swpanel

ANÁLISIS SEO

# Análisis SEO swpanel.com

Auditoría SEO completa de swpanel.com: rendimiento técnico, contenido, palabras clave, competencia y plan de acción priorizado.

PUNTUACIÓN SEO GLOBAL
86 / 100 EXCELENTE

TIPO DE INFORME
básico

IDIOMA DE LA WEB (ANÁLISIS EN ESTE IDIOMA)
Espanol (es)

DOCUMENTO
SW-SEB-EJEMPLO-2026

FECHA DE EMISIÓN
viernes, 16 de octubre de 2026 a las 19:35:39

SITIO ANALIZADO
swpanel.com

# Contenido del análisis


01 Resumen ejecutivo 4
- Panel de salud SEO 5
- Resumen ejecutivo 6
- Cifras clave y su procedencia 8
- Resumen por perfiles (dirección, marketing, técnico) 9

02 Negocio, sector y keywords 11
- Identificación del negocio 12
- Intención de búsqueda - intent mix 13
- Datos del negocio para Google, Maps y las IA 14
- Cobertura: ¿cada servicio tiene su página? 15
- Palabras clave estratégicas 16

03 Auditoría técnica y velocidad 17
- Auditoría técnica: comprobaciones 18
- Rendimiento web (Lighthouse + Core Web Vitals) 20
- Métricas de laboratorio (simulación controlada) 21
- Diagnóstico de rendimiento (qué corregir) 22
- Recursos que bloquean el renderizado 23
- Peso por tipo de archivo 24
- Errores de JavaScript 25
- Seguridad y validación técnica 26
- Detalle de la validación HTML (W3C) 27
- Etiquetas de cabecera 29
- Rastreo e indexación 30
- Redirecciones del dominio 31

04 Contenido y meta etiquetas 32
- Contenido y etiquetas: comprobaciones 33
- Vista previa en Google (snippet) 34
- Densidad de palabras clave 35
- Estructura de encabezados 36
- Datos estructurados (schema.org) 37
- Confianza y conversión (E-E-A-T) 39
- Preparación para la IA (AI Overviews) 40

05 Análisis página a página 41
- Análisis página a página 42
- Rastreo: robots.txt y sitemap 43
- Valor e intención por página 44


Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

## ÍNDICE


06 Competidores y benchmark 45
- Competidores: sin competidores verificados 46
- Sugerencias de keywords vs competencia 47
- Clusters de contenido - autoridad temática 48
- Sugerencias de keywords - Google 50

07 Plan de implementación (hecho por nosotros) 51
- Hecho por nosotros 52

08 Recomendaciones y plan de acción 56
- Recomendaciones priorizadas 57
- Priorización de acciones (matriz ICE) 63
- Hoja de ruta (roadmap) 64
- Plan de contenidos 65
- Tickets para implementar 71

09 Ejemplos listos para implementar 73
- Código para copiar y pegar 74

10 Conclusiones y escenarios 77
- Conclusiones técnicas 78
- Conclusiones de negocio 80
- Notoriedad y reputación de marca - diagnóstico 81
- Notoriedad y reputación de marca - plan de acción 82

11 Qué te conviene hacer 83
- Qué te conviene hacer 84

12 Glosario 85
- Glosario 86

13 Metodología y fuentes 90
- Metodología, fuentes y fiabilidad 91

Estadísticas técnicas 92


Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Cuadro de mando




## EXCELENTE

Salud SEO global

**swpanel.com** · HTTP 200 · respuesta 1851 ms

Rendimiento móvil: **74/100**

1 problemas críticos por resolver

## Core Web Vitals

| LCP | INP | CLS |
|---|---|---|
| - | - | - |
| Objetivo -> 2,5 s | Objetivo -> 200 ms | Objetivo -> 0,10 |

## Puntuación por categoría




**Meta tags**

HTTPS · Móvil ·




**Contenido**

Sitemap · Robots ·




**Técnico**

Schema · Canonical ·




**Social**

Open Graph ·

## Inventario analizado

| 1 | 3 052 | 29 | 7 | 0 |
|---|---|---|---|---|
| Páginas | Palabras | Enlaces internos | Imágenes analizadas | Competidores |

## Acciones prioritarias

**4 scripts bloqueantes (LCP)** Aplica defer o async a los scripts no criticos para que no bloqueen el render y baje el LCP.

CRÍTICO

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

01

# Resumen ejecutivo

Vista global del estado SEO de tu web: puntuación, hallazgos clave y qué incluye el informe.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

RESUMEN EJECUTIVO

# Panel de salud SEO




## EXCELENTE

Puntuación SEO global sobre 100

swpanel.com - HTTP 200 - 1851 ms

Problemas críticos: 1 Mejoras: 0

HTTPS · Móvil · Sitemap · Schema · Canonical ·




Meta tags

35%




Contenido

30%




Técnico

25%




Social

10%

## Aspectos clave detectados

**4 scripts bloqueantes (LCP)** Aplica defer o async a los scripts no criticos para que no bloqueen el render y baje el LCP.

CRÍTICO

### CÓMO INTERPRETAR ESTAS PUNTUACIONES

El número del centro de cada donut es la nota de esa área (0-100). El % es el PESO con que esa área cuenta en la nota global del donut grande: Nota global = 35% Meta tags + 30% Contenido + 25% Técnico + 10% Social (suman 100%). Cuanto más peso, más influye en la nota global.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Resumen ejecutivo

Este es un informe básico. Esto es todo lo que hemos analizado, comparado y preparado para ti, y que encontrarás en las siguientes páginas:

## Qué incluye este informe

Negocio, sector y keywords
Auditoría técnica y velocidad (Google PageSpeed)
Contenido y meta etiquetas
Competidores y benchmark
Plan de implementación (hecho por nosotros): ficheros y etiquetas listos para copiar y pegar (robots.txt, sitemap.xml, schema.org, meta...)
Recomendaciones y plan de acción
Conclusiones y escenarios

### El valor de este informe

Equivale a una auditoría SEO profesional: no solo el diagnóstico, sino el trabajo HECHO (código y textos listos para copiar y pegar) para que mejores tu web, tu reputación y tu posicionamiento desde hoy mismo.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

La web de SWPanel tiene una salud SEO global de 86/100, con buenas puntuaciones en contenido (83/100), técnico (88/100) y social (78/100), y una velocidad de PageSpeed aceptable (74/100 en móvil y 71/100 en escritorio). El sitio está bien estructurado, con 20 páginas rastreadas, títulos y metas optimizadas, y una presencia en buscadores sólida, posicionándose en Google con 74 keywords y un tráfico orgánico estimado de 1.240 visitas/mes.

### Fortalezas

El sitio tiene una estructura SEO sólida, con títulos, metas y encabezados bien optimizados.

