

A partir de aquí, se analizarán los mismos aspectos que en la auditoría que se ha llevado a cabo en Diario Barras bajo los mismos criterios con el objetivo de analizar comparativamente qué aspectos se pueden mejorar y qué puntos débiles presenta la página respecto a los dos competidores seleccionados.

4.3.1. Arquitectura de la información

De nuevo, mediante un análisis manual, se procederá a analizar cómo está diseñada la arquitectura de la información de los sitios de la competencia.

Wiki Rap en español:

Tabla 32. Arquitectura de la información de Wiki Rap en español.

Categoría Principal	Subcategoría
Raperos	-
Freestylers	-
Traperos	-
Grupos	-
Cantantes	-
MCs	-
Beatmakers	-
Productores musicales	-
DJs	-
Host/Speaker	-
Competiciones	-
Países	-
Vocabulario	-
Hip Hop	-

Fuente: Elaboración propia.

Valoración sobre la arquitectura de la información de Wiki Rap en español:

La arquitectura web de la página Wiki Rap en español presenta una forma de organizar el contenido sencilla y directa, ya que todas las secciones principales se ubican al mismo nivel jerárquico como categorías. Esta manera de agrupar las entradas plantea fortalezas y debilidades relevantes desde el punto de vista del posicionamiento SEO.

Como fortaleza, cabe destacar la claridad semántica de las categorías, es decir, el uso de palabras como ‘Raperos’, ‘*Freestylers*’, ‘Traperos’ o ‘Productores musicales’ refuerza la identificación del sitio como una página web que está especializada en la música urbana y puede permitir que el sitio en cuestión se sitúe como una referencia temática en el nicho. Además, también aparecen palabras clave del panorama musical como ‘DJs’, ‘Host/Speaker’ o ‘*Beatmakers*’, hecho que permite cubrir un amplio abanico de consultas muy específicas y, por tanto, con más probabilidad de encontrar una competencia baja a la hora de posicionarlas. También cabe destacar la inclusión de categorías como ‘Competiciones’ y ‘Países’ porque se introducen diferentes niveles de organización basados, por un lado, en eventos y, por otro lado, en localizaciones geográficas. Esta característica facilita la exploración por parte del usuario.

Con respecto a las debilidades que presenta esta página web, cabe destacar la ausencia de una jerarquización temática que agrupe las categorías en bloques conceptuales más amplios. El hecho de tratar a todas las secciones como entidades independientes hace que se pierdan oportunidades para establecer relaciones lógicas entre contenidos. Esto puede dificultar la navegación para los usuarios y la indexación en los motores de búsqueda. Otro aspecto mejorable es la falta de subcategorías. No establecer subdivisiones en los contenidos puede hacer que se limite la profundidad de la navegación y propicia la pérdida de oportunidades SEO mediante estructuras en silo que agrupen los contenidos bajo una temática principal. Otra práctica que puede ser considerada un error es que hay categorías que podrían solaparse entre sí mismas. Un ejemplo claro se encuentra en las categorías ‘MCs’, ‘Raperos’ y ‘Cantantes’, ya que un artista puede formar parte de una, dos o, incluso, tres de estas categorías, debido a que son conceptos difusos.

Además, algunas categorías presentan solapamientos conceptuales que pueden generar ambigüedad tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda. Términos como ‘MCs’, ‘Raperos’ y ‘Cantantes’, por ejemplo, pueden compartir perfiles comunes, lo que plantea un riesgo de canibalización de palabras clave y dispersión del tráfico orgánico.

A modo de resumen, la arquitectura presenta términos sólidos, pero se podría mejorar mediante una reorganización más profunda. La introducción de subcategorías y la eliminación de redundancias conceptuales contribuirían a una mejora en términos SEO

En conclusión, la arquitectura de Wiki Rap en español ofrece una base terminológica sólida y una especialización temática adecuada, pero requiere una reorganización más profunda para alcanzar su máximo potencial en términos de SEO.

Mundo Freestyle:

Tabla 33. Arquitectura de la información de Mundo Freestyle.

Categoría	Subcategoría
FMS	FMS Argentina
	FMS Brasil
	FMS Caribe
	FMS Chile
	FMS Colombia
	FMS España
	FMS Internacional
	FMS México
	FMS Perú
	FMS World Series
Red Bull	Red Bull Batalla 5 vidas
	Red Bull Batalla Argentina
	Red Bull Batalla Bolivia
	Red Bull Batalla Centroamérica
	Red Bull Batalla Chile
	Red Bull Batalla Colombia
	Red Bull Batalla Costa Rica
	Red Bull Batalla Cuba
	Red Bull Batalla Ecuador
	Red Bull Batalla España
	Red Bull Batalla Estados Unidos
	Red Bull Batalla Internacional
	Red Bull Batalla México
	Red Bull Batalla Nueva Historia

	Red Bull Batalla Perú
	Red Bull Batalla Polonia
	Red Bull Batalla República Dominicana
	Red Bull Batalla Sudamérica
	Red Bull Batalla Uruguay
	Red Bull Batalla Venezuela
	Torneo de Plazas
Competiciones	420 BackYard Battle
	Actitud Freestyle
	Aquemarropa
	Avatar Freestyle
	Batalla de Campeones
	BDM
	BeatGround
	BSF Arena Freestyle Tournament
	Camp League
	Cash Flow
	Circuito: Liga Internacional de Batallas
	Combate Freestyle
	Copa Camet
	Copa Cantera
	Copa Federación
	Copa Federal Patagonia
	Cruce de Campeones
	Cruce de Colectivos
	Cultura Rap
	DEM Battles
	Discordia
	Dragones del Freestyle
	El Club de la Pelea
	EnTresDosUno

	Flava on The Mic
	Freedom Fighters
	Freestyle Crown League
	Fu Monster
	Ghetto Dreams
Batallas Escritas	Barrabase
	Batallas Cannabicas
	Código Bushido
	Liga Bazooka
	Línea 16
Países	Argentina
	Bolivia
	Brasil
	Caribe
	Chile
	Colombia
	Costa Rica
	Cuba
	Ecuador
	El Salvador
	España
	Estados Unidos
	Francia
	Guatemala
	Internacional
	Japón
	México
	Paraguay
	Perú
	Polonia
	República Dominicana
	Uruguay
	Venezuela

Calendario	Calendario FMS Argentina
	Calendario FMS Brasil
	Calendario FMS Caribe
	Calendario FMS Chile
	Calendario FMS Colombia
	Calendario FMS España
	Calendario FMS Internacional
	Calendario FMS México
	Calendario FMS Perú
	Calendario FMS World Series
	Calendario Red Bull Batalla
	Clasificación FMS Argentina
	Clasificación FMS Brasil
	Clasificación FMS Caribe
	Clasificación FMS Chile
	Clasificación FMS Colombia
	Clasificación FMS España
	Clasificación FMS México
	Clasificación FMS Perú
	Clasificación FMS World Series
Ranking	Ranking Ascenso FMS Argentina
	Ranking Ascenso FMS Caribe
	Ranking Ascenso FMS Chile
	Ranking Ascenso FMS Colombia
	Ranking Ascenso FMS España
	Ranking Ascenso FMS México
	Ranking Ascenso FMS Perú

Fuente: Elaboración propia.

Valoración sobre la arquitectura de la información de Mundo Freestyle:

La arquitectura de la información del sitio web Mundo Freestyle se caracteriza por su amplio nivel de especialización y una organización temática que abarca de forma

detallada las principales ligas, competiciones y elementos del entorno del *freestyle* hispanohablante. Esta estructura, basada en categorías y subcategorías bien definidas, permite al usuario acceder de manera directa a contenidos específicos relacionados con eventos como la FMS, Red Bull Batalla o torneos independientes, además de secciones complementarias como rankings, clasificaciones y calendarios.

Uno de los puntos fuertes de esta arquitectura es su capacidad para segmentar la información por países y competiciones, facilitando así la navegación temática y geográfica. La existencia de subcategorías como ‘FMS España’ o ‘Red Bull Batalla Perú’ demuestra una estrategia bien orientada a cubrir todos los frentes del contenido *freestyle*, lo que puede generar una gran profundidad de navegación y retener al usuario dentro del sitio por más tiempo. Asimismo, el hecho de incluir secciones como ‘Calendario’ o ‘Clasificación’ aporta un valor informativo muy relevante para el seguimiento de la actualidad, contribuyendo a reforzar el carácter de portal de referencia.

Sin embargo, esta estructura también presenta ciertas debilidades que podrían limitar su eficacia. La principal es que el gran volumen de subcategorías conlleva el riesgo de que algunas de ellas queden desactualizadas o no cuenten con suficiente contenido, lo cual podría afectar negativamente al posicionamiento SEO de determinadas palabras clave y también podría tener impacto en la percepción del usuario, por ejemplo, en caso de que se encuentre que el último contenido publicado de una subcategoría sea de hace seis meses.

Otro aspecto a tener en cuenta es la falta de una jerarquización más clara entre bloques temáticos. Las categorías ‘Calendario’, ‘Clasificación’ y ‘*Ranking*’, por ejemplo, podrían integrarse dentro de una macroestructura común orientada a la competición, en lugar de presentarse como secciones independientes. Esta reorganización permitiría construir una arquitectura más coherente y lógica, tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda, facilitando el rastreo, la indexación y la comprensión del contenido global del sitio.

Asimismo, se detectan ciertas redundancias entre categorías, especialmente en lo que respecta a la división por países. La repetición de subcategorías bajo distintas secciones puede generar solapamientos innecesarios si no se cuida la diferenciación de los contenidos (‘Red Bull Batalla Sudamérica’ y ‘Red Bull Batalla Perú’ son términos redundantes). Para evitar problemas como la canibalización de palabras clave, sería

recomendable establecer un sistema de etiquetado más refinado o agrupar la información por niveles jerárquicos más definidos.

En conjunto, Mundo Freestyle ha desarrollado una arquitectura de la información ambiciosa y adaptada a las necesidades de su público objetivo. No obstante, para garantizar su sostenibilidad y eficacia a largo plazo, será necesario revisar y optimizar la jerarquía de categorías, eliminar redundancias y asegurar que todas las secciones estén activas y bien mantenidas.

4.3.2. Análisis del contenido: SEO On Page

Etiquetas HTML

Del mismo modo que en la fase de auditoría de Diario Barras, a continuación, se analizará el uso y el grado de optimización de las etiquetas HTML de las páginas de la competencia, es decir, de los encabezados, de las etiquetas TITLE y de las metadescripciones de sus enlaces. Este análisis se realizará bajo el mismo criterio que en el caso de Diario Barras y mediante el uso de la versión gratuita de la herramienta Screaming Frog.

En el caso de Mundo Freestyle, Screaming Frog detecta 468 enlaces. Para el análisis de este sitio web se han eliminado todas las URL relacionadas con extensiones, páginas de autor, contacto e imágenes cargadas con el fin de analizar únicamente aquellas que disponen de contenido de interés para los usuarios. Finalmente, tras extraer estos enlaces, quedan 431, ya que 37 URL responden a enlaces sin interés para los usuarios.

Respecto a Wiki Rap en español, Screaming Frog detecta 289 URL. Siguiendo los mismos criterios expuestos en el párrafo anterior, se analizarán 253.

Encabezados

A modo de recordatorio, se consideran como encabezados H1 optimizados correctamente aquellos que tienen entre 20 y 70 caracteres y que, además, contienen las palabras clave del contenido en cuestión que se intenta posicionar.

- Análisis de los encabezados de ‘Wiki Rap en español’

En el análisis de los encabezados H1 de las 253 URL examinadas del sitio web Wiki Rap en español, se detectan varios aspectos relevantes en relación con la calidad técnica y semántica de su implementación.

Un 5,93 % de las páginas (15 URL) no presenta ningún encabezado H1, lo que supone una carencia estructural y una oportunidad de mejora para este sitio web.

Por otro lado, un 84,58 % de las URL (214 páginas) sí cuentan con un H1, pero este no cumple con la extensión recomendada lo cual implica una ineficiencia en términos SEO. Únicamente el 9,49 % de las páginas (24 URL) incorpora encabezados H1 con una longitud óptima. Sin embargo, desde un punto de vista semántico, los datos son más favorables: en el 90,51 % de los casos (229 URL), los H1 incluyen palabras clave estrechamente relacionadas con el contenido que encabezan.

En el análisis también se han identificado 11 páginas (4,35 % del total) cuyos encabezados H1 consisten únicamente en expresiones aisladas como ‘Subgéneros’ (3 veces), ‘Beatmakers’ (2), ‘Competiciones’ (4) o ‘Las declaraciones de paz del Hip Hop’ (2). Este tipo de encabezados carece de precisión informativa. Además, el uso repetido de títulos idénticos en páginas distintas puede derivar en problemas de canibalización de palabras clave, lo que dificulta que Google determine cuál de las URL posicionar para una misma consulta.

En el Anexo 8 se puede observar la tabla en la que aparecen las URL de Wiki Rap en español analizadas, los encabezados H1 de cada enlace y su respectiva longitud en caracteres.

- Análisis de los encabezados de Mundo Freestyle:

En el análisis de los encabezados H1 de las 431 URL examinadas del sitio web ‘Mundo Freestyle’, se observa un uso en general adecuado de esta etiqueta, aunque con aspectos

claramente mejorables en lo que respecta a la extensión del texto. En concreto, el 2,32 % de las páginas (10 URL) no incluye ningún encabezado H1, lo que supone una deficiencia básica en términos de estructura semántica y optimización para buscadores.

Por otro lado, el 57,2 % de las URL (247 páginas) presentan un H1 cuya longitud no se ajusta a los parámetros recomendados (entre 20 y 70 caracteres), lo cual puede perjudicar tanto la experiencia del usuario como la eficacia del rastreo por parte de los motores de búsqueda.

No obstante, al margen de la cuestión formal, el uso semántico de la etiqueta H1 es en general correcto: en el 87,47 % de los casos (377 URL), el encabezado principal contiene palabras clave relevantes directamente relacionadas con el contenido de la página, lo que mejora la coherencia temática y refuerza su posicionamiento orgánico.

Además, en total, se han identificado 57 URL que utilizan encabezados formados por una única frase o expresión sin ningún complemento contextual, como ‘Polonia’ (5 veces), ‘God Level’ (8), ‘FMS España’ (8), ‘Liga de Campeones’ (5), ‘Leyendas del Free’ (5), ‘El club de la pelea’ (5), ‘Batalla de campeones’ (6), ‘Red Bull Batalla Costa Rica’ (5) y ‘Red Bull Batalla Centroamérica’ (5). Desde el punto de vista técnico, esto puede generar un problema de canibalización de palabras clave, ya que múltiples páginas compiten entre sí en los resultados de búsqueda por términos idénticos.

Cabe destacar con respecto a la repetición de encabezados H1 que cada término se ha contabilizado como buen uso de la palabra clave repetida una sola vez, aunque aparezca en más de una ocasión. Por ejemplo, ‘Liga de Campeones’, aunque aparezca como encabezado H1 en cinco ocasiones, solo se ha contabilizado como buen uso en una sola ocasión.

En el Anexo 9 se puede observar la tabla en la que aparecen las URL de Mundo Freestyle analizadas, los encabezados H1 de cada enlace y su respectiva longitud en caracteres. Aparecen en color rojo aquellos enlaces que no tienen encabezado H1, en color naranja los que sí que tienen, pero no con la longitud adecuada y en color verde aquellos que tienen H1 y con una extensión optimizada. Cabe destacar que en la tabla aparecen en negrita aquellos H1 que contienen palabras clave directamente relacionadas con el contenido.

Etiquetas TITLE

Del mismo modo que la longitud adecuada para los encabezados es de entre 20 y 70 caracteres, también lo es para las etiquetas TITLE o títulos SEO.

En este apartado, se analizarán los mismos enlaces que en el apartado ‘Encabezados’, tanto para Mundo Freestyle como para Wiki Rap en español.

- Análisis de las etiquetas TITLE de ‘Wiki Rap en español’:

Del total de 253 URL analizadas en la web Wiki Rap en español, se ha detectado que 15 de ellas (5,93 %) no cuentan con una etiqueta TITLE. La ausencia de este elemento es un claro ejemplo de mala práctica SEO.

Por otro lado, cuatro enlaces (1,58 %) presentan una etiqueta TITLE con una longitud no optimizada, ya sea por quedarse por debajo de los 20 caracteres o por superar los 70. En estos casos, la brevedad puede provocar una descripción insuficiente del contenido, mientras que la excesiva extensión corre el riesgo de ser recortada por Google, perdiendo así información relevante para el usuario. Para la página web, se trata de una oportunidad de mejora.

En contraste, 234 enlaces (92,49 %) cuentan con una etiqueta TITLE cuya longitud se ajusta a los estándares recomendados, lo que indica una correcta implementación de este elemento en la mayoría del sitio.

Además, en 237 URL (93,68 %) se hace un uso adecuado de la etiqueta TITLE al incluir la palabra clave principal del contenido correspondiente. Esta práctica refuerza la relevancia semántica de las páginas, mejora su posicionamiento en los motores de búsqueda y facilita al usuario la identificación del tema tratado en cada enlace.

En el Anexo 10 se puede consultar la tabla de análisis en la que aparecen las URL analizadas de Wiki Rap en español, sus etiquetas TITLE y sus respectivas longitudes.

- Análisis de las etiquetas TITLE de Mundo Freestyle:

Del total de 431 URL analizadas en la página web Mundo Freestyle, 9 de ellas (2,09 %) no cuentan con una etiqueta TITLE. No se trata de una gran cantidad de enlaces afectados por esta mala práctica, pero, sin duda, podría mejorarse a fin de optimizar al máximo el sitio web.

Asimismo, se ha detectado que 176 enlaces (40,84 %) presentan una etiqueta TITLE con una longitud no optimizada, es decir, inferior a 20 caracteres o superior a 70. En este sentido, sí que se trata de un gran número de enlaces cuya metadescripción no está optimizada, ya que cuatro de cada diez presentan carencias. Por contra, 246 de las URL analizadas (57,06 %) cuentan con una etiqueta TITLE cuya longitud es adecuada y se ajusta a los estándares recomendados.

Sin embargo, se ha identificado que 39 URL (9,05 %) utilizan la etiqueta TITLE de manera incorrecta en cuanto al contenido.

En el Anexo 11 se puede encontrar la tabla que muestra los resultados del análisis relativo a las URL de Mundo Freestyle, las etiquetas TITLE y su longitud.

Metadescripciones

Para valorar si las metadescripciones de los medios considerados como competencia están o no optimizadas se seguirá el mismo criterio que en la auditoría SEO de Diario Barras. Es decir, si las metadescripciones tienen entre 120 y 155 caracteres, se considerarán optimizadas y, de no ser así, se considerarán mejorables.

- Análisis de las metadescripciones de Wiki Rap en español:

Del total de 253 URL analizadas en la web Wiki Rap en español, 92 de ellas (36,36 %) no cuentan con una metadescripción. Esta ausencia representa un problema significativo desde el punto de vista del SEO, ya que las metadescripciones desempeñan un papel crucial en la presentación del contenido en los resultados de búsqueda y en la atracción de clics por parte de los usuarios.

Además, se ha identificado que 157 enlaces (62,06 %) presentan una metadescripción con una longitud no optimizada, es decir, inferior a 120 caracteres o superior a 155. Las metadescripciones demasiado breves pueden ser insuficientes para describir el contenido de manera efectiva, mientras que las demasiado largas pueden ser truncadas por los motores de búsqueda, perdiendo información clave y reduciendo su impacto en el usuario.

Cabe destacar que únicamente 4 enlaces (1,58 %) cuentan con una metadescripción cuya longitud es adecuada y se ajusta a las recomendaciones SEO. Este porcentaje tan bajo pone de manifiesto la necesidad de mejorar la consistencia en la implementación de metadescripciones optimizadas en el sitio web.

Finalmente, se observa que en 4 URL (1,58 %) la metadescripción no incluye la palabra clave principal del contenido que describe. Por tanto, se puede concluir que a la hora de implementar palabras clave en las metadescripciones Wiki Rap en español hace un buen trabajo SEO. Por el contrario, el análisis evidencia la necesidad de optimizar el uso de metadescripciones en la página web.

En el Anexo 12 se pueden consultar los datos del análisis en forma de tabla en la que aparecen los enlaces de Wiki Rap en español analizados, sus metadescripciones y su longitud.

- Análisis de las metadescripciones de Mundo Freestyle:

De los 431 enlaces analizados en la página web Mundo Freestyle, 217 de ellos (50,35 %) no cuentan con metadescripción, lo cual pone de manifiesto que se está obviando el uso de este tipo de etiquetas HTML en la mitad de los contenidos analizados. Se trata de un aspecto muy mejorable para el sitio web.

Por otro lado, 39 URL (9,05 %) presentan una metadescripción con una longitud no optimizada. En cambio, 175 enlaces (40,60 %) cuentan con una metadescripción cuya longitud se considera adecuada.

En cuanto al uso semántico de las metadescripciones, se ha detectado que 45 URL (10,44 %) no incluyen correctamente la palabra clave principal del contenido. No se trata de una omisión total, sino de un uso repetido que genera duplicaciones poco útiles desde el punto de vista del SEO. En estos casos, la metadescripción se repite en múltiples enlaces que comparten una misma palabra clave principal, lo que perjudica la

diferenciación entre contenidos. Las repeticiones detectadas son las siguientes: la palabra ‘Polonia’ en 6 enlaces, ‘God Level’ en 8, ‘FMS España’ en 8, ‘Liga de Campeones’ en 5, ‘Leyendas del Free’ en 5, ‘El Club de la Pelea’ en 5, ‘Batalla de Campeones’ en 5, ‘Red Bull Batalla Costa Rica’ en 6 y ‘Red Bull Batalla Centroamérica en otras’ 6.

La tabla en la que aparecen los enlaces, las metadescripciones de cada URL y su longitud se puede consultar en el Anexo 13.

Enlazado interno

En este apartado se seleccionarán cinco entradas de Wiki Rap en español y otras cinco de Mundo Freestyle con el objetivo de analizar una parte de los enlaces internos de estas páginas web. De los contenidos escogidos, se analizarán, como máximo, los cinco primeros enlaces internos que aparezcan en él. El criterio para seleccionar los artículos es por importancia; es decir, se escogerán artículos que posicionan para palabras clave del interés de Diario Barras. De este modo, las conclusiones que se deriven del análisis podrán ser utilizadas en futuras actuaciones con el propósito de crear o mejorar contenido existente en la página. Se consideran palabras clave para Diario Barras aquellas que, o bien aparecen en la búsqueda de palabras clave del Anexo 1, o bien son términos cotidianos y relevantes en el panorama de las batallas de rap.

Análisis del enlazado interno de Wiki Rap en español:

- Contenido nº 1:

Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Chuty>

Análisis:

Tabla 34. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español sobre Chuty.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	punchlines	https://rap.fandom.com/es/wiki/Punchline	<i>Dofollow.</i>	El texto ancla es correcto porque hace referencia a una característica del <i>freestyle</i> de Chuty y es preciso y específico. Se puede considerar optimizado.
2	Red Bull Nacional de España	https://rap.fandom.com/es/wiki/Red_Bull_Batalla_Nacional_Espa%C3%B1a	<i>Dofollow.</i>	En este caso, no se observa ninguna práctica mejorable, ya que el texto ancla es breve, conciso y no es genérico y, además, redirige hacia una competición que ha ganado Chuty en varias ocasiones.
3	FMS España	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Espa%C3%B1a	<i>Dofollow.</i>	En este enlace interno sucede lo mismo que en el segundo. Se observa un texto ancla preciso y redirige hacia una liga que el competidor en cuestión ha ganado en múltiples ocasiones.
4	Eude	https://rap.fandom.com/es/wiki/Eude	<i>Dofollow.</i>	Se puede considerar optimizado este enlace porque lleva al usuario hacia la biografía de un <i>freestyler</i> que ha estado muy relacionado con Chuty. El texto ancla es el nombre artístico de

				ese competidor y se puede considerar un acierto.
5	Mr. Ego	https://rap.fandom.com/es/wiki/Mr. Ego	<i>Dofollow.</i>	En este caso, vuelve a redirigir hacia otro competidor. Por las mismas razones que en el enlace número 4, se puede determinar que no presenta ningún error, ni en el texto ancla ni en la relación que guarda el contenido de destino con el contenido principal, donde aparece el enlace.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

En este artículo, los enlaces analizados no presentan ningún error. Se utilizan palabras clave específicas y todas ellas tienen una relación natural con el artículo principal: la biografía del competidor Chuty. No se observa ninguna práctica mejorable.

- Contenido nº 2:

Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Gazir>

Análisis:

Tabla 35. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español sobre Gazir.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	MC	https://rap.fandom.com/es/wiki/MC	<i>Dofollow.</i>	El texto ancla redirige hacia un concepto clave: MC. Gazir es un MC. Por tanto, está relacionado con el contenido. El texto ancla es correcto porque se utiliza el término exacto del artículo de la URL de destino.
2	Zasko	https://rap.fandom.com/es/wiki/Zasko	<i>Dofollow.</i>	En el contenido se utilizan nombres de <i>freestylers</i> que han sido derrotas por Gazir. Uno de ellos es Zasko. Se puede concluir que la relación es directa. Además, el texto ancla utiliza su nombre artístico de forma exacta. Este enlace también es una buena práctica.
3	Walls	https://rap.fandom.com/es/wiki/Walls	<i>Dofollow.</i>	Aquí se redirige a otra biografía: la del excompetidor Walls. La victoria de Gazir sobre él fue el principio de su retirada. El contenido tiene relación con el tema principal y el texto ancla está optimizado, como en el caso de Zasko.
4	Errecé	https://rap.fandom.com/es/wiki/Errec%C3%A9	<i>Dofollow.</i>	De nuevo, se redirige a otra biografía: la de Errecé, un excompetidor español. Por las mismas razones que en el caso de Zasko y Walls, se puede considerar un enlace interno optimizado.

5	BTA	https://rap.fandom.com/es/wiki/BTA	<i>Dofollow.</i>	Otro ejemplo más de un enlace optimizado: el texto ancla utiliza el nombre de un competidor relacionado con Gazir.
---	-----	---	------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Todos los enlaces internos están optimizados y no se observa ninguna práctica mejorable en esta página. Los textos ancla utilizan los términos específicos de los contenidos de destino y todos estos guardan relación directa con el contenido principal.

- Contenido nº 3:

Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Skone>

Análisis:

Tabla 36. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español sobre Skone.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Red Bull Batalla de los Gallos Internacional 2016	https://rap.fandom.com/es/wiki/Red_Bull_Batalla_de_los_Gallos_Internacional_2016	<i>Dofollow.</i>	El texto de la URL de destino está relacionado directamente con Skone, ya que es la primera competición internacional que ganó. El texto ancla está optimizado porque usa el nombre exacto del torneo.
2	Jota	https://rap.fandom.com/es/wiki/Jota	<i>Dofollow.</i>	Su victoria internacional fue a causa de la victoria sobre Jota, otro competidor. Este artículo redirige hacia su biografía. El texto ancla es óptimo porque usa su nombre artístico.

3	Punchlines	https://rap.fandom.com/es/wiki/Punchline	<i>Dofollow.</i>	Este enlace interno redirige hacia un concepto de las batallas de rap y forma una de las características competitivas de Skone. Está directamente relacionado. Además, se incluye el término exacto en el texto ancla.
4	Mowlihawk	https://rap.fandom.com/es/wiki/Mowlihawk	<i>Dofollow.</i>	En este caso, se redirige al usuario a la biografía de un excompetidor: Mowlihawk. Guarda relación directa porque tuvieron encuentros importantes en la primera etapa del <i>freestyle</i> competitivo. Además, el texto ancla es el nombre exacto del <i>freestyler</i> en cuestión.
5	Mcklopedia	https://rap.fandom.com/es/wiki/Mcklopedia	<i>Dofollow.</i>	Este enlace interno también está optimizado por los mismos motivos que el enlace interno número 4.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Los enlaces internos del texto no presentan ningún error. Todos transmiten autoridad a las URL de destino. Todos utilizan textos ancla breves y específicos, utilizando términos exactos. Y todos están relacionados directamente con el contenido principal: la biografía de Skone.

- Contenido nº 4:

Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Aczino>

Análisis:

Tabla 37. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español sobre Aczino.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	freestyler	https://rap.fandom.com/es/wiki/Freestyler	<i>Dofollow.</i>	Este enlace está optimizado. Redirige hacia el propio de modo de tildar a aquellos que improvisan rap. Tratándose el contenido principal de la biografía de un rapero, guarda relación directa. El texto ancla es breve y preciso.
2	graffitis	https://rap.fandom.com/es/wiki/Graffiti	<i>Dofollow.</i>	En este caso se redirige al usuario hacia una de las prácticas relacionadas con la cultura Hip Hop: el <i>graffiti</i> . Aczino tuvo una etapa como grafitero y, por tanto, el término tiene relación con el contenido. El texto ancla es concreto. Sin embargo, se ha optado por incluirlo en plural, cuando el contenido de destino lleva la palabra en singular. No es un gran error, pero es mejorable.
3	rap	https://rap.fandom.com/es/wiki/Rap	<i>Dofollow.</i>	Aczino es uno de los raperos más influyentes del rap hispano. Por tanto, la inclusión del texto ancla es óptima por su relación y por su concisión.

4	skate	https://rap.fandom.com/es/wiki/Skate	<i>Dofollow.</i>	El competidor mexicano también estuvo relacionado con el <i>skate</i> . Por tanto, la relación es evidente. Además, se usa el texto ancla específico para este concepto. Otro ejemplo de enlace optimizado.
5	Cypher	https://rap.fandom.com/es/wiki/Cypher	<i>Dofollow.</i>	El <i>cypher</i> es una práctica típica entre los <i>freestylers</i> . El contenido de destino, por tanto, guarda relación directa con el contenido principal. Además, el texto ancla cita el término exacto para redirigir al usuario.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

El caso de este artículo no responde exactamente a los mismos criterios que en el resto de biografías. En este caso, se ha optado por redirigir hacia conceptos cortos, que seguramente representan grandes volúmenes de búsqueda, en lugar de redirigir a los usuarios a otras biografías de otros competidores. Probablemente, se puede explicar esta elección porque Aczino es uno de los *freestylers* y raperos más influyentes de habla hispana y da la posibilidad de transmitir una gran cantidad de autoridad a otros artículos. Con respecto a las prácticas de enlazado interno, se pueden considerar optimizadas.

- Contenido nº 5:

Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Arkano>

Análisis:

Tabla 38. Análisis del enlazado interno del artículo de Wiki Rap en español sobre Arkano.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Nach	https://rap.fandom.com/es/wiki/Nach	<i>Dofollow.</i>	En este caso se redirige desde la biografía de Arkano a la biografía de Nach, uno de los grandes pilares de la historia del rap en español. Guarda relación directa y el texto ancla es óptimo porque usa su nombre artístico de forma exacta.
2	Hipnotik Festival	https://rap.fandom.com/es/wiki/Hipnotik_Festival	<i>Dofollow.</i>	Este enlace interno redirige al usuario hacia una competición mítica del <i>freestyle</i> español. Teniendo en cuenta que Arkano también fue un pionero y que participó en ella, la relación entre los contenidos es evidente. El texto ancla es preciso y específico.
3	Skone	https://rap.fandom.com/es/wiki/Skone	<i>Dofollow.</i>	Skone y Arkano han representado una de las rivalidades más memorables del rap de competición. Relacionar ambos contenidos es un acierto. Además, el texto ancla no presenta ninguna posibilidad de mejora.

4	Mowlihawk	https://rap.fandom.com/es/wiki/Mowlihawk	<i>Dofollow.</i>	En este caso se lleva al usuario a la biografía de Mowlihawk, un competidor pionero. Arkano y él protagonizaron una final nacional de Red Bull Batalla. Por tanto, la relación entre ambos es directa. El texto ancla, de nuevo, no presenta errores, ya que se utiliza su nombre artístico para añadir el enlace.
5	Hipnotik Festival	https://rap.fandom.com/es/wiki/Hipnotik_Festival	<i>Dofollow.</i>	Se trata exactamente del mismo enlazado que el del enlace interno número 2. No se trata de una mala práctica como tal, pero se podría haber incluido otro texto ancla para que añadiese más semántica al concepto de destino.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

En general, los enlaces están optimizados porque la relación entre el contenido principal y las URL de destino es clara y natural. Además, los textos ancla son breves y específicos, lo cual es una fortaleza. Sin embargo, cabe destacar que el segundo enlace y el quinto presentan exactamente las mismas características, lo cual podría mejorarse variando alguno de los dos textos ancla.

Análisis del enlazado interno de Mundo Freestyle:

- Contenido nº 1:

Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-argentina/>

Análisis:

Tabla 39. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS Argentina.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Calendario FMS Caribe	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-caribe/	<i>Dofollow.</i>	Redirige al usuario hacia otro calendario. Por tanto, la relación es directa. Además, el texto ancla es preciso y anticipa el contenido de destino. Un ejemplo de buena práctica.
2	Calendario FMS Chile	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-chile/	<i>Dofollow.</i>	El enlace lleva al usuario a otro calendario, con una conexión directa entre origen y destino. El texto ancla describe con precisión lo que encontrará, lo que lo convierte en una práctica recomendable.
3	Calendario FMS Colombia	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-colombia-fechas/	<i>Dofollow.</i>	Conduce directamente a otro calendario mediante un texto ancla que refleja fielmente el contenido al que remite. Se trata de una implementación ejemplar.
4	Calendario FMS España	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-espana/	<i>Dofollow.</i>	Se establece una conexión directa al redirigir al usuario a otro calendario. El texto ancla es específico y anticipa el contenido de forma eficaz. Un

				modelo de práctica recomendada.
5	Calendario FMS Internacional al	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-internacional-fechas/	<i>Dofollow.</i>	El enlace establece una relación directa al redirigir hacia otro calendario. El texto ancla, bien elegido, anticipa el contenido con precisión. Buen ejemplo de cómo se debe hacer.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Los enlaces internos están optimizados. Los textos ancla anticipan lo que se va a encontrar el usuario en caso de decidir hacer clic en los hipervínculos. Además, la relación entre el contenido principal y los contenidos de destino de los enlaces internos es estrecha. En todos los casos, se trata de enlaces hacia calendarios de competiciones de FMS. Se puede concluir que no hay ninguna práctica mejorable en lo que concierne al enlazado interno de esta URL.

- Contenido nº 2:

Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-caribe/>

Análisis:

Tabla 40. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS Caribe.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Calendario FMS Argentina	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-argentina/	<i>Dofollow.</i>	Gracias a un texto ancla claro y descriptivo, el enlace dirige directamente al usuario hacia otro calendario. La conexión es evidente, lo que lo convierte en una práctica ejemplar.
2	Calendario FMS España	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-espana/	<i>Dofollow.</i>	Este ejemplo demuestra una implementación eficaz: redirección a otro calendario mediante un texto ancla claro y alineado con el contenido de destino.
3	Calendario FMS Chile	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-chile/	<i>Dofollow.</i>	La relación entre el texto y el destino es directa y coherente. El usuario llega a otro calendario mediante un texto ancla preciso, lo que constituye una buena práctica de enlazado.
4	Calendario FMS Colombia	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-colombia-fechas/	<i>Dofollow.</i>	Se redirige al usuario hacia otro calendario mediante un texto ancla claro y pertinente, que refleja fielmente el contenido enlazado. Esto constituye una buena práctica, al existir una relación directa.

5	Calendario FMS Internacional	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-internacional-fechas-2019/	<i>Dofollow.</i>	En este caso, se redirige al usuario hacia una URL que presenta un error 404, lo cual es un aspecto urgente que requiere ser remediado.
---	------------------------------	---	------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

En términos generales, el enlazado interno presenta una estructura sólida, coherente, con relación directa entre el contenido principal y los diferentes contenidos de destino. Sin embargo, cabe destacar que el quinto enlace interno redirige al usuario hacia una página que presenta un error 404, un aspecto que tanto Google como los usuarios pueden penalizar.