- El contenido es extenso y de calidad, con páginas de más de 1000 palabras.
- El sitio está bien indexado y tiene una buena cantidad de keywords posicionadas.

### Problemas criticos

Hay 4 scripts bloqueantes que afectan la velocidad de carga y el LCP (tiempo de carga de contenido principal).

- Hay 2 títulos duplicados y 2 metas duplicadas, lo que puede afectar la indexación y el posicionamiento.
- El sitio tiene 1 error 4xx (página no encontrada), que puede afectar la experiencia del usuario y el SEO.

# Resumen ejecutivo

### Oportunidades

Optimizar los scripts bloqueantes para mejorar la velocidad y el LCP.

- Revisar y corregir los títulos y metas duplicados para evitar confusiones con Google.
- Aprovechar mejor las keywords posicionadas para aumentar el tráfico y las conversiones.

La prioridad principal es abordar los scripts bloqueantes, ya que afectan directamente la velocidad de carga y la experiencia del usuario, lo que influye en el posicionamiento y la retención.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Cifras clave y su procedencia

Los datos principales de este análisis, sin interpretación. **Medido**: lo hemos comprobado en tu web. **Calculado**: sale de aplicar reglas a lo medido. **Sin dato**: no hemos podido obtenerlo y no se sustituye por una cifra.

| | | |
|---|---|---|
| Puntuación SEO global | 86 / 100 | Calculado |
| Páginas rastreadas | Sin dato | Sin dato |
| Problemas detectados / mejoras | 1 / 0 | Calculado |
| PageSpeed móvil (rendimiento) | 74 / 100 | Medido |
| PageSpeed escritorio (rendimiento) | 71 / 100 | Medido |
| Scripts sin async/defer en la home | 4 | Medido |
| Recursos que bloquean el render (Lighthouse) | Sin dato | Sin dato |
| Palabras en la home | 3052 | Medido |
| Palabras clave posicionadas | Sin dato | Sin dato |
| Competidores analizados | Sin dato | Sin dato |

## PRIORIDADES DETECTADAS

**1.** 4 scripts bloqueantes (LCP)

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Resumen por perfiles (dirección, marketing, técnico)

## Direccion (negocio):

SWPanel está posicionado como una solución SaaS para la gestión de hosting y servidores, con un enfoque claro en empresas y profesionales que necesitan centralizar sus infraestructuras digitales. El sitio tiene una estructura SEO sólida, con 20 páginas rastreadas, títulos y metas optimizados, y una buena cantidad de keywords posicionadas. Sin embargo, hay oportunidades para mejorar la velocidad de carga y la experiencia del usuario, lo que puede aumentar las conversiones y los ingresos.
Desde el punto de vista del negocio, el sitio atrae tráfico orgánico estimado de 1.240 visitas/mes, lo que es un buen comienzo, pero aún está lejos de competidores como Hosting Rival B, que tiene 71.500 visitas/mes. Para aumentar las ventas, es crucial mejorar la velocidad de carga, corregir los problemas de duplicados y optimizar las páginas clave como "Para Web Developers" y "Para Resellers".

Las acciones más importantes son: 1. Optimizar los 4 scripts bloqueantes para mejorar el LCP y la velocidad de carga.
2. Corregir los 2 títulos y 2 metas duplicados para evitar confusiones con Google.
3. Aprovechar las keywords posicionadas para aumentar el tráfico y las conversiones.

Si se ejecutan estas acciones, se espera un aumento en el tiempo de permanencia en la web, una mejora en el posicionamiento y un mayor número de conversiones, lo que se traduce en más clientes y mayores ingresos.

## Marketing:

SWPanel está bien posicionado en Google con 74 keywords, incluyendo términos como "gestión de cuenta", "hosting", "servidores" y "swpanel". El sitio tiene una buena cantidad de contenido, con páginas de más de 1000 palabras, lo que ayuda a atraer tráfico orgánico. Sin embargo, hay oportunidades para mejorar la visibilidad y el posicionamiento.
Desde el punto de vista de marketing, el sitio tiene una estructura SEO sólida, pero necesita optimizar mejor las keywords posicionadas para aumentar el tráfico y las conversiones. Además, hay 2 títulos y 2 metas duplicados, lo que puede afectar la indexación y el posicionamiento.

Las acciones más importantes son: 1. Optimizar las keywords posicionadas para aumentar el tráfico y las conversiones.
2. Corregir los títulos y metas duplicados para evitar confusiones con Google.
3. Mejorar la velocidad de carga y el LCP para mejorar la experiencia del usuario.

Si se ejecutan estas acciones, se espera un aumento en el tráfico orgánico, una mejora en el posicionamiento y un mayor número de conversiones, lo que se traduce en más clientes y mayores ingresos.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Resumen por perfiles (dirección, marketing, técnico)

Tecnico:

Desde el punto de vista técnico, el sitio tiene una estructura SEO sólida, con títulos, metas y encabezados bien optimizados. Sin embargo, hay 4 scripts bloqueantes que afectan la velocidad de carga y el LCP, lo que puede afectar la experiencia del usuario y el posicionamiento.
El sitio tiene una velocidad de PageSpeed aceptable (74/100 en móvil y 71/100 en escritorio), pero hay margen de mejora. Además, hay 2 títulos y 2 metas duplicados, lo que puede afectar la indexación y el posicionamiento.

Las acciones más importantes son: 1. Aplicar defer o async a los 4 scripts bloqueantes para mejorar la velocidad de carga y el LCP.
2. Corregir los 2 títulos y 2 metas duplicados para evitar confusiones con Google.
3. Revisar y corregir el error 4xx (página no encontrada) para mejorar la experiencia del usuario.

Si se ejecutan estas acciones, se espera una mejora en la velocidad de carga, una mejor indexación y un aumento en el posicionamiento, lo que se traduce en más tráfico y conversiones.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

02

# Negocio, sector y keywords

Tu sector, cliente objetivo y las palabras clave por las que deberías competir.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Identificación del negocio

IDIOMA DEL ANÁLISIS

Esta web está en Espanol (es). Por eso el ANÁLISIS SEO (palabras clave, contenido y ejemplos para implementar) se ha hecho en ese idioma, que es el de las búsquedas reales de sus usuarios. Las explicaciones de este informe están en el idioma que has elegido para el documento.

## Identidad del negocio

**SECTOR**

Tecnología

**SUBSECTOR**

Hosting y gestión de servidores en la nube

**MERCADO**

Empresas y profesionales que necesitan soluciones de hosting, dominios, correo y servidores cloud

**CLIENTE OBJETIVO**

Desarrolladores web, agencias de marketing digital, resellers de hosting, particulares y empresas que buscan un panel de control SaaS para gestionar sus infraestructuras digitales

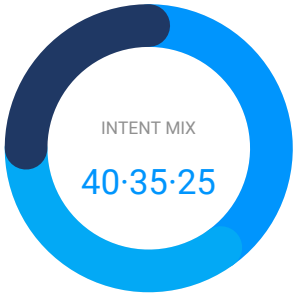
SWPanel es una plataforma de hosting y gestión de servidores en la nube que permite a sus usuarios administrar dominios, servidores, correo y otros servicios desde un único panel de control. Ofrece soluciones SaaS para empresas y profesionales que necesitan centralizar su infraestructura digital, con opciones para revender hosting bajo marca blanca. El sitio web está estructurado con títulos, metas y encabezados que reflejan claramente su propósito, como el H1 "Panel de control de servidores cloud: Gestiona dominios, servidores y correo desde un único lugar", y términos frecuentes como "hosting", "servidores", "gestión" y "panel". Estos elementos, junto con las páginas clave como "Para Web Developers", "Para Resellers" y "Para Agencias", confirman que el negocio se centra en ofrecer herramientas de gestión y reventa de hosting.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Intención de búsqueda - intent mix

La **intención de búsqueda** es el motivo por el que alguien busca en Google: **informarse**, **comparar** opciones o **comprar**. Según el análisis del contenido, el reparto estimado es **40% informativa**, **35% comercial** y **25% transaccional**. Saber qué espera cada visitante ayuda a alinear el contenido con lo que el negocio necesita: más ventas.

## REPARTO DE LA INTENCIÓN DE BÚSQUEDA (ESTIMADO, NO ES TRÁFICO MEDIDO)




| | | |
|---|---|---|
| **Informativa** | Quiere informarse o aprender. | **40%** |
| **Comercial** | Compara opciones antes de decidir. | **35%** |
| **Transaccional** | Esta listo para comprar o actuar. | **25%** |

**En qué se basa:** Estimación basada en el análisis del propio contenido de la web - tipo de páginas, encabezados, palabras y términos detectados - NO datos de Google Search Console; se ha tenido en cuenta el H1 "Panel de control de servidores cloud: Gestiona dominios, servidores y correo desde un único lugar" y las keywords posicionadas como "gestión de cuenta" y "hosting".

**OPORTUNIDAD DE CONVERSIÓN**

El sitio atrae tráfico que se informa pero no compra; para mejorar la conversión, se deben optimizar las páginas transaccionales para reflejar claramente las ventajas de SWPanel y facilitar la toma de decisiones.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Datos del negocio para Google, Maps y las IA

Lo que tu web declara de tu negocio en sus datos estructurados (JSON-LD), que es lo que leen Google, Maps y los asistentes de IA para saber qué eres, dónde estás y cómo contactarte. Es una lectura de tu web: no mide tu ficha de Google Maps ni tu posición.

| | | |
|---|---|---|
| Tipo de negocio declarado | SoftwareApplication, FAQPage, ContactPage, Breadcrum | Detectado |
| Nombre | No detectado | No detectado |
| Teléfono | No detectado | No detectado |
| Dirección | No detectado | No detectado |
| Coordenadas (latitud y longitud) | No detectado | No detectado |
| Horario de apertura | No detectado | No detectado |
| Zona de servicio (areaServed) | No detectado | No detectado |
| Perfiles oficiales enlazados (sameAs) | No detectado | No detectado |

QUÉ MEJORAR

No hay dirección ni localidad en los datos estructurados. Si tu negocio tiene una ubicación o una zona de servicio, declárala: es lo que permite que te encuentren en búsquedas locales como «servicio en tu localidad».

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Cobertura: ¿cada servicio tiene su página?

De los servicios y categorías que tu portada nombra, cuáles tienen una página propia rastreada (la que puede posicionarse para esa búsqueda) y cuáles solo existen como un encabezado de la home. Se compara el nombre del encabezado con la URL y el title de cada página: es una lectura aproximada, revísala.

| Servicio o categoría (en la home) | Página propia | Estado |
|---|---|---|
| Configuración de cookies | - | Solo en la home |
| Un solo panel para cualquier servicio | - | Solo en la home |
| Migrar servicios ya no es un problema | - | Solo en la home |
| Gestión sin afectar tus recursos | - | Solo en la home |
| Un árbol integral de todos tus servicios | - | Solo en la home |
| Dominios y SSL | /es/comunidad/categoria/dominios | Tiene página |
| Hosting | /es/comunidad/categoria/hosting | Tiene página |
| Infraestructura Cloud | - | Solo en la home |
| Usuarios y accesos | - | Solo en la home |
| Resellers (RHA) | /es/para-resellers | Tiene página |
| Financiera | - | Solo en la home |
| Web Developers | /es/para-web-developers | Tiene página |
| Pensado para tu modelo de negocio | - | Solo en la home |
| Ofrece hosting bajo tu propia marca | - | Solo en la home |

QUÉ SIGNIFICA

4 de 14 servicios o categorías tienen página propia. 10 solo aparecen como encabezado en la portada: sin una página que responda a esa búsqueda, es difícil que Google las muestre. Crea una página por servicio, con su título, su explicación y su forma de contacto, y enlázala desde la home.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Palabras clave estratégicas

Hemos identificado **5 frases estratégicas** que conviene trabajar en **swpanel.com**, cada una asociada a la página de destino más adecuada.
Además mostramos los **12 términos más frecuentes** detectados en el contenido analizado, para comprobar que la web habla del tema correcto y no de avisos técnicos.

## FRASES ESTRATEGICAS POR PAGINA

| | | |
|---|---|---|
| **gestión de cuenta** | » | /es |
| **hosting** | » | /es |
| **servidores** | » | /es |
| **panel de correo** | » | /es |
| **swpanel** | » | /es |

dato real del análisis · n° de apariciones

## TERMINOS MAS FRECUENTES EN LA PAGINA




**Varios de los términos más frecuentes** (cookies, http, expires...) parecen proceder de avisos de cookies, cabeceras y JavaScript, no del contenido visible. Conviene revisar que el análisis mida el texto real de la página y no el código técnico.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

03

# Auditoría técnica y velocidad

Rendimiento, Core Web Vitals y salud técnica medidos con Google PageSpeed.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Auditoría técnica: comprobaciones

Comprobaciones técnicas que afectan a cómo Google rastrea e indexa tu web. Cada fila indica si está correcto (verde), por revisar (naranja) o con problema (rojo), con una explicación sencilla.

• 10 correctas • 1 con problema

**Conexión segura HTTPS/SSL activa** Prioridad Alta
Cifra los datos entre el visitante y el servidor. Es un factor de posicionamiento confirmado por Google y los navegadores marcan como 'no seguro' los sitios sin el.

**Viewport configurado: la web es responsive/móvil** Prioridad Alta
Indica al movil como adaptar la pagina a su pantalla. Sin el, la web se ve mal en moviles y Google la penaliza (indexa primero la version movil).