- Contenido nº 3:

Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-chile/>

Análisis:

Tabla 41. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS Chile.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Calendario FMS Argentina	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-argentina/	<i>Dofollow.</i>	El texto ancla anticipa con precisión el contenido al que se accede, que es otro calendario. La relación entre ambos elementos es directa y representa una buena práctica.
2	Calendario FMS Caribe	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-caribe/	<i>Dofollow.</i>	Mediante un texto ancla bien formulado, el enlace conduce al usuario a otro calendario. La relación directa entre ambos

				contenidos lo convierte en una referencia de buena práctica.
3	Calendario FMS Colombia	https://mundo freestyle.com /calendario- fms- colombia- fechas/	<i>Dofollow.</i>	Un enlace bien construido: dirige al usuario a otro calendario a través de un texto ancla que refleja con exactitud el contenido. Relación directa y buena praxis.
4	Calendario FMS España	https://mundo freestyle.com /calendario- fms-espana/	<i>Dofollow.</i>	La relación entre el texto y el destino es directa y coherente. El usuario llega a otro calendario mediante un ancla precisa, lo que constituye una buena práctica de enlazado.
5	Calendario FMS México	https://mundo freestyle.com /calendario- fms-mexico/	<i>Dofollow.</i>	El usuario es conducido a un calendario diferente a través de un enlace cuyo texto ancla es descriptivo y exacto, reforzando así una relación directa. Una práctica recomendable.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

El enlazado interno de esta página no presenta disfunciones. Los textos ancla son precisos y hacen clara referencia al contenido con el que los usuarios se van a encontrar si acceden a él. Además, el contenido principal es un calendario y los contenidos de destino redirigen hacia otros calendarios, lo cual guarda una relación directa.

- Contenido nº 4:

Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-colombia-fechas/>

Análisis:

Tabla 42. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS Colombia.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Calendario FMS Argentina	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-argentina/	<i>Dofollow.</i>	Remite a otro calendario con claridad y precisión gracias a un texto ancla que informa correctamente al usuario. Un caso de referencia en cuanto a buenas prácticas.
2	Calendario FMS Caribe	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-caribe/	<i>Dofollow.</i>	Un enlace bien construido: dirige al usuario a otro calendario a través de un texto ancla que refleja con exactitud el contenido. Relación directa y buena praxis.
3	Calendario FMS Chile	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-chile/	<i>Dofollow.</i>	Este es un caso de correcta aplicación: el enlace lleva a otro calendario y lo hace con un texto ancla preciso, que establece una relación directa con el contenido de destino.
4	Calendario FMS España	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-espana/	<i>Dofollow.</i>	Este ejemplo demuestra una implementación eficaz: redirección a otro calendario mediante un texto ancla claro y alineado con el contenido de destino.

5	Calendario FMS Internacional	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-internacional-fechas/	<i>Dofollow.</i>	Conduce directamente a otro calendario mediante un texto ancla que refleja fielmente el contenido al que remite. Se trata de una implementación ejemplar.
---	------------------------------------	---	------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

Esta página presenta un enlazado interno eficaz y sin incidencias. Los textos ancla son precisos y orientan correctamente al usuario sobre el contenido al que accede. Al vincular calendarios entre sí, se establece una conexión lógica y directa.

- Contenido nº 5:

Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-espana/>

Análisis:

Tabla 43. Análisis del enlazado interno del artículo de Mundo Freestyle sobre FMS España.

Enlace interno	Texto ancla	URL de destino	Tipología de enlace	Valoración
1	Calendario FMS Argentina	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-argentina/	<i>Dofollow.</i>	Este enlace apunta directamente a otro calendario. La relación es evidente y el texto ancla resulta adecuado, ya que anticipa con precisión el contenido final. Es un caso ejemplar.
2	Calendario FMS Caribe	https://mundofreestyle.com/calendario-fms-caribe/	<i>Dofollow.</i>	Conduce directamente a otro calendario mediante un texto ancla que refleja fielmente el contenido al que remite. Se trata de una implementación ejemplar.

3	Calendario FMS Chile	https://mundo.freestyle.com/calendario-fms-chile/	<i>Dofollow.</i>	Este es un caso de correcta aplicación: el enlace lleva a otro calendario y lo hace con un texto ancla preciso, que establece una relación directa con el contenido de destino.
4	Calendario FMS Colombia	https://mundo.freestyle.com/calendario-fms-colombia-fechas/	<i>Dofollow.</i>	Este ejemplo demuestra una implementación eficaz: redirección a otro calendario mediante un texto ancla claro y alineado con el contenido de destino.
5	Calendario FMS Internacional	https://mundo.freestyle.com/calendario-fms-internacional-fechas/	<i>Dofollow.</i>	La redirección lleva a otro calendario y lo hace mediante un texto ancla relevante y claro, lo que demuestra una relación directa y ejemplifica una buena práctica.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración global:

El sistema de enlaces internos está bien implementado: los textos ancla resultan pertinentes y descriptivos, y la navegación entre calendarios (contenido principal y de destino) mantiene una coherencia temática clara. No hay disfunciones en el enlazado interno de esta página.

4.3.3. Análisis técnico: SEO técnico

Velocidad de carga

Para la auditoría SEO de Diario Barras en cuanto a la velocidad de carga, se realizaron dos procesos. En primer lugar, un análisis basado en los resultados que arrojaba la herramienta de Google PageSpeed Insights, tanto en la versión para móvil como en la

versión para ordenador de la página web. En segundo lugar, un análisis detallado de las URL recogido por la versión gratuita de la herramienta Screaming Frog en la que se muestran los tiempos de respuesta de cada enlace. Para analizar a las dos webs de la competencia, Wiki Rap en español y Mundo Freestyle, se seguirán los mismos procesos y criterios.

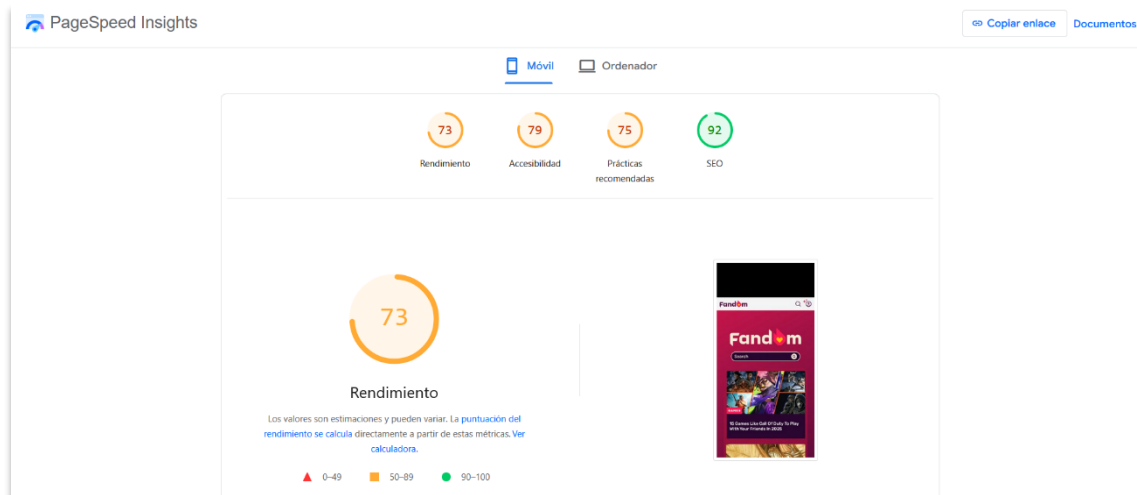
Cabe recordar, con respecto al segundo análisis, con Screaming Frog, que se considerarán como enlaces con velocidad óptima aquellos que no superan los dos segundos de carga y se marcarán en color verde en la tabla de resultados. Se considerarán mejorables aquellas cuyo tiempo de respuesta se sitúe entre los dos y los tres segundos (marcándose con color naranja en la tabla) y se considerarán como no optimizadas las que excedan de los tres segundos (color rojo).

Análisis general de Wiki Rap en español: PageSpeed Insights

Antes de comenzar con la parte de análisis de PageSpeed Insights cabe destacar que Wiki Rap en español forma parte de una enciclopedia más grande llamada Fandom. A la hora de introducir el enlace relativo a la parte de rap (https://rap.fandom.com/es/wiki/Wiki_Rap), PageSpeed Insights no la reconoce como la URL principal. Por este motivo, se analizará la velocidad de carga de Fandom, que tiene los mismos atributos web que ‘Wiki Rap en español’ (<https://www.fandom.com/>).

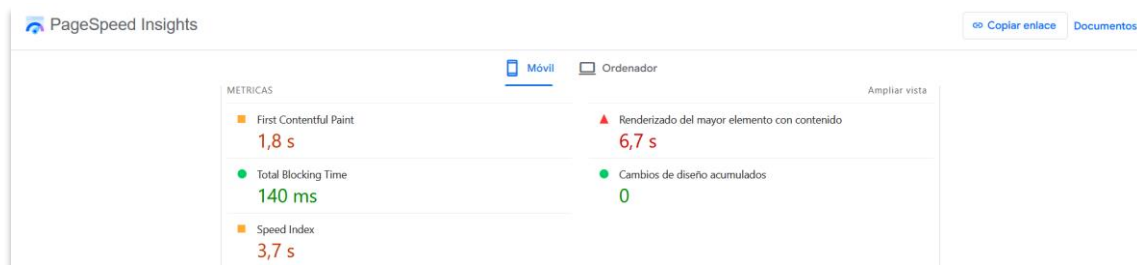
- Versión para móvil:

Figura 42. Captura de pantalla con el resumen general del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Fandom' en su versión para móvil. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

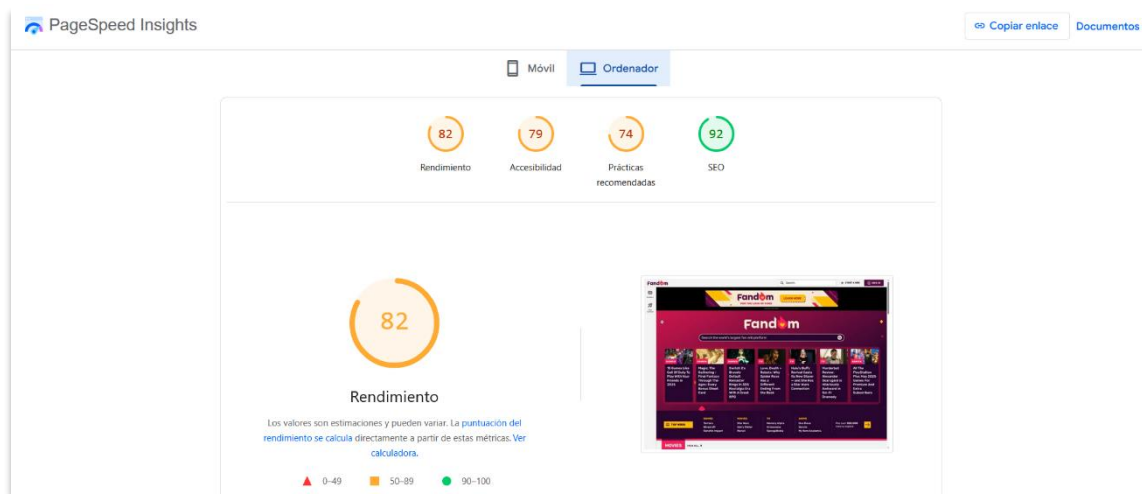
Figura 43. Captura de pantalla con el resumen concreto del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Fandom' en su versión para móvil. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

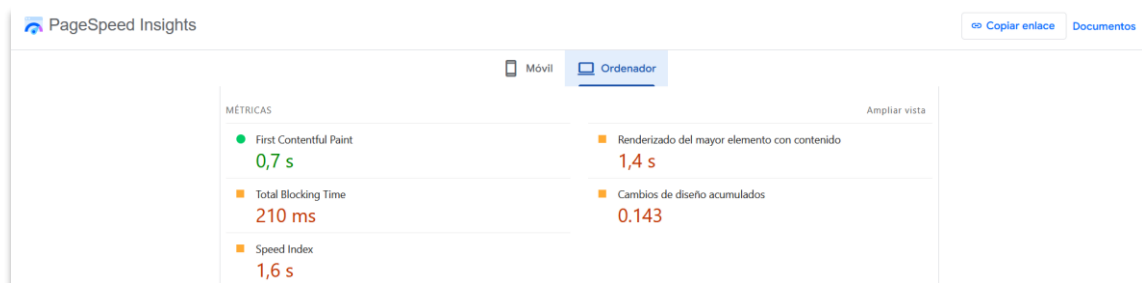
- Versión para ordenador:

Figura 44. Captura de pantalla con el resumen general del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Fandom' en su versión para ordenador. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

Figura 45. Captura de pantalla con el resumen concreto del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Fandom' en su versión para ordenador. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

Valoración global del análisis de carga en PageSpeed Insights en Fandom:

El análisis del rendimiento de la página web Fandom, basado en los datos proporcionados por la herramienta PageSpeed Insights, revela una clara diferencia entre la experiencia de usuario en dispositivos móviles y ordenadores. Esta divergencia es relevante desde una perspectiva SEO, ya que Google prioriza cada vez más la experiencia móvil dentro de sus factores de posicionamiento.

En la versión móvil, el tiempo de renderizado del primer contenido visible (*First Contentful Paint*) se sitúa en 1,8 segundos. No se trata de un valor crítico, pero indica un margen de mejora, ya que una carga más rápida puede reducir el porcentaje de rebote y mejorar la retención de usuarios. Este indicador sugiere que el contenido principal tarda demasiado en comenzar a mostrarse en pantalla, lo cual afecta la percepción de velocidad. Un aspecto especialmente preocupante es el renderizado del mayor elemento con contenido (LCP), que se eleva hasta los 6,7 segundos. Este valor supera ampliamente el umbral recomendado por Google (2,5 segundos). Esto retrasa la visibilidad de los elementos más relevantes de la página.

A pesar de lo expuesto, el *Total Blocking Time* (140 milisegundos) presenta un resultado muy positivo, lo que permite una buena capacidad de respuesta del sitio. El *Speed Index*, que mide el tiempo promedio en que se muestra visualmente el contenido durante la carga, alcanza los 3,7 segundos, un valor que podría beneficiarse de una mayor optimización de recursos visuales y multimedia. En cambio, la métrica de cambios de diseño acumulados (*Cumulative Layout Shift*) se mantiene en cero, lo cual es positivo, ya que garantiza una estabilidad visual durante la carga y evita movimientos inesperados de los elementos en pantalla.

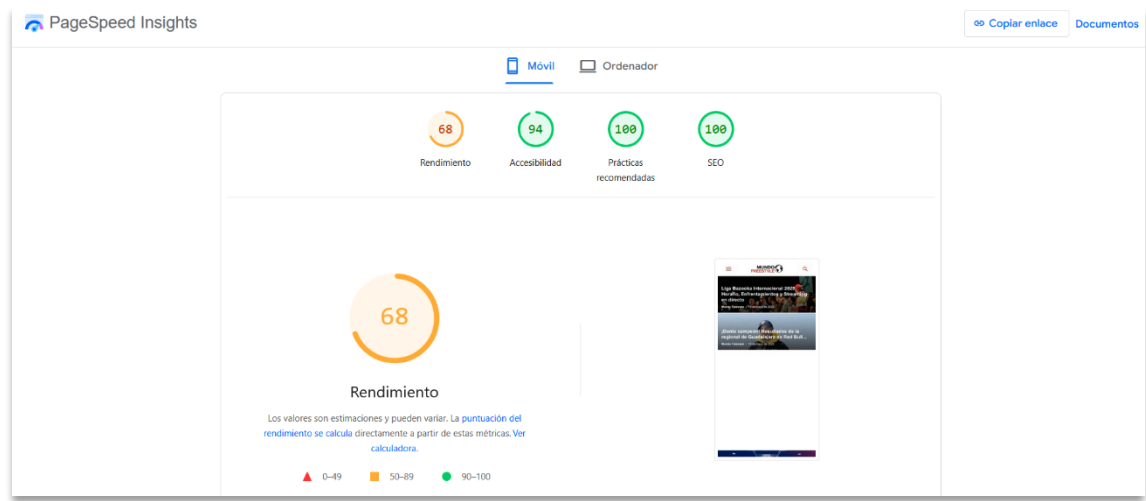
La versión para ordenador presenta una situación notablemente mejor. El *First Contentful Paint* se sitúa en apenas 0,7 segundos, una cifra con un resultado prácticamente óptimo que permite mostrar contenido útil al usuario casi de inmediato. El mayor elemento con contenido se renderiza en 1,4 segundos, lo cual supone una diferencia muy favorable respecto a la experiencia en móvil. En esta misma línea, el *Speed Index* se reduce a 1,6 segundos. El tiempo total de bloqueo es de 210 milisegundos, ligeramente superior al registrado en móviles, pero aún dentro de los márgenes aceptables. Por último, los cambios de diseño acumulados alcanzan un valor de 0,143, un valor bajo y positivo, pero que representa una pequeña oportunidad de mejora.

Para concluir el análisis cabe destacar que los resultados muestran que la versión de escritorio de Fandom ofrece una experiencia de usuario considerablemente mejor que la versión móvil. Desde el punto de vista del SEO, esto representa una oportunidad clara de mejora en el entorno móvil.