**Codificación de caracteres (charset) declarada** Prioridad Media
Declara como se interpretan los caracteres (acentos, enes). Evita que el texto se vea con simbolos raros y ayuda a navegador y buscador a leer bien el contenido.

**Sitemap.xml encontrado: facilita la indexación** Prioridad Alta
Es la lista de URLs que quieres que Google indexe. Acelera y ordena el rastreo; sin el, el buscador tarda mas en descubrir paginas nuevas.

**Robots.txt encontrado: control de rastreo correcto** Prioridad Alta
Archivo que indica a los buscadores que pueden o no rastrear. Bien usado ahorra recursos de rastreo y protege secciones privadas.

**Datos estructurados (Schema.org/JSON-LD) presentes** Prioridad Media
Datos estructurados (Schema.org) que explican a Google que es cada cosa (empresa, producto, FAQ). Habilitan resultados enriquecidos con estrellas, precios, etc. (mas clics).

**Favicon definido** Prioridad Baja
El iconito de la pestana del navegador. Refuerza la marca y aparece junto al resultado en moviles; su ausencia da imagen de web descuidada.

**Idioma declarado en html lang: es** Prioridad Alta
El atributo lang dice en que idioma esta la pagina. Ayuda a mostrarla al publico correcto y es clave para webs en varios idiomas y accesibilidad.

**La página es indexable (sin noindex)** Prioridad Alta
Controla si Google puede mostrar la pagina en sus resultados. Un noindex por error hace que la pagina desaparezca de Google aunque sea perfecta.

**Peso del HTML óptimo (219 KB)** Prioridad Media
El tamano del codigo HTML. Cuanto mas pesado, mas tarda en cargar, sobre todo en moviles; afecta a la velocidad y a la experiencia del usuario.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Auditoría técnica: comprobaciones

**4 scripts bloqueantes: penaliza Core Web Vitals** Prioridad Media **PROBLEMA**
Scripts que se cargan antes de mostrar la pagina y la bloquean. Retrasan lo que ve el usuario y penalizan las Core Web Vitals (velocidad). Se solucionan con async/defer.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Rendimiento web (Lighthouse + Core Web Vitals)

Mide la velocidad y la experiencia real de uso de tu web. Google la usa para posicionar: una web lenta pierde visitas y posiciones. Se mide en laboratorio (simulado) y con usuarios reales (datos de campo).

## Puntuaciones Lighthouse (0-100)

| Categoría | Móvil | Escritorio |
|---|---|---|
| Rendimiento (Performance) | 74 | 71 |
| Accesibilidad | 90 | 90 |
| Buenas prácticas | 100 | 100 |
| SEO (auditoría Lighthouse) | 100 | 100 |

## Experiencia real de usuarios (datos de campo, últimos 28 días)

Google no dispone de datos de campo (CrUX) para este sitio: normalmente significa que aún no tiene tráfico suficiente. Se muestran solo datos de laboratorio en la página siguiente.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Métricas de laboratorio (simulación controlada)

| Métrica | Móvil | Escritorio |
|---|---|---|
| LCP (Largest Contentful Paint) | 4.1 s | 0.9 s |
| CLS (Cumulative Layout Shift) | 0 | 0.012 |
| TBT (Total Blocking Time) | 410 ms | 640 ms |
| FCP (First Contentful Paint) | 2.0 s | 0.6 s |
| Speed Index | 3.8 s | 1.8 s |

Valor correcto  Valor que debes mejorar

### Qué son los datos de laboratorio

Las métricas de laboratorio se obtienen con Lighthouse en un entorno simulado y controlado (red y dispositivo fijos): son reproducibles y sirven para diagnosticar, mientras que los datos de campo (CrUX) reflejan la experiencia real de los usuarios. Significado de cada una: LCP, tiempo hasta que se pinta el mayor elemento visible, objetivo < 2,5 s; CLS, estabilidad visual o cuánto se mueve el contenido al cargar, objetivo < 0,1; TBT, tiempo total en que el navegador queda bloqueado y no responde, objetivo < 200 ms (anticipa el INP); FCP, primer contenido que aparece, objetivo < 1,8 s; Speed Index, rapidez con la que se pinta la página, objetivo < 3,4 s.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Diagnóstico de rendimiento (qué corregir)

Aquí tienes los recursos concretos que frenan la carga, según Google PageSpeed: qué archivos bloquean el render, qué imágenes pesan demasiado y qué elemento provoca el LCP. Con esto el programador sabe exactamente qué tocar.

Laboratorio vs campo: qué significa cada cifra

El laboratorio simula un móvil lento con red 4G limitada: por eso el LCP de laboratorio puede parecer alarmante. El campo (CrUX) refleja usuarios reales y es lo que Google usa para posicionar. Si el campo está cerca del umbral (2,5 s) el problema es real pero no crítico: hay que mejorarlo para entrar en 'bueno', no es una emergencia.

### Recursos que bloquean el render (añade defer/async o muévelos)

No se han detectado recursos que bloqueen el render.

### Imágenes a optimizar (formato moderno y tamaño)

Las imágenes ya están optimizadas.

### Elemento que provoca el LCP (el más grande en la primera pantalla)

No disponible (PageSpeed no lo ha identificado).

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Recursos que bloquean el renderizado

Estos son los recursos reales detectados en la home que el navegador tiene que descargar y ejecutar ANTES de dibujar la pagina, retrasando lo que ve el usuario (LCP) y penalizando los Core Web Vitals. Aqui tienes cuales son exactamente y como corregirlos.

### Contenido en iframe detectado

· https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-XXXXXXX

POR QUE IMPORTA

Google NO indexa el contenido DENTRO de un iframe como parte de esta pagina: si hay texto o informacion importante dentro del iframe, no cuenta para tu SEO. Revisa estas URLs; si son widgets externos (mapas, videos, formularios) esta bien, pero si metes contenido propio relevante, sacalo del iframe y ponlo directamente en el HTML de la pagina.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Peso por tipo de archivo

De qué se compone el peso que descarga el navegador. Reducir lo que más pesa (imágenes, JavaScript y fuentes) acelera la carga y mejora los Core Web Vitals.

| Tipo de archivo | Peso | % |
|---|---|---|
| HTML | **23.1 KB** | 2% |
| CSS | **23.9 KB** | 2% |
| JavaScript | **770.2 KB** | 75% |
| Imágenes | **29.0 KB** | 3% |
| Fuentes | **169.6 KB** | 17% |
| Terceros | **931.2 KB** | 91% |
| Otros | **6.0 KB** | 1% |
| Total | **1.021.7 KB** | 100% |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Errores de JavaScript

**Se han detectado 5 errores de JavaScript/red** al cargar la página en un navegador real, agrupados en **1 tipos**. La mayoría provienen de scripts de terceros (analítica, píxeles de seguimiento) y **no afectan al SEO del contenido**, aunque conviene revisarlos para mantener limpia la consola.

## TIPOS DE ERROR DETECTADOS

`net::ERR_ABORTED`

IMPACTO BAJO

QUÉ SIGNIFICA

El navegador cancela la carga del recurso antes de completarla.

POR QUÉ PASA

Por timeout o porque el DOM ya no necesita ese recurso.

**Estos errores son de terceros** y, en general, no afectan al SEO del contenido. Sí pueden impactar en la experiencia de usuario y en la analítica, por eso conviene limpiarlos.

## COMO RESOLVERLOS

- Revisar la configuración de los scripts de seguimiento.
- En errores 400 de primera parte, revisar la URL del recurso.
- Considerar alternativas a los scripts que dan errores.
- Validar los parámetros de los endpoints de terceros.
- Verificar que los parámetros de los píxeles sean válidos.
- Verificar que GTM no genere solicitudes inválidas.
- Asegurar que los bloqueadores no interfieran.
- Optimizar la carga de los recursos críticos.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Seguridad y validación técnica

Comprobaciones de seguridad de las cabeceras del servidor, validación del código HTML (W3C) y enlaces rotos. Mejoran la confianza, la calidad técnica y la experiencia, factores que Google valora.

## Cabeceras de seguridad

| Cabecera | Estado | Valor recomendado |
|---|---|---|
| Conexion segura (HTTPS) | ✗ | `OK` |
| HSTS (fuerza HTTPS en el navegador) | ! | `max-age=31536000; includeSubDomains` |
| Content-Security-Policy (CSP) | ! | `empezar en Report-Only` |
| X-Content-Type-Options | ! | `nosniff` |
| X-Frame-Options (anti-clickjacking) | ! | `SAMEORIGIN` |
| Referrer-Policy | ! | `strict-origin-when-cross-origin` |
| Cookies seguras (Secure) | ! | `Secure; HttpOnly; SameSite` |

Las que faltan se activan en minutos en Cloudflare (Rules -> Transform Rules -> Modify Response Header) o en el servidor. La CSP debe empezar SIEMPRE en modo Content-Security-Policy-Report-Only para no romper la web y, una vez afinada, pasarla a activa.

## Validación HTML (W3C)

Ver el detalle y cómo corregirlo en las páginas siguientes »

| | |
|---|---|
| Errores HTML | |
| Avisos HTML | |

## Enlaces rotos

No se han detectado enlaces rotos entre los enlaces comprobados.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Detalle de la validación HTML (W3C)

Detalle de los problemas que el validador oficial del W3C ha encontrado en el HTML de la página principal. Cada línea indica el tipo (error o aviso), el mensaje y el fragmento de código afectado. Debajo tienes una guía rápida para corregirlos.

**Error:** Bad value “https://fonts.bunny.net/css?family=inter:100,200,300,400,500,600,700,800,900|roboto:100,300,400,500,700,900&display=swap” for attribu..

Código: net" link href="https://fonts.bunny.net/css?family=inter:100,200,300,400,500,600,700,8..

**Error:** An inline “script” element (i.e., a “script” element without a “src” attribute and with a “type” attribute that is either unspecified, empty, or a J..

Código: script defer(funct

**Error:** An inline “script” element (i.e., a “script” element without a “src” attribute and with a “type” attribute that is either unspecified, empty, or a J..

Código: ipt script defer v

**Error:** Attribute “x-data” not allowed on element “body” at this point.

Código: /head body class="" x-data="{}"

**Error:** Attribute “x-data” not allowed on element “div” at this point.

Código: div x-data="cookieConsent()" x-init="init()" id="modal-cookies"

**Error:** Attribute “x-init” not allowed on element “div” at this point.

Código: div x-data="cookieConsent()" x-init="init()" id="modal-cookies"

**Error:** Attribute “x-cloak” not allowed on element “div” at this point.

Código: es" div x-cloak x-show="show" x-transition.opacity.duration.200ms class="fixed inset-0..

**Error:** Attribute “x-show” not allowed on element “div” at this point.

Código: es" div x-cloak x-show="show" x-transition.opacity.duration.200ms class="fixed inset-0..

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Detalle de la validación HTML (W3C)

**Error:** Attribute “x-transition.opacity.duration.200ms” not allowed on element “div” at this point.
Código: es" div x-cloak x-show="show" x-transition.opacity.duration.200ms class="fixed inset-0..

**Aviso:** 1N9http://swpanel.com
Código: 200

**Aviso:** Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
Código: net" link href="https://fonts.bunny.net/css?family=inter:100,200,300,400,500,600,700,8..

**Aviso:** Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
Código: " / link rel="preload" as="style" href="https://www.swpanel.com/build/assets/app-BC3VH..

**Aviso:** Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
Código: Dm.css" /link rel="modulepreload" as="script" href="https://www.swpanel.com/build/asse..

**Aviso:** Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
Código: Tj5.js" /link rel="stylesheet" href="https://www.swpanel.com/build/assets/app-BC3VHMDm..

### Cómo corregir los errores HTML más comunes

Cierra todas las etiquetas que lo requieran y anídalas correctamente (sin solapar bloques). Usa un único atributo id por elemento (sin duplicados) y añade el atributo alt a todas las imágenes. Declara el doctype HTML5 y el charset UTF-8 en la cabecera. Elimina atributos obsoletos o no válidos y evita contenido fuera del body. Revalida en validator.w3.org hasta dejarlo limpio.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Etiquetas de cabecera

Detección automática de etiquetas técnicas, configuración de rastreo, herramientas de marketing y seguridad de la home.

• 7 correctas • 1 por revisar

**Charset: UTF-8** Prioridad Media
Declara como se interpretan los caracteres (acentos, enes). Evita que el texto se vea con simbolos raros y ayuda a navegador y buscador a leer bien el contenido.

**URL canónica (canonical) definida** Prioridad Media
La URL canonica le dice a Google cual es la version 'oficial' de una pagina. Evita que el contenido duplicado (mismo texto en varias URLs) reparta la fuerza SEO.

**Meta robots: index, follow** Prioridad Alta
Archivo que indica a los buscadores que pueden o no rastrear. Bien usado ahorra recursos de rastreo y protege secciones privadas.

**AMP (Accelerated Mobile Pages): no** Prioridad Media

**Favicon** Prioridad Baja
El iconito de la pestana del navegador. Refuerza la marca y aparece junto al resultado en moviles; su ausencia da imagen de web descuidada.

**Imagen destacada (og:image)** Prioridad Baja
El atributo alt describe la imagen. Es vital para accesibilidad (lectores de pantalla) y para que Google entienda e indexe las imagenes en Google Imagenes.

**Open Graph (Facebook / LinkedIn)** Prioridad Baja
Etiquetas que controlan como se ve la web al compartirla en Facebook, LinkedIn o WhatsApp (imagen, titulo, descripcion). Mejoran el aspecto y los clics desde redes.