Análisis general de Mundo Freestyle: PageSpeed Insights

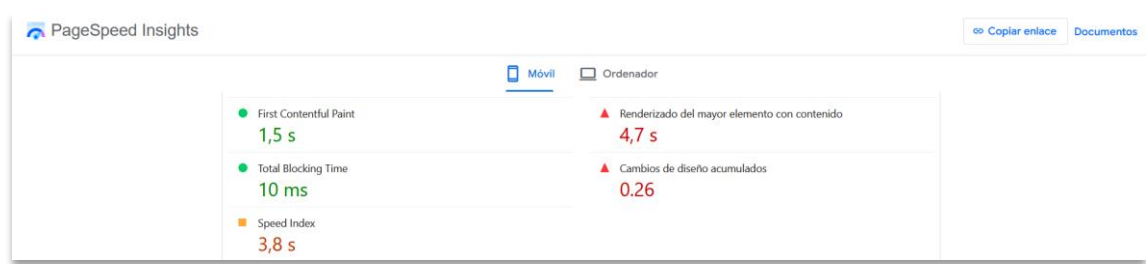
- Versión para móvil:

Figura 46. Captura de pantalla con el resumen general del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Mundo Freestyle' en su versión para móvil. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

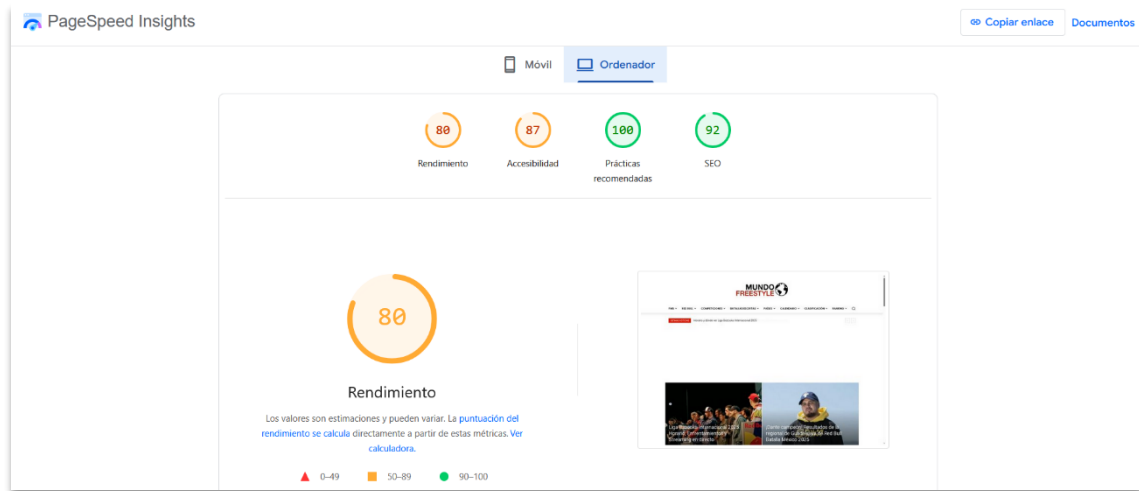
Figura 47. Captura de pantalla con el resumen concreto del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Mundo Freestyle' en su versión para móvil. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

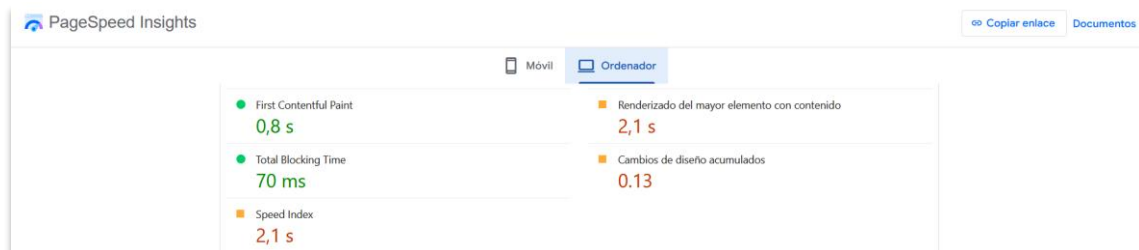
- Versión para ordenador:

Figura 48. Captura de pantalla con el resumen general del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Mundo Freestyle' en su versión para ordenador. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

Figura 49. Captura de pantalla con el resumen concreto del diagnóstico de PageSpeed Insights sobre 'Mundo Freestyle' en su versión para ordenador. Extraída el 19 de mayo de 2025.



Fuente: PageSpeed Insights.

Valoración global del análisis de carga en PageSpeed Insights en Mundo Freestyle:

El análisis de velocidad de carga de la página web Mundo Freestyle, según la información proporcionada por la herramienta PageSpeed Insights, revela diferencias significativas entre el rendimiento en dispositivos móviles y en ordenadores.

En la versión para móvil, se observan algunos problemas de rendimiento. Aunque el *First Contentful Paint* es aceptable con un valor de 1,5 segundos, y el *Total Blocking Time* presenta un resultado muy positivo con tan solo 10 ms, hay métricas críticas que afectan negativamente. El *Speed Index* se sitúa en 3,8 segundos, lo cual indica que el contenido

visual tarda más en mostrarse completamente. Aún más preocupante es el LCP (Renderizado del mayor elemento con contenido) que alcanza los 4,7 segundos, superando ampliamente el umbral recomendado de 2,5 segundos, y los cambios de diseño acumulados (CLS) con un valor de 0,26, por encima del límite aceptable de 0,1. Estos datos apuntan a una carga visual lenta y a un diseño que se desplaza durante la carga.

En contraste, en la versión para ordenador, los resultados son notablemente mejores. El *First Contentful Paint* se reduce a 0,8 segundos y el *Total Blocking Time* se mantiene bajo en 70 ms, lo cual es un dato prácticamente óptimo. El *Speed Index* mejora significativamente hasta 2,1 segundos. Además, el LCP en escritorio baja a 2,1 segundos, cumpliendo con los estándares recomendados por Google, y los CLS se reducen a 0,13, acercándose al límite recomendado por el motor de búsqueda, aunque aún con margen de mejora. Esto indica que la experiencia de usuario en ordenadores es bastante fluida y rápida, lo cual beneficia el posicionamiento en buscadores para este tipo de dispositivos.

En conclusión, aunque la versión de escritorio de Mundo Freestyle presenta un buen rendimiento general y cumple con la mayoría de los estándares de velocidad de carga, la versión móvil muestra carencias importantes en métricas clave como LCP y CLS. Dado que el tráfico móvil es predominante en muchos sitios web y es un factor determinante para el SEO, se trata de una práctica mejorable en este sitio web.

Análisis concreto en las URL: Wiki Rap en español

Tras analizar los tiempos de respuesta de las URL de Wiki Rap en español, se puede concluir que absolutamente todos los enlaces de la página detectados por Screaming Frog se encuentran por debajo de los dos segundos de carga y, por tanto, están optimizados al máximo. En el Anexo 14 se puede consultar la tabla en la que aparecen las URL y sus correspondientes tiempos de respuesta.

Análisis concreto en las URL: Mundo Freestyle

Los enlaces analizados de Mundo Freestyle demuestran un tiempo de carga óptimo en su totalidad. Todas las URL se cargan en menos de 2 segundos según los datos que proporciona Screaming Frog, del mismo modo que sucede con ‘Wiki Rap en español’. Los resultados del análisis y la tabla que muestra los enlaces y los respectivos tiempos de carga se encuentran en el Anexo 15.

Optimización de imágenes

A continuación, se analizará si cinco imágenes de Wiki Rap en español y cinco imágenes de Mundo Freestyle se pueden considerar optimizadas. Los criterios que se evaluarán serán el peso de las imágenes, su formato y si contienen atributo ALT referente a la palabra clave principal de la URL en la que se encuentran. El peso óptimo de las imágenes debe ser inferior a 150 kilobytes. Los formatos óptimos son JPEG, WebP, SVG o AVIF. El atributo ALT se considerará optimizado en caso de que, en primer lugar, exista y, en segundo lugar, si contiene la palabra clave principal del enlace en el que aparece.

Tabla 44. Análisis de las imágenes de Wiki Rap en español.

Imagen	URL	Peso (KB)	Formato	Atributo ALT
1	https://rap.fandom.com/es/wiki/Chuty	190,07	JPEG	Sin atributo ALT
2	https://rap.fandom.com/es/wiki/Gazir	111,94	JPEG	Sin atributo ALT
3	https://rap.fandom.com/es/wiki/Aczino	270,42	JPEG	Sin atributo ALT
4	https://rap.fandom.com/es/wiki/Red_Bull_Batalla	109,33	PNG	Sin atributo ALT
5	https://rap.fandom.com/es/wiki/FMS_Espa%C3%B1a	17,71	JPEG	Sin atributo ALT

Fuente: Elaboración propia.

Valoración de la optimización de las imágenes en Wiki Rap en español:

En el análisis de cinco imágenes extraídas de Wiki Rap en español, se observa que tres de ellas tienen un peso inferior a los 150 kilobytes, lo cual indica una correcta optimización en términos de tamaño, contribuyendo así a una carga más rápida de la página. Evidentemente, hay una oportunidad de mejora en dos de las cinco imágenes.

Todas las imágenes analizadas se presentan en formatos adecuados para el posicionamiento SEO. No obstante, un aspecto crítico es que ninguna de las cinco imágenes cuenta con el atributo ALT. Cabe señalar que este muestreo no es representativo del conjunto total de imágenes del sitio, por lo que estos resultados deben interpretarse como una muestra puntual y no como una evaluación global.

Tabla 45. Análisis de las imágenes de Mundo Freestyle.

Imagen	URL	Peso (KB)	Formato	Atributo ALT
1	https://mundofreestyle.com/liga-bazooka-internacional-2025-horario-enfrentamientos-y-streaming-en-directo/	112,23	JPEG	Sin atributo ALT
2	https://mundofreestyle.com/dante-campeon-resultados-de-la-regional-de-guadalajara-de-red-bull-batalla-mexico-2025/	39	JPEG	Sin atributo ALT
3	https://mundofreestyle.com/red-bull-mexico-2025-horario-participantes-y-streaming-de-la-regional-de-guadalajara/	71,69	JPEG	Sin atributo ALT
4	https://mundofreestyle.com/comunicado-de-klan-paguenme-el-dinero-que-me-deben/	73,02	JPEG	jaff
5	https://mundofreestyle.com/urban-roosters-anuncia-la-fecha-y-la-ciudad-de-fms-internacional-2026/	114,98	JPEG	Sin atributo ALT

Fuente: Elaboración propia.

Valoración de la optimización de las imágenes en Mundo Freestyle:

En el análisis de cinco imágenes pertenecientes a la página web Mundo Freestyle, se ha comprobado que todas se encuentran por debajo de los 150 kilobytes, lo cual refleja una correcta optimización del peso, favorable para el rendimiento y la velocidad de carga.

Asimismo, las cinco imágenes utilizan formatos adecuados para el SEO. En este caso todas son imágenes en formato JPEG. Sin embargo, en cuanto al uso del atributo ALT, se detectan deficiencias importantes: cuatro de las cinco imágenes carecen de este atributo, y la única que sí lo incorpora presenta un valor incorrecto, ya que pertenece a una noticia sobre el *freestyler* Klan, pero contiene el texto 'jaff', nombre de otro competidor. Es importante subrayar, de nuevo, que estos datos no son necesariamente representativos del conjunto total de imágenes de la página, aunque sí permiten identificar áreas de mejora concretas.

Uso de datos estructurados

En este apartado se pretende mostrar qué clase de contenidos de la competencia, que se posicionen para palabras clave del interés de Diario Barras, cuentan con datos estructurados. El propósito de observar si se usan datos estructurados en determinados contenidos o no (y qué tipo de datos estructurados en caso de que sí) es extraer ideas de cara a la creación de contenidos en el futuro en la página web. Para poder determinar si hay datos estructurados o no en los contenidos de Wiki Rap en español y Mundo Freestyle se utilizará la herramienta en línea Schema Markup Validator.

Datos estructurados en Wiki Rap en español:

Contenido de biografías:

Biografía de Chuty:

- Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Chuty>
- Datos estructurados: Artículo

Biografía de Gazir:

- Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Gazir>
- Datos estructurados: Artículo

Biografía de Skone:

- Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Skone>
- Datos estructurados: Artículo

Biografía de Aczino:

- Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Aczino>
- Datos estructurados: Artículo

Biografía de Arkano:

- Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Arkano>
- Datos estructurados: Artículo

Contenido de conceptos:

Punchline:

- Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Punchline>
- Datos estructurados: Artículo

Cypher:

- Enlace: <https://rap.fandom.com/es/wiki/Cypher>
- Datos estructurados: Artículo

Valoración global del uso de datos estructurados en Wiki Rap en español:

La página web aglutina el contenido a modo de enciclopedia y cataloga como artículos los contenidos que crea con datos estructurados. Por tanto, en Diario Barras se puede considerar utilizar este tipo de datos estructurados para contenidos biográficos o de conceptos relacionados con el rap, ya que Wiki Rap en español está logrando posicionarse en las primeras posiciones en los artículos analizados.

Datos estructurados en Mundo Freestyle:

Contenido de noticias:

¿Cuáles fueron los resultados de Liga Bazooka Internacional 2025?:

- Enlace: <https://mundofreestyle.com/cuales-fueron-los-resultados-de-liga-bazooka-internacional-2025/>
- Datos estructurados: Artículo (*Article*)

Estos son los 9 clasificados para la Final Nacional de Red Bull Batalla Chile 2025:

- Enlace: <https://mundofreestyle.com/estos-son-los-9-clasificados-para-la-final-nacional-de-red-bull-batalla-chile-2025/>
- Datos estructurados: Artículo

Liga Bazooka Internacional 2025: Horario, Enfrentamientos y Streaming en directo:

- Enlace: <https://mundofreestyle.com/liga-bazooka-internacional-2025-horario-enfrentamientos-y-streaming-en-directo/>
- Datos estructurados: Artículo

Contenidos de calendario:

Calendario FMS Argentina:

- Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-argentina/>
- Datos estructurados: Esquema de migas de pan (*BreadcrumbList*)

Calendario FMS Caribe:

- Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-caribe/>
- Datos estructurados: Esquema de migas de pan

Calendario FMS España:

- Enlace: <https://mundofreestyle.com/calendario-fms-espana/>
- Datos estructurados: Esquema de migas de pan

Valoración global del uso de datos estructurados en Mundo Freestyle:

Tanto el contenido de actualidad del *freestyle* como los calendarios que ofrece Mundo Freestyle sobre las diferentes ligas de FMS tienen datos estructurados y logran posicionarse en las primeras páginas de los resultados de búsqueda de Google. En el caso de la actualidad, se catalogan los contenidos como artículos y, en el caso de los calendarios, con un esquema de migas de pan. Por tanto, se puede concluir que Google valora o que, como mínimo, no penaliza este uso de datos estructurados para estos contenidos y que se podría aplicar el mismo criterio en los contenidos de Diario Barras.

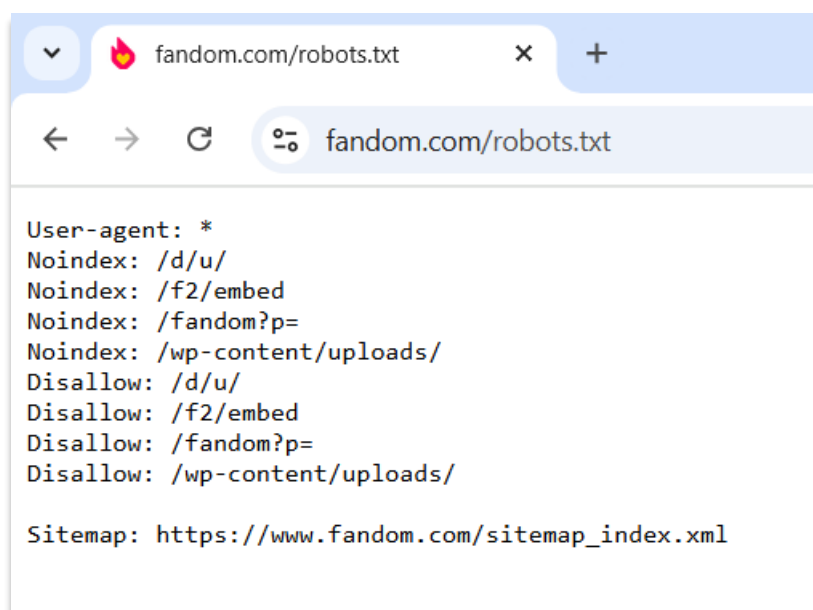
Uso de robots.txt y mapas de sitio

En este apartado se pretende exponer si las páginas web de la competencia utilizan dos mecanismos que forman parte del SEO técnico: el archivo robots.txt y los mapas de sitio. La implementación de estos recursos en un proyecto web es una práctica positiva. El motivo es que permiten que Google reciba información valiosa sobre el rastreo y la indexación de enlaces de un sitio web.

- Análisis del uso de robots.txt y mapas de sitio en Wiki Rap en español:

En primer lugar, cabe resaltar que este sitio web forma parte de otro más grande llamado Fandom. Por tanto, se tratará de descubrir si la página Fandom cuenta con el archivo robots.txt. Para hacer la comprobación se insertará el término 'robots.txt' inmediatamente después de la URL principal. Es decir, se buscará en la barra superior del navegador: <https://www.fandom.com/robots.txt>. Efectivamente, se puede concluir que Fandom cuenta con este archivo.

Figura 50: Captura de pantalla del archivo robots.txt de 'Fandom'.



Fuente: *fandom.com*

Además, el archivo robots.txt facilita una URL que supuestamente redirige al mapa del sitio de la página web. Sin embargo, da error. A pesar de esto, Wiki Rap en español contiene dos enlaces referentes al mapa del sitio en la parte inferior de la web (conocido como *footer*): uno global, del sitio web Fandom, y otro local, que muestra las URL de Wiki Rap en español.

Enlace del mapa del sitio de Wiki Rap en español:
https://rap.fandom.com/es/wiki/Local_Sitemap

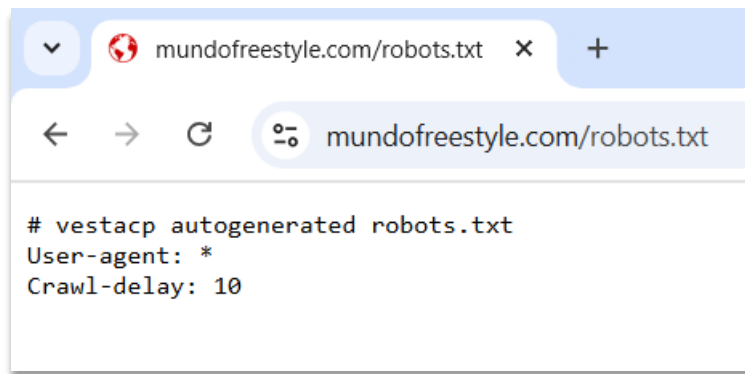
Por todo lo expuesto cabe concluir que este proyecto web está optimizado en cuanto al uso del archivo robots.txt y del mapa de sitio. En el caso del mapa de sitio cabe destacar

que se trata de una buena práctica que se pueda encontrar en la parte de debajo de la página web, ya que facilita que Google acceda a él y lo encuentre sin problemas.