**Twitter Cards: sí** Prioridad Media
Twitter Card define como se muestra la pagina al compartirla en X/Twitter. Da una tarjeta visual atractiva en lugar de un enlace soso.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Rastreo e indexación

• 6 correctas • 1 por revisar

**Sitemap XML** Prioridad Alta
Es la lista de URLs que quieres que Google indexe. Acelera y ordena el rastreo; sin el, el buscador tarda mas en descubrir paginas nuevas.

**robots.txt** Prioridad Alta
Archivo que indica a los buscadores que pueden o no rastrear. Bien usado ahorra recursos de rastreo y protege secciones privadas.

**Datos estructurados (schema.org)** Prioridad Media
Datos estructurados (Schema.org) que explican a Google que es cada cosa (empresa, producto, FAQ). Habilitan resultados enriquecidos con estrellas, precios, etc. (mas clics).

**Idioma declarado: ES** Prioridad Alta
El atributo lang dice en que idioma esta la pagina. Ayuda a mostrarla al publico correcto y es clave para webs en varios idiomas y accesibilidad.

**Contenido en iframe (Google no rastrea su interior): 1** Prioridad Media
El volumen de texto util. Un contenido demasiado corto (thin content) aporta poco valor y Google lo posiciona peor; lo ideal es cubrir bien el tema.

**Flash: no** Prioridad Media

**Ratio código / texto: 9%** Prioridad Media

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Redirecciones del dominio

Las **4 variantes** del dominio (con y sin **www**, en **http** y **https**) terminan en la misma URL canónica: **www.swpanel.com/es**. 3 de las 4 encadenan saltos de más; lo ideal es que todas resuelvan en **1 salto**. Más abajo, el estado del **certificado SSL**.

## VARIANTES DEL DOMINIO

**TODAS REDIRIGEN A » www.swpanel.com/es** — URL final consistente

| | | | |
|---|---|---|---|
| `http://swpanel.com` | 200 |  | 3 saltos — A reducir |
| `http://www.swpanel.com` | 200 |  | 2 saltos — Mejorable |
| `https://swpanel.com` | 200 |  | 2 saltos — Mejorable |
| `https://www.swpanel.com` | 200 |  | 1 salto — Optimo |

**Bien:** las 4 variantes acaban en la misma URL canónica.

**A mejorar:** conviene reducir todas las variantes a **1 salto** para acelerar la carga y conservar al máximo la autoridad de enlace en cada redirección.

## CERTIFICADO SSL

**Conexión segura (HTTPS)** — VALIDO

EMISOR (AUTORIDAD CERTIFICADORA)

**C=US, O=Google Trust Services, CN=WE1**

CADUCIDAD

**Sun, 20 Dec 2026 15:38:48 GMT**

~48 días desde la fecha del análisis · se renueva antes de caducar

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

04

# Contenido y meta etiquetas

Calidad del contenido, títulos, descripciones y datos estructurados de tus páginas.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Contenido y etiquetas: comprobaciones

Revisión del contenido y de las etiquetas que Google lee para entender y mostrar tu página (title, meta description, encabezados, imágenes y redes). Cada fila incluye una explicación sencilla.

• 9 correctas

**Título óptimo (42 car.): Panel de control de hosting SaaS | SWPanel** Prioridad Alta

**Meta description óptima (138 car.)** Prioridad Media
Scripts que se cargan antes de mostrar la pagina y la bloquean. Retrasan lo que ve el usuario y penalizan las Core Web Vitals (velocidad). Se solucionan con async/defer.

**URL canónica definida** Prioridad Media

**Un único H1 (correcto): Panel de control de servidores cloud: Gestiona dominios, s** Prioridad Alta
El H1 es el titulo principal visible de la pagina. Debe haber solo uno y resumir de que trata; ayuda a Google y al usuario a entender el tema.

**Buena jerarquía de subtítulos (H2=8, H3=21)** Prioridad Alta
Los H2/H3 son subtitulos que estructuran el contenido en secciones. Mejoran la legibilidad y ayudan a Google a entender la jerarquia de la informacion.

**Contenido suficiente (3052 palabras)** Prioridad Media
El volumen de texto util. Un contenido demasiado corto (thin content) aporta poco valor y Google lo posiciona peor; lo ideal es cubrir bien el tema.

**Las 7 imágenes tienen atributo alt** Prioridad Media
El atributo alt describe la imagen. Es vital para accesibilidad (lectores de pantalla) y para que Google entienda e indexe las imagenes en Google Imagenes.

**Open Graph configurado (título + imagen)** Prioridad Alta
El atributo alt describe la imagen. Es vital para accesibilidad (lectores de pantalla) y para que Google entienda e indexe las imagenes en Google Imagenes.

**Twitter Card configurada** Prioridad Media
Twitter Card define como se muestra la pagina al compartirla en X/Twitter. Da una tarjeta visual atractiva en lugar de un enlace soso.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Vista previa en Google (snippet)

Así es como se ve (aproximadamente) la página principal en los resultados de Google con el title y la meta description actuales. El title y la descripción son tu 'anuncio' gratuito: si no comunican valor o faltan, se pierden clics aunque la posición sea buena.

swpanel.com › ...

## Panel de control de hosting SaaS | SWPanel

Gestiona dominios, hosting, correo y servidores cloud desde un único panel. Migra desde cPanel, Plesk o DirectAdmin en 1 clic con SWPanel.

CÓMO OPTIMIZAR EL SNIPPET

Title: 30-60 caracteres (el tuyo tiene 42), con la palabra clave principal al inicio y la marca al final. Meta description: 120-160 caracteres, que resuma el valor y termine con una llamada a la acción. Google puede reescribirlos, pero un buen title y descripción suben el CTR (clics) a igual posición.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Densidad de palabras clave

Con qué frecuencia aparecen tus términos principales y si están donde más pesan (título, meta descripción y encabezados). Un buen reparto refuerza la temática; un exceso (sobreoptimización) penaliza.

| Palabra clave | Repeticiones | Densidad | Título | Descripción | Encabezados |
|---|---|---|---|---|---|
| servidores | **27** | 0.9% | - | Sí | Sí |
| hosting | **20** | 0.7% | Sí | Sí | Sí |
| gestión | **20** | 0.7% | - | Sí | Sí |
| swpanel | **18** | 0.6% | Sí | Sí | Sí |
| servicios | **16** | 0.5% | - | - | - |
| panel | **14** | 0.5% | Sí | Sí | Sí |
| dominios | **12** | 0.4% | - | Sí | Sí |
| cloud | **11** | 0.4% | - | Sí | Sí |
| servidor | **9** | 0.3% | - | Sí | Sí |
| clic | **9** | 0.3% | - | Sí | - |
| único | **8** | 0.3% | - | Sí | Sí |
| control | **7** | 0.2% | Sí | - | Sí |
| plataforma | **7** | 0.2% | - | - | - |
| correo | **7** | 0.2% | - | Sí | Sí |
| infraestructura | **7** | 0.2% | - | - | Sí |
| saas | **6** | 0.2% | Sí | - | - |
| utiliza | **6** | 0.2% | - | - | - |
| tipo | **6** | 0.2% | - | - | - |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Estructura de encabezados

El esqueleto de tu contenido: una jerarquía clara (un único H1, H2 para secciones, H3 para subsecciones) ayuda a Google y al lector a entender de qué trata cada página.

Idioma de la web — Declarado: **ES** Detectado: **ES**

| Nivel | Contenido |
|---|---|
| H1 | Panel de control de servidores cloud: Gestiona dominios, servidores y correo desde un único lugar |
| H2 | Deja atrás el caos de gestionar hosting en mil sitios |
| H2 | Una forma radicalmente más simple de gestionar tu hosting |
| H2 | Todo lo que necesitas para gestionar y revender hosting |
| H2 | Pensado para tu modelo de negocio |
| H2 | Ofrece hosting bajo tu propia marca |
| H2 | Historias de quien construye con SWPanel |
| H2 | Resolvemos tus dudas |
| H2 | ¿Listo para centralizar tu infraestructura? |
| H3 | Configuración de cookies |
| H3 | Un solo panel para cualquier servicio |
| H3 | Migrar servicios ya no es un problema |
| H3 | Gestión sin afectar tus recursos |
| H3 | Un árbol integral de todos tus servicios |
| H3 | Dominios y SSL |
| H3 | Hosting |
| H3 | Infraestructura Cloud |
| H3 | Usuarios y accesos |
| H3 | Resellers (RHA) |
| H3 | Financiera |
| H3 | Web Developers |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Datos estructurados (schema.org)

Los datos estructurados (schema.org) le explican a Google qué es cada página y le permiten mostrar resultados enriquecidos (estrellas, precios, preguntas desplegables, migas de pan), ganando espacio y clics en la SERP. Aquí ves qué tienes ahora, qué schema conviene por tipo de página y el código JSON-LD listo para pegar.

QUÉ TIENES AHORA

Se han detectado estos tipos de schema en la home: SoftwareApplication, FAQPage, Question, Answer. Verifica que los campos obligatorios estén completos y amplíalos con los tipos recomendados de abajo.

## Schema recomendado por tipo de página

| | |
|---|---|
| **Home** | Organization, WebSite |
| **Landings comerciales** | Product, Offer |
| **Páginas FAQ** | FAQPage |
| **Blog** | BlogPosting, Article, BreadcrumbList |
| **Guías y tutoriales** | HowTo, Article, BreadcrumbList |
| **Contacto** | ContactPage |
| **Comparativas** | Product, Review, ItemList |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Datos estructurados (schema.org)

Código JSON-LD listo para pegar dentro de una etiqueta script type=application/ld+json en la sección head de la página. Sustituye los textos de ejemplo por los reales de cada página.

JSON-LD: Organization (home)

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "name": "swpanel.com",
  "url": "https://swpanel.com"
}
```

JSON-LD: FAQPage (páginas de servicio/segmento)

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [{
    "@type": "Question",
    "name": "Pregunta real del cliente...",
    "acceptedAnswer": { "@type": "Answer", "text": "Respuesta clara y breve..." }
  }]
}
```

REGLA DE ORO

El contenido del JSON-LD debe coincidir con lo que se ve en la página, o Google lo ignora. NO inventes valoraciones (aggregateRating): solo se deben poner si hay reseñas reales y visibles, porque Google penaliza las falsas. Valida siempre con el Rich Results Test antes de publicar.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Confianza y conversión (E-E-A-T)

Para cualquier negocio, Google y los usuarios buscan señales de confianza (E-E-A-T: experiencia, especialización, autoridad y fiabilidad) y llamadas a la acción claras. Esta es una detección automática de señales en la home; revísala de forma manual para confirmarla.

| | |
|---|---|
| Página 'Sobre nosotros' / equipo / empresa | No detectado |
| Testimonios, reseñas o casos de éxito | No detectado |
| Datos legales (aviso legal, privacidad, cookies) | Detectado |
| Contacto visible (teléfono, email, soporte) | Detectado |
| Llamada a la acción clara (demo, prueba, precios, registro) | Detectado |
| Pagina de estado/uptime publica (transparencia de servicio) | No detectado |
| Direccion fisica en datos estructurados (Organization) | No detectado |
| Coordenadas geo en datos estructurados (transparencia + RGPD) | No detectado |

CÓMO REFORZAR LA CONFIANZA Y LA CONVERSIÓN

Añade a las páginas comerciales bloques de confianza: años de experiencia, número de clientes, plazos y condiciones de servicio, soporte, certificaciones, casos de éxito y testimonios verificables, y fotos o capturas reales de lo que vendes. Coloca una llamada a la acción clara y visible sin hacer scroll (pedir presupuesto, comprar, contactar, precios). Mantén visibles los datos legales y de contacto. Todo esto sube la conversión y las señales E-E-A-T que Google valora.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Preparación para la IA (AI Overviews)

Google y los asistentes de IA (AI Overviews, ChatGPT, etc.) responden cada vez más preguntas directamente. Para aparecer ahí, el contenido debe responder de forma clara y estructurada. Esta es una detección automática de señales en la home; amplíalo a tus páginas clave.

| | |
|---|---|
| Bloques de definición ('qué es', 'para qué sirve') | **Detectado** |
| Preguntas frecuentes (FAQ) | **Detectado** |
| Comparativas / alternativas | **Detectado** |
| Contenido 'cómo funciona' / paso a paso | **Detectado** |
| Datos estructurados (schema.org) | **Detectado** |

CÓMO APARECER EN LAS RESPUESTAS DE IA

Empieza las guías y landings con una respuesta breve y directa (definición en 2-3 frases), añade bloques de preguntas frecuentes reales con schema FAQPage, crea comparativas objetivas con las alternativas del sector y estructura el contenido con encabezados claros (qué es, cómo funciona, beneficios). Esto aumenta las opciones de que la IA te cite como fuente.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

05

# Análisis página a página

Recorrido de todas las páginas rastreadas: estado, profundidad, enlazado y duplicados.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Análisis página a página

Este informe básico analiza solo la página principal. Activa el modo avanzado para rastrear y analizar todas las páginas del sitio, una por una.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Rastreo: robots.txt y sitemap

| | |
|---|---|
| Archivo robots.txt | Encontrado |
| Reglas Disallow definidas | 1 |
| Sitemap declarado en robots | Sí |
| Sitemap accesible | Sí |
| URLs en el sitemap | 3 |

QUÉ SON ROBOTS.TXT Y EL SITEMAP

El robots.txt indica a Google qué páginas puede o no rastrear. El sitemap.xml lista las URLs que quieres que indexe: ambos guían el rastreo y aceleran la indexación.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Valor e intención por página