- Análisis del uso de robots.txt y mapas de sitio en Mundo Freestyle:

Siguiendo el mismo procedimiento que en el análisis anterior, para encontrar el archivo robots.txt de la página web Mundo Freestyle se introduce el término robots.txt en el propio dominio del sitio: <https://mundofreestyle.com/robots.txt>.

Figura 51: Captura de pantalla del archivo robots.txt de 'Mundo Freestyle'.



Fuente: mundofreestyle.com

Tal como se puede ver, la página cuenta con archivo robots.txt, aunque no cuenta con una configuración detallada, lo cual no se valora positiva ni negativamente en este análisis.

Para encontrar el mapa de sitio de Mundo Freestyle se aplica un proceso muy similar al anterior. En lugar de añadir robots.txt en el dominio, se añade sitemap.xml: <https://mundofreestyle.com/sitemap.xml>. El enlace funciona y redirige hacia el mapa del sitio.

Por tanto, Mundo Freestyle cuenta con un archivo robots.txt y con mapa de sitio. Sin embargo, cabe poner de manifiesto que el mapa de sitio de esta página web no se encuentra visible en la propia página, a diferencia de Wiki Rap en español, lo cual implica una oportunidad de mejora porque, de añadirse, Google podría encontrarlo con más facilidad.

Estado de indexación de las páginas

Para analizar si las páginas web consideradas como competencia tienen o no problemas con el estado de indexación de las URL se tendrán en cuenta los mismos criterios y procesos que se usaron a la hora de auditar Diario Barras. Es decir, se considerarán optimizados aquellos enlaces que estén correctamente indexados, o bien con códigos de respuesta 200 o bien porque no están indexados por la instrucción directa de etiquetas *no index* y aquellas URL que han sido redirigidas. Por otro lado, se considerarán como no optimizados aquellos enlaces que den códigos de respuesta *Not Found* (error 404). Esta información se extraerá gracias a la versión gratuita de la herramienta Screaming Frog.

Valoración del estado de indexación de las URL en Wiki Rap en español:

Tras analizar los resultados de la tabla de los enlaces de Wiki Rap en español con los parámetros que reflejan los respectivos estados de indexación, se puede concluir que este sitio web no tiene problemas de indexabilidad y que ciertos enlaces están no indexados bajo la instrucción expresa de las etiquetas *no index*. El análisis detallado de este apartado se puede encontrar en la tabla correspondiente al Anexo 16.

Valoración del estado de indexación de las URL en Mundo Freestyle:

El análisis de la información revela que, de las 431 URL analizadas de Mundo Freestyle, únicamente tres presentan un problema de indexación con código 404. Por tanto, se puede concluir que Mundo Freestyle no presenta problemas de indexación, aunque existe una oportunidad de mejora en esos tres enlaces problemáticos mencionados. En el Anexo 17 se muestra la tabla que ha permitido componer este análisis.

URL amigables

Con el objetivo de analizar si las URL de las páginas de la competencia son amigables o no, se tendrán en cuenta los mismos criterios que para la auditoría SEO de Diario Barras: que los enlaces sean breves (entre 70 y 90 caracteres), que sean descriptivos (evitando conceptos genéricos y que se pueda anticipar el contenido viendo la URL), que tengan una estructura jerárquica lógica que refleje la organización del sitio web, que se usen

guiones medios y no otro tipo de caracteres a la hora de separar las palabras en el enlace y que no contengan parámetros complejos ni caracteres aleatorios.

Las URL se pueden comprobar en cualquiera de los anexos en los que aparecen los enlaces de Wiki Rap en español y Mundo Freestyle.

Tabla 46. Análisis de las URL de Wiki Rap en español.

Criterio	URL que lo cumplen	Porcentaje de URL que lo cumplen
Brevedad	253/253	100%
URL descriptivas	206/253	81,4%
Legibilidad	198/253	78,3%
Estructura jerárquica lógica	238/253	94,1%
Uso de guiones	251/253	99,2%
Sin parámetros complejos	221/253	87,4%

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Screaming Frog.

Valoración global de las URL de Wiki Rap en español:

Los resultados revelan un desempeño notable en algunos aspectos, mientras que en otros se identifican oportunidades claras de mejora.

En cuanto a la longitud de las URL, el sitio demuestra un excelente cumplimiento, ya que todas se mantienen dentro del rango óptimo de 70 a 90 caracteres. Esta brevedad facilita su lectura, evitando problemas de truncamiento en los resultados de búsqueda.

El factor referente a que las URL sean descriptivas presenta un cumplimiento del 81,4%, lo que indica que la mayoría de los enlaces permiten anticipar su contenido. No obstante, casi una quinta parte de las URL utilizan términos genéricos o siglas poco claras, como ‘LP’ o ‘MC’, que no transmiten información relevante a los usuarios o motores de búsqueda. Este es un área crítica para mejorar, ya que las URL descriptivas no solo mejoran la experiencia del usuario, sino que también contribuyen a una mejor comprensión del contenido por parte de los algoritmos de los buscadores.

En cuanto a la legibilidad, que evalúa la facilidad de comprensión de los enlaces, muestra un cumplimiento del 78,3%. Aquí, las principales deficiencias se relacionan con términos

excesivamente técnicos, siglas sin contexto y estructuras generadas automáticamente. Una URL verdaderamente legible debería permitir a cualquier usuario entender su contenido con solo mirarla, algo que no ocurre con ejemplos como ‘<https://rap.fandom.com/es/f>’ o ‘[https://rap.fandom.com/es/wiki/DJ_\(pilar\)](https://rap.fandom.com/es/wiki/DJ_(pilar))’.

La estructura jerárquica muestra un alto nivel de cumplimiento (94,1%), lo que refleja una organización lógica del contenido en categorías y subcategorías. Sin embargo, algunas URL incorporan rutas técnicas, como aquellas que incluyen ‘Discusión:’ o ‘Usuario_Blog:’, que rompen esta jerarquía y generan confusión.

El uso de guiones medios para separar palabras es prácticamente universal en el sitio (99,2%), siguiendo las mejores prácticas SEO. Solo dos URL utilizan caracteres alternativos como subrayados o paréntesis, lo que constituye una excepción menor pero corregible.

Respecto a la ausencia de parámetros complejos o caracteres aleatorios, el 87.4% de las URL cumplen con el criterio. El problema principal son los parámetros técnicos como ‘action=history’ o ‘action=purge’, que no deberían aparecer en los enlaces. Estos elementos pueden dificultar el rastreo eficiente por parte de los motores de búsqueda.

Tabla 47. Análisis de las URL de Mundo Freestyle.

Criterio	URL que lo cumplen	Porcentaje de URL que lo cumplen
Brevedad	431/431	100%
URL descriptivas	384/431	89,1%
Legibilidad	366/431	84,9%
Estructura jerárquica lógica	410/431	95,1%
Uso de guiones	429/431	99,5%
Sin parámetros complejos	382/431	88,6%

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Screaming Frog.

Valoración global de las URL de Mundo Freestyle:

Tras realizar el análisis exhaustivo de las 431 URL de ‘Mundo Freestyle’ se puede afirmar que el sitio presenta fortalezas notables en algunos aspectos, mientras que en otros se pueden observar claras oportunidades de mejora.

En lo que respecta a la brevedad de los enlaces, los resultados son inmejorables, con un 100% de cumplimiento. Todas las direcciones analizadas se mantienen dentro del rango óptimo de 70 a 90 caracteres.

El segundo criterio analizado, el hecho de que las URL sean descriptivas, se cumple en el 89,1% de las ocasiones. La mayoría de las direcciones permiten anticipar claramente su contenido, como es el caso de URL bien estructuradas que incluyen términos específicos y relevantes. Sin embargo, se pueden observar algunas URL genéricas o poco informativas que podrían optimizarse. Un ejemplo de buena práctica es ‘/el-video-de-chuty-pidiendo-matrimonio-a-su-novia-en-japon/’ y un ejemplo de mala práctica es ‘/música/’.

La legibilidad alcanza un 84,9% de cumplimiento. Este porcentaje refleja que la mayoría de los enlaces utilizan palabras completas y reconocibles (‘/paises/colombia/’), aunque se detectan casos donde se abusa de siglas o estructuras complejas que dificultan la comprensión inmediata.

En cuanto a la estructura jerárquica, los resultados son muy positivos, con un 95,1% de URL que presentan una organización lógica y coherente (como ‘/competiciones/freestyle-under-league/’). Este aspecto es fundamental para establecer una arquitectura de sitio clara y para transmitir a los buscadores la relación entre los diferentes contenidos.

El quinto criterio, relativo al uso correcto de guiones medios como separadores, muestra un cumplimiento casi perfecto del 99,5%.

Finalmente, el análisis de la ausencia de parámetros complejos y caracteres aleatorios revela un 88,6% de cumplimiento.

4.4. Búsqueda de palabras clave

En la primera fase de la búsqueda de palabras clave, la intención es descubrir qué palabras clave son relevantes para el sitio web teniendo en cuenta el nicho temático: *freestyle* y batallas de rap y música urbana.

A continuación, se expondrán ideas de palabras clave que están relacionadas directamente con ambas temáticas. Las palabras están extraídas tanto de un proceso de lluvia de ideas como de las sugerencias que propone Google a la hora de comenzar a introducir palabras clave.

Freestyle y batallas de rap

- Batallas de rap
- *Freestyle* rap
- Rap improvisado
- Competencias de *freestyle*
- Batallas de gallos
- *Freestyle* en español
- Batallas de rap en vivo
- *Freestylers*

De algunas de estas palabras básicas y generales, se pueden extraer otras más específicas.

- Batallas de rap:
 - Cómo funcionan las batallas de rap
 - Cómo se puntúa una batalla de rap
 - Diferencia entre batallas de *freestyle* y batallas escritas
 - Cómo se entrena para batallas de rap
 - Historia de las batallas de rap
 - Cómo mejorar en batallas de rap
 - Qué significa punchline en las batallas de rap
 - Qué es el formato FMS en batallas de rap
 - Cómo empezar en las batallas de rap
 - Consejos para improvisar en batallas de rap
 - Cómo ganar una batalla de rap

- *Freestylers*
 - Aczino
 - Chuty
 - Gazir
 - Skone
 - Arkano
 - Dtoke
 - Klan
 - Bnet
 - Zasko
 - Blon
 - Wos
 - Nitro
 - El menor

De todos los *freestylers* más conocidos (algunos aparecen en este breve listado) se pueden extraer palabras informacionales:

- Primera batalla de [*freestyler*]
- Cuándo empezó a improvisar [*freestyler*]
- Cuántos títulos tiene [*freestyler*] en batallas

- Competencias de *freestyle*
 - FMS (y sus diferentes vertientes, nacionales e internacionales):
 - FMS España
 - FMS Argentina
 - FMS Chile
 - FMS México
 - FMS Chile
 - FMS Caribe
 - FMS Perú
 - FMS Internacional
 - FMS World Series

- Red Bull Batalla
- God Level
- Miraelbuenrap

De las competencias más conocidas, se pueden extraer palabras informacionales concretas, del mismo modo que en el caso de los *freestylers*:

- Cuándo se creó [competición]
- Historia de [competición]
- Evolución de [competición]
- Campeones de [competición]
- Primera edición de [competición]
- Cómo funciona el formato de [competición]
- Cuántos participantes compiten en [competición]

Música urbana

En el caso de la música urbana, a priori, lo más destacado son los géneros musicales que forman parte de esta categoría y los artistas más destacados de dichos géneros:

- Géneros musicales
 - Rap
 - Trap
 - Reggaeton

De los diferentes géneros, se pueden crear diferentes artículos informativos

- Rap:
 - Qué es el rap
 - Diferencias entre rap y hip hop
 - Historia del rap
 - Cómo escribir una letra de rap
 - Mejores raperos en español
- Trap:
 - Qué es el trap

- Diferencias entre trap y rap
- Historia del trap
- Características del trap
- Artistas de trap
- Reggaetón:
 - Qué es el reggaetón
 - Dónde nació el reggaetón / Orígenes del reggaetón
 - Quién inventó el reggaetón
 - Diferencias entre reggaetón y dembow

Además, también se pueden extraer palabras clave relacionadas con los artistas más destacados de este género en español:

- De rap: Ayax y Prok, SFDK, Kase O., Nach, Sho-Hai, Natos y Waor, Acru, etc.
- De trap: Eladio Carrión, Anuel AA, Duki, Kidd Keo, Jon Z, Lit Killah, etc.
- De reggaetón: Daddy Yankee, Bad Bunny, Myke Towers, Tiago PZK, Don Omar, J Balvin, Karol G, Ozuna, Maluma, Rauw Alejandro, etc.

Para todos los artistas, se pueden aplicar una serie de ‘plantillas’ para generar palabras claves informacionales:

- Quién es [artista]
- Discografía de [artista]
- Cuántos años tiene [artista]
- De dónde es [artista]
- Próximo concierto de [artista]
- Cuando empezó [artista]

Incluso, para llegar a más niveles de profundidad, se pueden también generar palabras clave con las canciones de los artistas:

- [Nombre de la canción] letra

Tras hacer un primer listado de conceptos que pueden formar parte de los principales temas que aspira a tratar Diario Barras, se utilizará la herramienta DinoRank, que otorga resultados sobre el volumen de búsquedas, la dificultad de posicionamiento y el coste por clic (CPC) de las diferentes palabras clave. Los resultados que se muestran a continuación son del último mes, abril de 2025, en España y en castellano. Este análisis se realiza el día 16 de mayo de 2025. La tabla de la búsqueda de palabras clave se puede encontrar en el Anexo 1.

4.5. Estrategia de contenidos

En este apartado del trabajo, la intención es trazar una estrategia de contenido basada fundamentalmente en la búsqueda de palabras clave realizada, que se puede encontrar en el Anexo 1 en forma de tabla, y en las buenas prácticas extraídas de SEO On Page y de SEO técnico que se han tratado a lo largo del proyecto. El propósito de esta sección es construir una metodología para responder a las necesidades informativas del público interesado en el *freestyle*, las batallas de rap y la música urbana. Para llevar a cabo el diseño estratégico del contenido, se llevarán a cabo diferentes pasos.

Categorización y priorización del contenido

En primer lugar, se categorizarán las diferentes palabras clave por secciones con el objetivo de poder armar una arquitectura sólida alrededor del contenido pendiente de creación y ya existente.

A partir del *keyword research*, se puede concluir que existen palabras clave de interés para Diario Barras que se pueden englobar en diferentes conceptos más amplios. A continuación, se detallan estas categorizaciones y ejemplos de palabras clave que podrían incluirse en ellas:

- *Freestylers*: ‘Chuty’, ‘Gazir’ y ‘Skone’.
- Competiciones: ‘Red Bull Batalla’, ‘FMS Argentina’ y ‘FMS Internacional’.
- Géneros: ‘Qué es el trap’, ‘Quién creó el trap’ y ‘origen del rap’.
- Artistas: ‘Cantantes de trap’.
- Conceptos: ‘Batallas de rap’.

Evidentemente, este primer análisis no es exhaustivo y podría ampliarse mediante una búsqueda más extensa de palabras clave, pero sirve de referencia para extraer conclusiones sobre la posible mejora de la arquitectura de la información de Diario Barras.

En segundo lugar, volviendo a las palabras clave encontradas y sus respectivos volúmenes de búsqueda, se priorizarán aquellas que tienen un mayor volumen de búsquedas. A corto plazo, la intención no es posicionarse para estas palabras clave dado que ya están siendo posicionadas por otras páginas con más trayectoria y contenidos. Sin embargo, el hecho de crear contenido sobre ellas puede contribuir a que Google considere a Diario Barras como una web especializada en *freestyle*, batallas de rap y música urbana. A largo plazo, después de crear contenido, estrategias de enlazado interno sólidas y otras prácticas SEO, sí que podría ser una posibilidad el hecho de intentar alcanzar los primeros resultados en estas *keywords*. Dos ejemplos claros que responden a este cometido son las palabras clave ‘Chuty’, con 5.400 búsquedas mensuales en España durante el mes de abril de 2025, y ‘FMS España’, con 4.400 búsquedas.

Sin embargo, a corto plazo, también es interesante considerar la posibilidad de crear contenidos con menos volumen de búsqueda, ya que estas *keywords* suelen ser ‘despreciadas’ con más facilidad por los competidores por el hecho de no atraer tanto tráfico y de dirigirse a audiencias específicas. Además, esto puede contribuir a aumentar la notoriedad del sitio web. Ejemplos claros de este tipo de palabras clave son ‘características del Hip Hop’, con 90 búsquedas mensuales, y ‘subgéneros del trap’, con 20. A pesar de que sean *keywords* con volúmenes de búsqueda bajos, la suma de todas ellas puede derivar, finalmente, en un resultado considerable.

Mejora del contenido existente

En tercer lugar, se pueden mejorar contenidos existentes en Diario Barras. Por ejemplo, el artículo ‘Liga Bazooka: todo sobre la mayor liga de batallas escritas’ presenta oportunidades de mejora en su contenido, aunque se encuentra en la primera página de la SERP para la búsqueda ‘qué es liga bazooka’. Se podría tratar de estudiar quiénes son los principales competidores de este evento para crear biografías sobre ellos y, posteriormente, enlazarlos en este artículo. De este modo, Google percibiría que se trata de un artículo bien nutrido. Diario Barras dispone de pocos artículos en el momento de

realización de este trabajo y, por tanto, las oportunidades de mejora del contenido existente son muy bajas de momento.

Metodología para crear contenido

A lo largo de este trabajo se ha realizado un análisis de los principales factores de SEO On Page y de SEO técnico, tanto de Diario Barras como de páginas de la competencia como Wiki Rap en español y Mundo Freestyle. Esta tarea permite aglutinar ciertos criterios a la hora de crear contenido con el objetivo de que esté optimizado desde el momento en el que se crea.

A continuación, se expone una tabla que puede servir para crear contenido optimizado desde el punto de vista del SEO On Page y SEO técnico. Cabe destacar que la tabla expuesta a continuación contiene elementos ficticios como categorías que aún no existen en Diario Barras o enlaces internos a contenidos que aún no se han creado. Este ejemplo únicamente pretende representar una metodología de trabajo aplicable en el futuro tras modificar ciertos aspectos de la página web:

Tabla 48. Propuesta para crear contenido optimizado en términos de SEO On Page y de SEO técnico.

Parámetro	Criterios de Optimización*	Ejemplo Práctico (Biografía de Chuty)
H1 y etiqueta TITLE	20-70 caracteres.	H1: "Chuty: Biografía, Trayectoria y Palmarés" Etiqueta TITLE: " Chuty: Biografía, Trayectoria y Palmarés"
H2 y más encabezados	20-70 caracteres.	H2: "¿Quién es Chuty? Historia del Campeón de Freestyle" H2: "Chuty en la FMS: Títulos y Rivalidades" H2: "Altura de Chuty: ¿Cuánto mide realmente?"
Metadescripción	120-155 caracteres.	Descubre la biografía de Chuty, campeón de FMS España y Red Bull

		Batalla. Conoce su altura, trayectoria y rivalidades. Actualizado 2025.
Enlazado interno	Enlazar a contenido relacionado	<ul style="list-style-type: none"> - FMS España: la guía definitiva sobre la liga española de <i>freestyle</i> - Skone 'The Big Fish': Un histórico de las batallas de rap - Historia de la Red Bull Batalla
Categoría	Ubicar el contenido en una categoría temática clara.	Categoría: Freestylers
URL	Breve, descriptiva, con guiones medios y sin parámetros.	https://diariobarras.com/artistas/chuty-biografia
Imágenes	Menos de 150 KB, formatos: JPEG/PNG/SVG/AVIF . Alt descriptivo (incluir keyword).	Imagen sin determinar.
Datos estructurados	Usar algún marcado de datos estructurados.	Artículo

**Criterios de optimización para el motor de búsqueda de Google.*

Fuente: Elaboración propia.

A través de esta tabla se pueden crear contenidos con la certeza de que los parámetros que aparecen en ella están optimizados en términos SEO. Su uso permitirá la creación de contenido desde un punto de vista estratégico. Empleando esta metodología, posteriormente, se puede crear un calendario editorial en el que se vayan publicando entradas que responden a estos criterios. Para finalizar, cabe recordar que Diario Barras, a priori, únicamente pretende satisfacer intenciones de búsqueda informacionales.

Valoración global de la estrategia de contenido:

La propuesta de estrategia de contenidos es sólida en cuanto a su forma y método de aplicación. Es decir, se priorizan aquellas palabras clave más relevantes, con más volumen de búsqueda y también aquellas con más relevancia temática para facilitar que Google entienda que Diario Barras es un sitio web enfocado a unas temáticas concretas y que puede considerar como sitio web experto en ellas. Sin embargo, esta propuesta no está basada en un análisis de palabras clave extenso y esto implica limitaciones como, por ejemplo, no incluir palabras clave *long tail* que puedan ser fáciles de posicionar y que tengan un volumen de búsqueda razonable. Para mejorarlo, se debería ejecutar una búsqueda de palabras clave más detallada y encontrar nuevas oportunidades.

5. Conclusiones

Conclusiones sobre Diario Barras:

A raíz de los análisis realizados sobre Diario Barras, se pueden extraer diferentes conclusiones sobre su grado de optimización en términos de SEO On Page y SEO técnico.

En primer lugar, se puede destacar el uso optimizado de etiquetas TITLE y metadescripciones, ya que cumplen al 100% con los criterios recomendados de longitud y uso de palabras clave. Además, los encabezados H1 se pueden considerar mayoritariamente optimizados en los enlaces analizados (74,42%).

En segundo lugar, cabe resaltar debilidades significativas en la estrategia de enlazado interno, ya que se observa la ausencia de una planificación sólida y coherente. Aun así, los pocos enlaces existentes dirigen correctamente a las URL de destino. Pese a esto, cabe destacar la falta de variabilidad semántica en los textos ancla utilizados.

En cuanto al SEO técnico, es importante señalar que, respecto a la estructura de las URL, el 71,4% se pueden considerar breves y el 73,8% reflejan una lógica jerárquica clara, factores que representan unos buenos resultados en términos generales, pero con oportunidad de mejora. A esto se suma que el 14,29% de las URL analizadas generan errores 404, lo cual se puede considerar como un error grave.

Diario Barras presenta una disparidad de optimización en lo relacionado con la velocidad de carga. Mientras la versión para ordenador alcanza un rendimiento positivo (93 sobre

100), la versión para móvil obtiene 79 de 100. Los principales obstáculos que se encuentran para explicar esta deficiencia comparativa son que en la versión de móvil PageSpeed Insights detecta problemas en la percepción de velocidad y demoras en la carga visual de contenido. Se trata de otra oportunidad de mejora clara, ya que el predominio del tráfico móvil cada vez es más pronunciado.

Por otro lado, las imágenes emplean formatos adecuados y mayoritariamente incluyen el atributo ALT. No obstante, se observan prácticas erróneas como el hecho de implementar imágenes con más de los 150 kilobytes.

Respecto a la arquitectura de la información, se puede concluir que la organización es coherente, pero se han detectado desequilibrios temáticos, por ejemplo, con la focalización excesiva en categorías vinculadas a la competición FMS, en detrimento de secciones amplias como ‘Música urbana’ o ‘Producción Musical’.

Conclusiones sobre la competencia analizada:

La información extraída de este trabajo permite también sacar conclusiones sobre medios que representan competencia directa de Diario Barras, dado que se enfocan en los mismos nichos temáticos: Wiki Rap en español y Mundo Freestyle.

En el ámbito del SEO On Page, destaca que ambas páginas no tienen cuidados al 100% los aspectos relacionados con las etiquetas HTML. En el caso de los H1, Wiki Rap solo cuenta con el 9,49% de las URL analizadas con un buen uso de su longitud. En Mundo Freestyle, la mitad de los enlaces que forman parte del análisis no cuentan con metadescripción. Estas prácticas mejorables ponen de manifiesto que, pese a ser sitios web con repercusión, no están teniendo en cuenta este tipo de optimizaciones.

En cuanto al enlazado interno, ambos competidores cuentan con estrategias más sólidas que en el caso de Diario Barras. Por ejemplo, Wiki Rap en español destaca por su estructura planificada, con numerosos enlaces internos por publicación con textos ancla optimizados y contextualmente relevantes.

En términos de SEO técnico, cabe destacar ciertas conclusiones interesantes de cara a la optimización de Diario Barras. La arquitectura de la información de Wiki Rap en español está organizada en categorías y países, además de otras diferentes, y esto facilita la exploración temática para los usuarios. Sin embargo, no cuenta con subcategorías, lo cual

hace que sea más fácil profundizar en nichos más concretos. En el caso de Mundo Freestyle, se encuentra una situación diferente. Se propone una segmentación detallada que puede captar audiencias muy específicas. No obstante, se corre el riesgo de desactualización si no se mantiene una estrategia editorial rigurosa.

En términos de velocidad de carga, ambas páginas priorizan la versión de escritorio, lo cual supone una oportunidad para Diario Barras en el caso de optimizar al máximo su versión para móvil.

La optimización de imágenes también revela información valiosa de cara a optimizar Diario Barras. Por ejemplo, en Diario Barras están optimizados los atributos ALT de las imágenes, mientras que Wiki Rap en español no lo usa y Mundo Freestyle lo utiliza solo en el 20% de las URL analizadas. Sin embargo, el peso de las imágenes está mejor optimizado en las páginas de la competencia.

Para finalizar, el uso de datos estructurados en ambos competidores confirma el valor de los esquemas de tipo ‘Artículo’ para posicionar ciertos tipos de contenido como biografías o explicaciones de conceptos de temática urbana; una práctica que puede extrapolarse a futuros artículos de Diario Barras.

Debilidades y fortalezas del trabajo:

Este Trabajo de Final de Grado no propone una metodología académica sólida que permita extraer conclusiones absolutas y cerradas sobre lo analizado. En primer lugar, porque las herramientas utilizadas para realizarlo son gratuitas o de bajo coste y esto supone limitaciones técnicas a la hora de realizar los análisis. Por ejemplo, cuando se utiliza la herramienta Screaming Frog en su versión gratuita. Esta versión únicamente permite analizar 500 enlaces de una página web como máximo y, por tanto, las conclusiones que se extraen pueden ser representativas, pero pueden no serlo en el caso de analizar páginas web con miles y miles de URL, como el caso de Wiki Rap en español. Es decir, este trabajo muestra lo que se puede lograr con pocos recursos a la hora de auditar sitios web, pero no muestra resultados como los que lograrían empresas que se dedican a este cometido.

Por otro lado, conviene destacar como fortaleza del trabajo que es posible extraer conclusiones relevantes a la hora de mejorar Diario Barras sin necesidad de contar con

una infraestructura o conocimientos profesionales. Un ejemplo de ello es el análisis de la arquitectura web, tanto del proyecto propio como de Mundo Freestyle y Wiki Rap en español. Se trata de una detección manual de las categorías que se utilizan para estructurar el contenido. Pese a ello, el hecho de exponer cuáles se usan en Diario Barras y en los medios de la competencia permite comparar y extraer conclusiones de alto valor para mejorar el proyecto, sin necesidad de grandes recursos. Otro ejemplo de esto es la detección de los datos estructurados que se utilizan para determinados contenidos en los sitios de la competencia y ver que Google los está valorando positivamente a la hora de mostrarlos en las SERPs.

Experiencia personal:

Antes de comenzar este trabajo, contaba con ciertos conocimientos teóricos que no había tenido la oportunidad de poner en práctica. Esos conocimientos teóricos no eran abundantes y tenía muchas ideas desordenadas. El proceso de ir, punto por punto, analizando si los determinados criterios de evaluación, tanto de SEO On Page como de SEO técnico, estaban optimizados o no, me ha ayudado enormemente para comprender con mayor profundidad algunas de las dinámicas clave del SEO. Cabe decir que en algunos aspectos me he sentido perdido a la hora de abordar ciertos análisis y que me he visto desbordado por mi propia falta de conocimiento. La figura del tutor, su seguimiento y las tutorías han sido fundamentales para poder sacar adelante este trabajo. El camino ha sido extenuante, pero muy valioso.

6. Futuras actuaciones

A través de la realización de este trabajo se han podido extraer diversas conclusiones con respecto a las características y situación de optimización de Diario Barras. Sin embargo, en el futuro podrían realizarse más tareas y análisis en la página web con el propósito de seguir mejorando su optimización en términos SEO:

- La base sobre la que se sustentan las diferentes actuaciones en el ámbito SEO es la captación de tráfico orgánico y la obtención de notoriedad y visibilidad. Por tanto, una actuación que contribuiría a completar la optimización sería ampliar extensamente la búsqueda de palabras clave. Esto permitiría mejorar aún más la arquitectura de la información y descubrir nuevas oportunidades para atraer lectores.
- También se podría trabajar en la mejora de la versión para móvil de Diario Barras, ya que los usuarios, cada vez más, deciden informarse a través de este tipo de dispositivos.
- Otro trabajo que podría llevarse a cabo es un análisis exhaustivo de quién se está posicionando para más palabras clave de interés para la página web. De este modo, se podría extraer una radiografía más completa del entorno competitivo en el que se encuentra el proyecto.
- La tipología de SEO que no se ha tenido en cuenta a la hora de realizar este trabajo es el SEO Off Page. Estudiar y analizar qué actuaciones podrían ejecutarse para mejorar la autoridad de Diario Barras desde ese punto de vista enriquecería aún más el proyecto.
- La función que desarrollan las redes sociales en la actualidad cobra cada vez más peso. Sería interesante ver qué tipos de contenido o publicaciones podrían trabajarse en las redes sociales del proyecto y analizar el entorno competitivo desde ese punto de vista.
- Estudiar e investigar las prácticas que llevan a cabo los medios de comunicación que publican noticias ayudaría para ver cómo se trata el contenido que no pretende posicionarse a largo plazo, aquel que está ligado estrechamente a la actualidad. Analizar cómo funcionan herramientas como Google Discover o Google Trends en este tipo de medios permitiría extraer conclusiones de buenas y malas prácticas a aplicar o evitar en el proyecto.

7. Bibliografía

Gonzalo, C., Codina, L., & Rovira, C. (2015). Recuperación de información centrada en el usuario y SEO: categorización y determinación de las intenciones de búsqueda en la web. *Index Comunicació*, 5(3), 19–27.

Maciá, F. (2019). *SEO avanzado, casi todo lo que sé sobre posicionamiento web* (1.^a ed.). Anaya Multimedia.

Vállez, M. (2011). *Keyword research: métodos y herramientas para identificar palabras clave*. *BID: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, (27), 1–14. Universitat de Barcelona. <https://core.ac.uk/download/pdf/290484895.pdf>

8. Webgrafía

APD. (10 de abril de 2023). *¿Cuáles son los objetivos del marketing digital en las empresas?* <https://www.apd.es/objetivos-del-marketing-digital/>

Batista, T. (31 de marzo de 2019). *¿Qué son las palabras clave y para qué sirven en Internet?* Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/palabras-clave/>

Bloo.media. (s.f.). *La importancia de la UX en el posicionamiento SEO*. Recuperado el 28 de enero de 2025, de <https://bloo.media/blog/importancia-de-ux-en-seo/>

Boada, D. (31 de enero de 2025). *18 consejos para escribir contenido SEO en 2025*. Hostinger. <https://www.hostinger.es/tutoriales/como-escribir-contenido-seo>

Bodnar, D. (28 de enero de 2021). *¿Qué es un navegador web?* Avast. <https://www.avast.com/es-es/c-what-is-a-web-browser>

Camarena, A. (22 de junio de 2023). *Qué es la Velocidad de Página Web y Cómo Mejorarla*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/velocidad-de-pagina-web/>

Cardozo, S. (s.f.). *SEO Off Page: Qué es y cómo trabajarlo para mejorar el posicionamiento web*. DinoRank. <https://dinorank.com/blog/seo-off-page-guia/>

Casarotto, C. (16 de noviembre de 2020). *Intención de búsqueda: ¿qué es, cómo interpretarla y cómo satisfacer las necesidades de los usuarios?* Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/intencion-de-busqueda/>

Chacón, N. (17 de enero de 2024). *UX: Guía completa sobre la experiencia de usuario*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/website/experiencia-de-usuario-ux>

Coppola, M. (20 de enero de 2023). *Qué es un motor de búsqueda, cómo funciona y ejemplos*. HubSpot. Recuperado el 12 de febrero, de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-motor-de-busqueda>

Coppola, M. (13 de febrero de 2024). *Qué es Google Analytics 4 y cómo funciona*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/google-analytics-4>

Dean, B. (13 de febrero de 2025). *Google's 200 ranking factors: The complete list*. Backlinko. <https://backlinko.com/google-ranking-factors>

DigitalDot. (12 de abril de 2024). *Qué es el EEAT y cómo trabajarlo para mejorar tu posicionamiento SEO*. <https://www.digitaldot.es/google-eeat-valor-a-la-experiencia-del-creador-de-contenido/>

Facchin, J. (20 de junio de 2023). *¿Qué es el keyword research y cómo hacer un estudio de palabras claves?* SE Ranking. <https://seranking.com/es/blog/keyword-research/>

Ferreira, A. C. (1 de mayo de 2024). *¿Qué son las SERPs y cómo funcionan?* InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-son-las-serps>

Fields, A., & Carter, E. (14 de noviembre de 2023). *Conceptos básicos de SEO técnico: Guía completa para principiantes*. Seo. <https://www.seo.com/es/basics/technical/>

Frades, A. (11 de enero de 2024). *Entradas vs páginas en WordPress: Entendiendo las diferencias clave*. ModularDS. <https://modulards.com/entradas-vs-paginas-en-wordpress-entendiendo-las-diferencias-clave/>

Frades, A. (11 de marzo de 2024). *El poder de las URLs amigables: mejora tu SEO y experiencia de usuario*. Modulards. <https://modulards.com/urls-amigables/>

García, E. (12 de noviembre de 2024). *7 consejos de SEO técnico para optimizar tu web*. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/7-consejos-de-seo-tecnico-para-optimizar-tu-web>

Giraldo, V. (25 de enero de 2017). *Descubre qué son los motores de búsqueda, qué tipos existen y para qué sirve cada uno de ellos*. Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/motores-de-busqueda/>

Google. (s.f.). *Acerca de Search Console*. Recuperado el 13 de marzo de 2025, de <https://support.google.com/webmasters/answer/9128668?hl=es>

Google. (s.f.). *Cómo funciona Google Analytics*. Recuperado el 15 de marzo de 2025, de <https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=es>

Google. (s.f.). *Cómo mejoramos los resultados de búsqueda con evaluadores de la calidad*. Recuperado el 2 de marzo de 2025, de <https://support.google.com/websearch/answer/9281931?hl=es>

Google. (s.f.). *Guía de optimización en buscadores (SEO) para principiantes*. Google Developers. <https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=es>

Google. (s.f.). *Guía detallada sobre cómo funciona la Búsqueda de Google*. Recuperado el 22 de enero de 2025, de <https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/how-search-works?hl=es>

Hardwick, J. (27 de noviembre de 2022). *SEO Off Page: Qué es y por qué es importante*. Ahrefs. <https://ahrefs.com/blog/es/seo-off-page/#what-is-off-page-seo>

Hardwick, J., Stox, P., & Oh, S. (4 de julio de 2023). *¿Cómo funcionan los motores de búsqueda?* Ahrefs. <https://ahrefs.com/blog/es/como-funcionan-motores-de-busqueda/>

Harsel, L. (27 de febrero de 2024). *Qué es el tráfico orgánico (y cómo aumentarlo)*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/trafico-organico/>

Hotmart. (17 de noviembre de 2022). *Tráfico orgánico vs tráfico de pago: ¿cuál es la diferencia y cómo elegir el mejor?* <https://hotmart.com/es/blog/trafico-organico-vs-trafico-pagado>

Julija, A. (6 de febrero de 2024). *Essential UX statistics — Everything you need to know*. Smallbizgenius. <https://www.smallbizgenius.net/by-the-numbers/ux-statistics/>

Koller, S. (20 de septiembre de 2022). *¿Qué es el SEO técnico y cómo se hace?* SE Ranking. <https://seranking.com/es/blog/que-es-seo-tecnico/>

Lahey, C. (2 de agosto de 2024). *4 tipos de palabras clave (+ ejemplos)*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/tipos-de-palabras-clave-comercial-informativa-navegacional-transaccional/>

Law, R., Makosiewicz, M., & Hardwick, J. (28 de agosto de 2024). *SEO on page: Cómo optimizar para robots y lectores*. Ahrefs. <https://ahrefs.com/blog/es/on-page-seo/>

Marcilla, J. (11 de noviembre de 2024). *Entendiendo el EEAT en SEO y cómo trabajarlo en tu página web*. NinjaSEO. <https://ninjaseo.es/eeat-seo-google/>

Mendoza, R. (12 de junio de 2023). *SEO on page: Qué es y cómo hacerlo*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/guia-de-seo-on-page/>

Mousinho, A. (22 de septiembre de 2021). *Qué son los backlinks y por qué los necesitas para llegar a la cima de Google*. Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/que-son-los-backlinks/>

Nomensa. (11 de marzo de 2024). *How UX affects SEO*. <https://www.nomensa.com/blog/how-ux-affects-seo/>

Pavlik, V. (7 de junio de 2023). *¿Qué Es el SEO en Marketing?* Semrush. <https://es.semrush.com/blog/que-es-seo/>

Pol, T. (12 de junio de 2023). *Guía de redacción SEO + 9 consejos para optimizar tu contenido*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/redaccion-seo-tips-optimizar-contenidos/>

Pulido, A. (16 de enero de 2024). *Arquitectura web: Definición y ejemplos*. Online Zebra. <https://onlinezebra.com/blog/arquitectura-web-definicion-y-ejemplos/>

Rico, L. (24 de octubre de 2023). *¿Qué es el EEAT en SEO? - La guía definitiva*. Siteground. <https://www.siteground.es/blog/que-es-eeat-seo/>

Sala, V. (16 de diciembre de 2024). *SERPs o páginas de resultados del buscador: ¿qué son y cómo funcionan?* Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-serp-de-google>

Seobility. (s.f.). *Estructura web*. Recuperado el 29 de marzo de 2025, de https://www.seobility.net/es/wiki/Estructura_web

SIDN. (s.f.). *Historia de los cambios del algoritmo de Google*. Recuperado el 4 de abril de 2025, de <https://www.sidn.es/blog/historia-de-los-cambios-del-algoritmo-de-google>

Silva, C. (31 de julio de 2023). *Volumen de búsqueda de palabras clave: guía para principiantes*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/volumen-de-busqueda-de-palabras-clave/>

Soulo, T. (6 de enero de 2023). *Volumen de búsqueda de palabras clave: 5 cosas que tienes que saber para evitar fallos de SEO*. Ahrefs. <https://ahrefs.com/blog/es/palabras-clave-volumen-busqueda/>

Statcounter. (s.f.). *Search Engine Market Share Worldwide*. Recuperado el 4 de enero de 2025, de <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

Toonen, E. (26 de enero de 2023). *How to create the right meta description*. Yoast. <https://yoast.com/meta-descriptions/>

Van Veen, R. (17 de mayo de 2024). *Volumen de búsqueda*. Ralf Van Veen. <https://ralfvanveen.com/es/glosario/volumen-de-busqueda/>

Vázquez, S. (2 de marzo de 2020). *¿Qué es un keyword research? Guía rápida*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/que-es-un-keyword-research/>

Walsh, S. (3 de mayo de 2021). *12 KPIs de SEO importantes que debes seguir*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/kpi-para-seo/>

9. Anexos

ANEXO 1: Tabla referente a la búsqueda de palabras clave con DinoRank

Tabla 49. Búsqueda de palabras clave.

Palabras clave	Volumen de búsquedas	CPC	Dificultad
chuty	5400	0	0
fms españa	4400	0	0
gazir	4400	0	0
red bull batalla	2900	0	0
batalla red bull	2900	0	0
rap en español	2900	0	0
skone	2400	0	0
fms argentina	1000	0	0
fms internacional	1000	0	0
cuanto mide gazir	720	0	0
batalla de los gallos red bull	720	0	0
boom bap	720	0	0
que es el trap	720	0	0
quien creó el trap	720	0	0
fms españa 2025	480	0	0
fms colombia	480	0	0
gazir altura	480	0	0
que es el rap	480	0	0
cantantes de trap	480	0	0
que es el reggaeton	480	0	0
quien creó el reggaeton	480	0	0
fms españa clasificación	390	0	0
batallas de rap	390	0	0
origen del rap	260	0	0
quien inventó el reggaeton	210	0	0
fms españa tabla	170	0	0

fms clasificación	170	0	0
novia de chuty	170	0	0
historia del rap	170	0,13	0,06
cuánto mide chuty	140	0	0
tipos de rap	140	0	0
características del rap	140	0	0
cantantes de trap españoles	140	0	0
fms españa calendario	110	0	0
chuty altura	110	0	0
quien es la novia de gazir	110	0	0
fms méxico	90	0	0
de donde es gazir	90	0	0
características del hip hop	90	0	0
que es fms	70	0	0
campeones fms españa	70	0	0
fms españa participantes	70	0	0
que es la fms	70	0	0
fms que es	70	0	0
chuty freestyle	70	0	0
chuty rap	70	0	0
red bull batalla 5 vidas	70	0	0
características del trap	70	0	0
características del reggaeton	70	0	0
fms argentina tabla	50	0	0
batallas de rap en madrid	50	0	0
cuantas internacionales tiene chuty	50	0	0
de donde es chuty	50	0	0
skone the big fish	50	0	0
tipos de trap	50	0	0
origen del trap	50	0	0
fms colombia tabla	40	0	0
palmares chuty	40	0	0
historia del trap	40	0	0

fms internacional ganadores	30	0	0
cuanto gana chuty	30	0	0
cuanto cobra chuty	30	0	0
cuantas red bull internacional tiene chuty	30	0	0
clasificación fms caribe	20	0	0
clasificación fms méxico	20	0	0
fms argentina campeones	20	0	0
skone altura	20	0	0
skone de donde es	20	0	0
gazir titulos	20	0	0
presentador red bull batalla de gallos españa	20	0	0
subgéneros del trap	20	0	0
fms españa ranking	10	0	0
fms colombia participantes	10	0	0
cuanto dura la fms españa	10	0	0
fms españa que es	10	0	0

Fuente: Elaboración propia con información de DinoRank.

ANEXO 2: Análisis de las URL de Diario Barras, encabezados H1 y su longitud

Tabla 50. Análisis de los encabezados de Diario Barras.

URL	ENCABEZADO H1	LONGITUD DE H1
https://diariobarras.com/	BATALLAS DE GALLOS Y CULTURA URBANA	35
https://diariobarras.com/clasificaciones/fms-colombia-2024/	CLASIFICACIÓN – FMS COLOMBIA 2024	33
https://diariobarras.com/fms/fms-peru/	FMS PERÚ	8
https://diariobarras.com/redbull-batalla/polemica-en-las-votaciones-de-red-bull-2024/	La polémica en las votaciones de	54

	Red Bull Batalla 2024	
https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/	Nekroos dejará FMS Perú para cambiar de liga	44
https://diariobarras.com/fms/	FMS – LA LIGA GLOBAL DEL FREESTYLE	34
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe/	FMS CARIBE	10
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series/	FMS WORLD SERIES	16
https://diariobarras.com/redbull-batalla/red-bull-5-vidas-chile-competidores/	Red Bull 5 vidas Chile: competidores confirmados	48
https://diariobarras.com/fms/fms-colombia/	FMS COLOMBIA	12
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS México Jornada 2 en Guadalajara: Batallas y horarios	56
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-peru-2024/	CLASIFICACIÓN – FMS PERÚ 2024	29
https://diariobarras.com/fms/exe-posible-extraplayer-en-fms-argentina/	Exe, ‘extraplayer’ en FMS Argentina si entra en el podio de las votaciones de Red Bull	86
https://diariobarras.com/batallas-escritas/gazir-abre-la-puerta-a-liga-bazooka/	Gazir abre la puerta a Liga Bazooka : «Me motiva ir a una escrita»	65
https://diariobarras.com/fms/piezas-contra-el-freestyle-al-vacio/	Piezas estalla contra la corriente del «freestyle al vacío»	59
https://diariobarras.com/fms/arkano-vs-kg-polemica-fms-peru/	Arkano vs KG : la batalla de la polémica en FMS Perú 2024	56
https://diariobarras.com/fms/fms-espana-jornada-3/	FMS España Jornada 3: Enfrentamientos y horarios	48
https://diariobarras.com/fms/aczino-vs-gazir-en-fms-world-series-2024/	Aczino vs Gazir en FMS World Series 2024 ,	68

	primera batalla confirmada	
https://diariobarras.com/fms/fms-chile/	FMS CHILE	9
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe-jornada-2-2024/	FMS Caribe Jornada 2: Horario y batallas	40
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-caribe-2024/	CLASIFICACIÓN – FMS CARIBE 2024	31
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico/	FMS MÉXICO	10
https://diariobarras.com/calendario-de-batallas-de-gallos-actualizado/	CALENDARIO DE BATALLAS ACTUALIZADO	34
https://diariobarras.com/musica-urbana/skone-anuncia-que-sacara-un-tema-de-rkt/	Skone anuncia que sacará un tema de RKT	39
https://diariobarras.com/fms/fms-espana/	FMS ESPAÑA	10
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-jornada-1-fecha-y-batallas/	FMS World Series Jornada 1: Fechas, batallas y ubicación	56
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-argentina/	CLASIFICACIÓN – FMS ARGENTINA 2024	34
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina/	FMS ARGENTINA	13
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-chile-2024/	CLASIFICACIÓN – FMS CHILE 2024	30
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-mexico-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS MÉXICO 2024	32
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-fms-espana-jornada-3/	Gazir vs Chuty en FMS España Jornada 3	38
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS Argentina Jornada 2 en Montevideo: Batallas confirmadas	59
https://diariobarras.com/batallas-escritas/	BATALLAS ESCRITAS	17
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-espana-2024/	CLASIFICACIÓN – FMS ESPAÑA 2024	31
https://diariobarras.com/batallas-escritas/liga-bazooka-batallas-escritas/	Liga Bazooka: todo sobre la	59

	mayor liga de batallas escritas	
https://diariobarras.com/red-bull-batalla/	RED BULL BATALLA	16
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-fms-world-series/	CLASIFICACIÓN – FMS WORLD SERIES 2024-2025	42
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-larrix-en-fms-world-series-2024/	Gazir vs Larrix en FMS World Series 2024 – jornada 3	52
https://diariobarras.com/blog/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS México Jornada 2 en Guadalajara: Batallas y horarios	56
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-la-jornada-3-de-fms-espana/	Gazir vs Chuty en FMS España Jornada 3	38
https://diariobarras.com/fms/opinion-zasko-de-gazir-vs-el-menor/	Zasko, sobre el Gazir vs El Menor: «Le va a dar la del pulpo»	61
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-se-hara-en-nueve-dias/	El 80% de FMS World Series se hará en nueve días	48
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-y-fms-internacional-las-dos/	FMS World Series y FMS Internacional: ¿Se celebrarán las dos?	61

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Screaming Frog.

ANEXO 3: Tabla de contenido con las URL de Diario Barras, etiquetas TITLE y su longitud

Tabla 51. Análisis de las etiquetas TITLE de Diario Barras.

URL	ETIQUETA TITLE	LONGITUD DE LA ETIQUETA TITLE
https://diariobarras.com/	Batallas de gallos y cultura urbana Diario Barras	51
https://diariobarras.com/clasificaciones/fms-colombia-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS COLOMBIA 2024	34
https://diariobarras.com/fms/fms-peru/	Todo sobre FMS PERÚ Diario Barras	35
https://diariobarras.com/redbull-batalla/polemica-en-las-votaciones-de-red-bull-2024/	(vídeo) Polémica en las votaciones de Red Bull 2024	51
https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/	Nekroos dejará FMS Perú para cambiar de liga Diario Barras	60
https://diariobarras.com/fms/	Todo sobre FMS Diario Barras	30
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe/	Todo sobre FMS CARIBE Diario Barras	37
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series/	Todo sobre FMS WORLD SERIES Diario Barras	43
https://diariobarras.com/redbull-batalla/red-bull-5-vidas-chile-competidores/	Red Bull 5 vidas Chile: Competidores confirmados	48
https://diariobarras.com/fms/fms-colombia/	Todo sobre FMS COLOMBIA Diario Barras	39
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS MÉXICO JORNADA 2: BATALLAS Y HORARIOS	41
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-peru-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS PERÚ 2024	30

https://diariobarras.com/fms/exe-posible-extraplayer-en-fms-argentina/	Exe, posible 'extraplayer' en FMS Argentina	43
https://diariobarras.com/batallas-escritas/gazir-abre-la-puerta-a-liga-bazooka/	Gazir abre la puerta a Liga Bazooka Diario Barras	51
https://diariobarras.com/fms/piezas-contr-el-freestyle-al-vacio/	(vídeo) Piezas , contra la corriente del "freestyle al vacío"	60
https://diariobarras.com/fms/arkano-vs-kg-polemica-fms-peru/	(vídeo) Arkano vs KG : la batalla de la polémica en FMS Perú 2024	64
https://diariobarras.com/fms/fms-espana-jornada-3/	FMS España Jornada 3: Horarios y batallas confirmadas	53
https://diariobarras.com/fms/aczino-vs-gazir-en-fms-world-series-2024/	Confirmado: ¡Aczino vs Gazir en FMS World Series 2024!	54
https://diariobarras.com/fms/fms-chile/	Todo sobre FMS CHILE Diario Barras	36
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe-jornada-2-2024/	FMS Caribe Jornada 2: Horario y batallas	40
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-caribe-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS CARIBE 2024	32
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico/	Todo sobre FMS MÉXICO Diario Barras	37
https://diariobarras.com/calendario-de-batallas-de-gallos-actualizado/	CALENDARIO DE BATALLAS Diario Barras	38
https://diariobarras.com/musica-urbana/skone-anuncia-que-sacara-un-tema-de-rkt/	Skone anuncia que sacará un tema de RKT	39
https://diariobarras.com/fms/fms-espana/	Todo sobre FMS ESPAÑA Diario Barras	37
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-jornada-1-fecha-y-batallas/	FMS World Series Jornada 1: Fechas, batallas y ubicación	56

https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-argentina/	CLASIFICACIÓN DE FMS ARGENTINA 2024	35
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina/	Todo sobre FMS ARGENTINA Diario Barras	40
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-chile-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS CHILE 2024	31
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-mexico-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS MÉXICO 2024	32
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-fms-espana-jornada-3/	Gazir vs Chuty en FMS España Jornada 3	38
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS Argentina Jornada 2: Batallas confirmadas y horarios	56
https://diariobarras.com/batallas-escritas/	Todo sobre batallas escritas	28
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-espana-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS ESPAÑA 2024	32
https://diariobarras.com/batallas-escritas/liga-bazooka-batallas-escritas/	Liga Bazooka: el fenómeno de las batallas escritas en 2024	58
https://diariobarras.com/red-bull-batalla/	Todo sobre RED BULL BATALLA Diario Barras	43
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-fms-world-series/	CLASIFICACIÓN DE FMS WORLD SERIES 2024	38
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-larrix-en-fms-world-series-2024/	Gazir vs Larrix en FMS World Series 2024	40
https://diariobarras.com/blog/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS MÉXICO JORNADA 2: BATALLAS Y HORARIOS	41
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-la-jornada-3-de-fms-espana/	Gazir vs Chuty en FMS España Jornada 3	38
https://diariobarras.com/fms/opinion-zasko-de-gazir-vs-el-menor/	Zasko sobre el Gazir vs El	60

	Menor: "Le va a dar la del pulpo"	
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-se-hara-en-nueve-dias/	El 80% de FMS World Series se hará en nueve días	48
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-y-fms-internacional-las-dos/	FMS World Series y FMS Internacional 2024: ¿Coexistirán?	56

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Screaming Frog.

ANEXO 4: Tabla de contenido con las URL de Diario Barras, las metadescripciones y su longitud

Tabla 52. Análisis de las etiquetas metadescripciones de Diario Barras.

URL	METADESCRIPCIÓN	LONGITUD DE LA METADESCRIPCIÓN
https://diariobarras.com/	Todo sobre cultura urbana, freestyle y batallas de gallos . ¡Infórmate de todas las novedades sobre tus competiciones y artistas favoritos!	138
https://diariobarras.com/clasificaciones/fms-colombia-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS COLOMBIA 2024 . Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la liga colombiana de freestyle.	128
https://diariobarras.com/fms/fms-peru/	Últimas noticias sobre FMS Perú . Tablas de clasificación, contenido de actualidad de la liga, el regreso de Arkano a las batallas y mucho más.	142

https://diariobarras.com/redbull-batalla/polemica-en-las-votaciones-de-red-bull-2024/	La polémica en las votaciones de Red Bull 2024 ha generado un intenso debate y hay campañas activadas para influir en el resultado	130
https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/	Nekroos dejará FMS Perú para cambiar de liga. El vigente campeón quiere cambiar de aires y embarcarse en una nueva liga.	120
https://diariobarras.com/fms/	Noticias de FMS , última hora de la competición y de los artistas. Descubre todo sobre la mayor liga de batallas de gallos improvisadas del mundo.	145
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe/	Descúbrelo todo sobre FMS Caribe . Aquí podrás encontrar los competidores, noticias y todas las tablas de clasificación. Entérate de todo.	137
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series/	FMS World Series: la superliga del freestyle. Encuentra últimas novedades sobre el megaevento de Urban Roosters y sobre los MC que participan.	142
https://diariobarras.com/redbull-batalla/red-bull-5-vidas-chile-competidores/	Red Bull 5 Vidas Chile: Descubre toda la información sobre el evento. Consulta los	132

	competidores de la cuarta entrega y los horarios.	
https://diariobarras.com/fms/fms-colombia/	FMS Colombia: todas las noticias sobre la liga de freestyle colombiana y los artistas. También encontrarás todas las tablas de clasificación	140
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS MÉXICO JORNADA 2: BATALLAS Y HORARIOS. Descubre los enfrentamientos de liga mexicana desvelados hasta el momento y los horarios	131
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-peru-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS PERÚ 2024. Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la liga peruana de freestyle.	121
https://diariobarras.com/fms/exe-posible-extraplayer-en-fms-argentina/	Exe, posible 'extraplayer' en FMS Argentina. Todo apunta que el competidor argentino será repescado por votación para Red Bull Internacional.	141
https://diariobarras.com/batallas-escritas/gazir-abre-la-puerta-a-liga-bazooka/	Gazir abre la puerta a Liga Bazooka. El campeón nacional de Red Bull España 2024 ha comentado que le motivaría participar en una batalla escrita	144

https://diariobarras.com/fms/piezas-contr-el-freestyle-al-vacio/	El jurado de FMS España y freestyler histórico Piezas carga contra la nueva tendencia discursiva del "freestyle al vacío" en un 'streaming'.	140
https://diariobarras.com/fms/arkano-vs-kg-polemica-fms-peru/	Arkano vs KG fue la batalla que generó más polémica de la liga. El regreso de Arkano en FMS Perú 2024 quedó marcado por la 'sangre sucia'.	138
https://diariobarras.com/fms/fms-espana-jornada-3/	FMS España Jornada 3 2024. Entra en esta publicación para conocer todos los detalles de la fecha en Málaga que tendrá lugar el 2 de noviembre.	142
https://diariobarras.com/fms/aczino-vs-gazir-en-fms-world-series-2024/	Aczino vs Gazir en FMS World Series 2024 . Es una realidad. Urban Roosters ha confirmado que un enfrentamiento estelar para abrir la superliga.	142
https://diariobarras.com/fms/fms-chile/	Consulta tablas actualizadas, competidores y últimas noticias de FMS Chile . Conoce las novedades sobre la liga del país más rapero del mundo.	141
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe-jornada-2-2024/	FMS CARIBE JORNADA 2. Llega la segunda jornada de la liga del Caribe y llega con	142

	enfrentamientos que pueden marcar la tabla por la parte alta.	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-caribe-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS CARIBE 2024. Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la liga de batallas del Caribe.	125
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico/	Descubre las últimas noticias sobre FMS México: la liga más explosiva. Las barras, las tablas de clasificación y más contenido sobre la competición.	148
https://diariobarras.com/calendario-de-batallas-de-gallos-actualizado/	¿Quieres saber cuándo hay batallas de gallos? Entra en el calendario de batallas para saber cuándo ver Red Bull, FMS y más competiciones.	137
https://diariobarras.com/musica-urbana/skone-anuncia-que-sacara-un-tema-de-rkt/	Skone anuncia que sacará un tema de RKT. El freestyler español ha confirmado que publicará una canción con una instrumental de RKT argentino.	141
https://diariobarras.com/fms/fms-espana/	Si quieres estar informado sobre FMS España , este es tu sitio. Últimas novedades sobre la competición, freestylers y tablas de clasificación.	141
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-jornada-1-fecha-y-batallas/	FMS World Series Jornada 1.	140

	Entérate de toda la información desvelada hasta el momento. Fechas y batallas confirmadas de las cinco jornadas.	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-argentina/	CLASIFICACIÓN DE FMS ARGENTINA 2024. Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la liga argentina de freestyle.	128
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina/	Descúbrelo todo y entérate de la liga más emocionante del freestyle en español: FMS Argentina. Accede a las clasificaciones y las últimas noticias.	147
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-chile-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS CHILE 2024. Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la liga chilena de freestyle.	122
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-mexico-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS MÉXICO 2024. Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la liga mexicana de freestyle.	124
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-fms-espana-jornada-3/	Gazir vs Chuty en FMS España jornada 3. La primera batalla confirmada para FMS Málaga es la	130

	final de las dos anteriores ediciones.	
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS Argentina Jornada 2: Batallas confirmadas y horarios. Entra en este post para enterarte de todo lo que se necesita saber del evento.	136
https://diariobarras.com/batallas-escritas/	Fechas de Liga Bazooka , todas las noticias sobre las mejores plumas de habla hispana en formato de batallas escritas . Contenido actualizado.	140
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-espana-2024/	CLASIFICACIÓN DE FMS España 2024. Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la liga española de freestyle .	124
https://diariobarras.com/batallas-escritas/liga-bazooka-batallas-escritas/	Liga Bazooka , el exitoso proyecto de Dtoke en las batallas escritas ha marcado un antes y un después en el mundo del espectáculo urbano.	136
https://diariobarras.com/red-bull-batalla/	Red Bull Batalla , la madre de todas las competiciones. Descubre la última hora y novedades de la competición y los freestylers involucrados.	140
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-fms-world-series/	CLASIFICACIÓN DE FMS WORLD SERIES	127

	2024. Descubre las últimas actualizaciones de la clasificación de la superliga del freestyle.	
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-larrix-en-fms-world-series-2024/	Gazir vs Larrix en FMS World Series 2024. El español y el argentino harán la cuarta batalla de la jornada 3 según han anunciado por las redes.	142
https://diariobarras.com/blog/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	FMS MÉXICO JORNADA 2: BATALLAS Y HORARIOS. Descubre los enfrentamientos de liga mexicana desvelados hasta el momento y los horarios	131
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-la-jornada-3-de-fms-espana/	Gazir vs Chuty en FMS España jornada 3. La primera batalla confirmada para FMS Málaga es la final de las dos anteriores ediciones.	130
https://diariobarras.com/fms/opinion-zasko-de-gazir-vs-el-menor/	Gazir vs El Menor es una de las batallas más esperadas desde que lo anunció FMS World Series . Freestylers han dado su opinión sobre la batalla.	143
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-se-hara-en-nueve-dias/	El 80% de FMS World Series se hará en nueve días. Urban Roosters ha confirmado que la primera fecha de	136

	FMS World Series será en Bolivia.	
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-y-fms-internacional-las-dos/	¿FMS World Series y FMS Internacional? ¿Son compatibles? Urban Roosters ha desvelado si coexistirán o no a través de las redes sociales.	136

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Screaming Frog.

ANEXO 5: Tabla de las URL de Diario Barras con los respectivos tiempos de respuesta

Tabla 53. Análisis de los tiempos de respuesta de las URL de Diario Barras.

URL	Tiempo de respuesta
https://diariobarras.com/musica-urbana/	6,065
https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/	5,31
https://diariobarras.com/fms/fms-espana-jornada-3/	3,992
https://diariobarras.com/sobre-el-proyecto/	3,765
https://diariobarras.com/fms/fms-colombia/	2,643
https://diariobarras.com/category/batallas-escritas/	0,626
https://diariobarras.com/category/redbull-batalla/	0,577
https://diariobarras.com/fms/exe-posible-extraplayer-en-fms-argentina/	0,564
https://diariobarras.com/category/fms/fms-argentina/	0,478
https://diariobarras.com/fms/opinion-zasko-de-gazir-vs-el-menor/	0,474
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-se-hara-en-nueve-dias/	0,47
https://diariobarras.com/calendario-de-batallas/	0,455
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-caribe-2024/	0,453
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/page/4/	0,45
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-world-series/	0,443

https://diariobarras.com/blog/page/2/	0,438
https://diariobarras.com/category/fms/fms-mexico/	0,434
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/page/2/	0,434
https://diariobarras.com/fms/arkano-vs-kg-polemica-fms-peru/	0,432
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/	0,429
https://diariobarras.com/category/fms/page/3/	0,424
https://diariobarras.com/category/fms/fms-peru/	0,42
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	0,418
https://diariobarras.com/category/fms/fms-chile/	0,417
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina-jornada-2-batallas-y-horarios/	0,411
https://diariobarras.com/politica-de-privacidad/	0,4
https://diariobarras.com/fms/fms-chile/	0,387
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-peru-2024/	0,386
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-espana-2024/	0,385
https://diariobarras.com/category/fms/fms-world-series/	0,385
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-mexico-2024/	0,384
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/page/3/	0,368
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-fms-world-series/	0,362
https://diariobarras.com/contacto/	0,357
https://diariobarras.com/publicidad/	0,352
https://diariobarras.com/category/musica-urbana/	0,346
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico/	0,343
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-argentina/	0,342
https://diariobarras.com/category/fms/page/2/	0,33
https://diariobarras.com/category/fms/fms-colombia/	0,32
https://diariobarras.com/category/fms/fms-caribe/	0,31

https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-colombia-2024/	0,298
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-chile-2024/	0,275
https://diariobarras.com/blog/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	0,225
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-la-jornada-3-de-fms-espana/	0,21
https://diariobarras.com/politica-de-cookies/	0,192
https://diariobarras.com/category/fms/fms-espana/	0,17
https://diariobarras.com/clasificaciones/fms-colombia-2024/	0,164
https://diariobarras.com/fms/fms-peru/	0,163
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-y-fms-internacional-las-dos/	0,157
https://diariobarras.com/redbull-batalla/red-bull-5-vidas-chile-competidores/	0,147
http://diariobarras.com/blog	0,096
https://diariobarras.com/category/proximos-eventos/	0,084
https://diariobarras.com/fms/fms-espana/	0,082
https://diariobarras.com/red-bull-batalla/	0,076
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-chile-2024/	0,07
https://diariobarras.com/aviso-legal/	0,069
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe/	0,069
https://diariobarras.com/calendario-de-batallas-de-gallos-actualizado/	0,069
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-espana-2024/	0,065
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-peru-2024/	0,062
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series/	0,061
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-larrix-en-fms-world-series-2024/	0,061
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe-jornada-2-2024/	0,06

https://diariobarras.com/musica-urbana/skone-anuncia-que-sacara-un-tema-de-rkt/	0,059
https://diariobarras.com/	0,058
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-caribe-2024/	0,055
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-jornada-1-fecha-y-batallas/	0,055
https://diariobarras.com/fms/aczino-vs-gazir-en-fms-world-series-2024/	0,054
https://diariobarras.com/clasificaciones/	0,054
https://diariobarras.com/blog	0,054
https://diariobarras.com/fms/piezas-contr-el-freestyle-al-vacio/	0,053
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-argentina/	0,053
https://diariobarras.com/batallas-escritas/	0,053
https://diariobarras.com/blog/	0,053
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina/	0,052
https://diariobarras.com/batallas-escritas/gazir-abre-la-puerta-a-liga-bazooka/	0,05
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-mexico-2024/	0,05
https://diariobarras.com/category/fms/	0,05
https://diariobarras.com/redbull-batalla/polemica-en-las-votaciones-de-red-bull-2024/	0,049
https://diariobarras.com/batallas-escritas/liga-bazooka-batallas-escritas/	0,049
https://diariobarras.com/fms/	0,048
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-fms-espana-jornada-3/	0,048

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Screaming Frog.

ANEXO 6: Información sobre la optimización de las imágenes analizadas.

Tabla 54. Análisis de las imágenes de Diario Barras.

Imagen	URL	Peso (KB)	Formato	Atributo ALT
1	https://diariobarras.com/musica-urbana/skone-anuncia-que-sacara-un-tema-de-rkt/	404	PNG	Skone.
2	https://diariobarras.com/redbull-batalla/red-bull-5-vidas-chile-competidores/	446	PNG	Dani Ribba.
3	https://diariobarras.com/fms/fms-argentina-jornada-2-batallas-y-horarios/	607	PNG	Mecha, uno de los candidatos a ganar FMS Argentina 2024.
4	https://diariobarras.com/fms/exe-posible-extraplayer-en-fms-argentina/	254	PNG	Exe en Red Bull Batalla.
5	https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	303	PNG	FMS México Jornada 2. Imagen de Azuky.
6	https://diariobarras.com/fms/fms-caribe-jornada-2-2024/	340	PNG	FMS Caribe Jornada 2. Jony Beltrán en una batalla.
7	https://diariobarras.com/fms/fms-espana-jornada-3/	1.000	PNG	Gazir vs Chuty en FMS

				España Jornada 3.
8	https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-larrix-en-fms-world-series-2024/	266	JPEG	Zasko y Gazir en FMS España.
9	https://diariobarras.com/redbull-batalla/polemica-en-las-votaciones-de-red-bull-2024/	65	JPEG	La polémica en las votaciones de Red Bull Batalla. Exe ocupa la primera posición.
10	https://diariobarras.com/fms/aczino-vs-gazir-en-fms-world-series-2024/	119	JPEG	Aczino vs Gazir en FMS World Series 2024

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 7: Información sobre las URL, sus códigos de respuesta y su estado de indexabilidad

Tabla 55. Análisis de la indexabilidad en las URL de Diario Barras.

Dirección	Código de respuesta	Respuesta	Indexabilidad	Estado de indexabilidad
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-world-series/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-mexico-2024/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente

https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-colombia-2024/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-espana-2024/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-chile-2024/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-argentina/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-peru-2024/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/clasificaciones/tabla-de-clasificacion-fms-caribe-2024/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/calendario-de-batallas/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/category/fms/page/3/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/page/3/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/page/4/	404	Not Found	No indexable	Error de cliente
https://diariobarras.com/blog/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	301	Moved Permanently	No indexable	Redirigido
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-la-jornada-3-de-fms-espana/	301	Moved Permanently	No indexable	Redirigido
http://diariobarras.com/blog	301	Moved Permanently	No indexable	Redirigido

https://diariobarras.com/blog	301	Moved Permanently	No indexable	Redirigido
https://diariobarras.com/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/politica-de-cookies/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/clasificaciones/fms-colombia-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-peru/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/aviso-legal/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/redbull-batalla/polemica-en-las-votaciones-de-red-bull-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/musica-urbana/	200	OK	No indexable	Canonicalizada
https://diariobarras.com/fms/nekroos-dejara-fms-peru-para-cambiar-de-liga/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/sobre-el-proyecto/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/fms/fms-espana-jornada-3/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/redbull-batalla/red-bull-5-vidas-chile-competiciones/	200	OK	Indexable	

https://diariobarras.com/fms/piezas-contr-el-freestyle-al-vacio/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/contacto/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/fms/fms-colombia/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico-jornada-2-batallas-y-horarios/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/musica-urbana/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-peru-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/execute-possible-extraplayer-en-fms-argentina/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/batallas-escritas/gazir-abre-la-puerta-a-liga-bazooka/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-chile/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/arkano-vs-kg-polemica-fms-peru/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/aczino-vs-gazir-en-fms-world-series-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-espana/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-caribe-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-caribe-jornada-2-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-mexico/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/musica-urbana/skone-anuncia-que-sacara-un-tema-de-rkt/	200	OK	Indexable	

https://diariobarras.com/calendario-de-batallas-de-gallos-actualizado/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-jornada-1-fecha-y-batallas/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-argentina/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-chile-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/politica-de-privacidad/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-mexico-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-de-fms-espana-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/clasificaciones/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-chuty-en-fms-espana-jornada-3/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-argentina-jornada-2-batallas-y-horarios/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/batallas-escritas/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/blog/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/publicidad/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/batallas-escritas/liga-bazooka-batallas-escritas/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/red-bull-batalla/	200	OK	Indexable	

https://diariobarras.com/fms/gazir-vs-larrix-en-fms-world-series-2024/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/clasificaciones/clasificacion-fms-world-series/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/blog/page/2/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/category/fms/fms-chile/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/category/batallas-escritas/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/fms/fms-mexico/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/fms/fms-colombia/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/category/fms/fms-espana/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/opinion-zasko-de-gazir-vs-el-menor/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/fms/fms-world-series/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-se-hara-en-nueve-dias/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/category/redbull-batalla/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/fms/fms-caribe/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/fms/fms-peru/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/fms/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/proximos-eventos/	200	OK	Indexable	

https://diariobarras.com/category/fms/page/2/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/category/fms/fms-argentina/	200	OK	Indexable	
https://diariobarras.com/autor/diariobarras-com/page/2/	200	OK	No indexable	noindex
https://diariobarras.com/fms/fms-world-series-y-fms-internacional-las-dos/	200	OK	Indexable	

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Screaming Frog.

ANEXO 8: [Tabla de contenido con las URL de Wiki Rap en español, encabezados H1 y su longitud](#)

ANEXO 9: [Tabla de contenido con las URL de Mundo Freestyle, encabezados H1 y su longitud](#)

ANEXO 10: [Tabla con las URL de Wiki Rap en español, sus etiquetas TITLE y sus respectivas longitudes](#)

ANEXO 11: [Tabla de contenido con las URL de Mundo Freestyle, con las etiquetas TITLE y su longitud](#)

ANEXO 12: [Tabla de contenido con las URL de Wiki Rap en español, sus metadescpciones y su longitud](#)

ANEXO 13: [Tabla de contenido con las URL de Mundo Freestyle, sus metadescpciones y su longitud](#)

ANEXO 14: [Tabla de contenido con las URL de Wiki Rap en español y los tiempos de carga de cada enlace](#)

ANEXO 15: [Tabla de contenido con las URL de Mundo Freestyle y los tiempos de carga de cada enlace](#)

ANEXO 16: [Tabla de contenido con las URL de Wiki Rap en español con el estado de indexabilidad de las páginas](#)

ANEXO 17: [Tabla de contenido con las URL de Mundo Freestyle y el estado de indexabilidad de sus páginas](#)