No todas las páginas valen lo mismo. Esta tabla clasifica las páginas más relevantes por intención de búsqueda y valor de negocio, con una acción recomendada, para saber dónde invertir el esfuerzo primero (prioriza alto valor + intención comercial/transaccional).

| Página | Intención | Valor | Acción |
|---|---|---|---|
| /es | transaccional | alto | optimizar contenido |
| /es/para-web-developers | transaccional | alto | mejorar estructura |
| /es/para-resellers | transaccional | alto | optimizar titulos |
| /es/para-agencias-de-marketing | transaccional | alto | mejorar metas |
| /es/comunidad | informativa | medio | crear FAQ |
| /es/blog | informativa | medio | eliminar duplicados |
| /es/api | informativa | medio | mejorar H2 |
| /es/changelog | informativa | medio | optimizar contenido |
| /es/legal/privacy | informativa | bajo | revisar metas |
| /es/para-particulares | transaccional | alto | optimizar H1 |
| /es/para-agencias-de-ecommerce | transaccional | alto | mejorar estructura |
| /es/para-devops-y-sysops | informativa | medio | crear FAQ |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

06

# Competidores y benchmark

Cómo te posicionas frente a tus competidores y dónde están las oportunidades.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Competidores: sin competidores verificados

En este análisis no hemos incluido comparativas con competidores porque ningún candidato superó la verificación.

QUÉ HEMOS COMPROBADO

Cada competidor candidato (sugerido por la IA, por el solapamiento de palabras clave de DataForSEO o por los resultados de búsqueda) debe existir, responder y hablar de lo mismo que tu web: su title, H1 y H2 tienen que compartir tus palabras clave principales. Los dominios aparcados, las páginas vacías y los grandes portales de otro sector se descartan. Ningún candidato cumplió las tres condiciones, y preferimos decirlo antes que compararte con webs que no son tu competencia.

CÓMO COMPLETARLO

Indícanos entre 3 y 5 competidores directos (dominios que vendan lo mismo que tú al mismo tipo de cliente) y repetimos la comparativa, el gap de palabras clave y la mejora de copy con ellos.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Sugerencias de keywords vs competencia

12 keywords sugeridas para posicionar frente a la competencia, con su intención de búsqueda y la página de destino recomendada.

Baja Media Alta

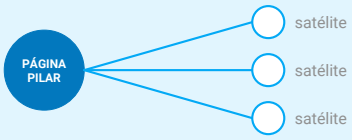
| KEYWORD | INTENCIÓN | COMPETENCIA | VOLUMEN | PÁGINA DE DESTINO |
|---|---|---|---|---|
| hosting para WordPress | Transaccional | Media | Medio | /es/para-web-developers |
| hosting para e-commerce | Transaccional | Media | Medio | /es/para-agencias-de-ecommerce |
| hosting para agencias de marketing | Transaccional | Media | Medio | /es/para-agencias-de-marketin |
| hosting con soporte 24/7 | Transaccional | Media | Medio | /es/legal/privacy |
| hosting con backup automático | Transaccional | Media | Medio | /es/api |
| hosting con ciberseguridad integrada | Transaccional | Media | Medio | /es/para-devops-y-sysops |
| hosting con API integrada | Transaccional | Media | Medio | /es/api |
| hosting con migración fácil | Transaccional | Media | Medio | /es |
| hosting con soporte multilingüe | Transaccional | Media | Medio | /es/para-web-developers |
| hosting para DevOps | Transaccional | Media | Medio | /es/para-devops-y-sysops |
| hosting con soporte técnico | Transaccional | Media | Medio | /es/legal/privacy |
| hosting con soporte para agencias | Transaccional | Media | Medio | /es/para-agencias-de-marketin |

Lectura: el medidor muestra el nivel de cada métrica (1-3 barras).

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Clusters de contenido - autoridad temática

Un **clúster de contenido** agrupa una **página pilar** con varios contenidos satélite que enlazan hacia ella. Esta estructura refuerza la **autoridad temática** ante los buscadores y ayuda a posicionar el conjunto de páginas.




## CLUSTERS DETECTADOS

### Panel de Control de Hosting

Transaccional · Prioridad alta

PÁGINA PILAR
https://www.swpanel.com/es

CONTENIDOS SATÉLITE

- https://www.swpanel.com/es/para-web-developers
- https://www.swpanel.com/es/para-resellers
- https://www.swpanel.com/es/para-agencias-de-marketing

POR QUÉ

Este cluster aborda la necesidad de usuarios que buscan una herramienta centralizada para gestionar hosting, servidores y correo. Cubre casos de uso como desarrolladores, revendedores y agencias.

QUÉ APORTA

Mejorar la visibilidad en busquedas transaccionales como "panel de control hosting" y aumentar el trafico de usuarios decididos a comprar.

### Soluciones DevOps y SysOps

Informativa · Prioridad media

PÁGINA PILAR
https://www.swpanel.com/es/para-devops-y-sysops

CONTENIDOS SATÉLITE

- https://www.swpanel.com/es/comunidad/categoria/devops
- https://www.swpanel.com/es/api
- https://www.swpanel.com/es/changelog

POR QUÉ

Este cluster responde a la necesidad de profesionales de DevOps y SysOps que buscan automatizar y gestionar servidores en la nube. Cubre temas como API, automatizacion y actualizaciones.

QUÉ APORTA

Captar trafico en busquedas informacionales como "soluciones DevOps" y "automatizacion de servidores".

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Clusters de contenido - autoridad temática

## Hosting para Particulares y Empresas

Transaccional

Prioridad alta

PÁGINA PILAR

https://www.swpanel.com/es/para-particulares

CONTENIDOS SATÉLITE

- https://www.swpanel.com/es/para-agencias-de-ecommerce
- https://www.swpanel.com/es/para-agencias-de-marketing
- https://www.swpanel.com/es/para-devops-y-sysops

POR QUÉ

Este cluster aborda la necesidad de particulares y pequenas empresas que buscan hosting sencillo y eficiente. Cubre casos de uso como tiendas online, agencias y profesionales.

QUÉ APORTA

Mejorar la visibilidad en busquedas transaccionales como "hosting para particulares" y aumentar el trafico de usuarios decididos a comprar.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Sugerencias de keywords - Google

Estas son búsquedas reales que los usuarios escriben en Google (autocompletar), a partir de los temas de tu web: keywords de cola larga con demanda real.
Cada búsqueda tiene una intención distinta, y la intención decide qué contenido crear. Aquí están agrupadas por intención, con el tipo de página recomendado y su valor de negocio.

## IDEAS AGRUPADAS POR INTENCIÓN

seed: `"panel de control de hosting"`

### Gratis - sensible al precio

COMPARATIVA GRATIS VS DE PAGO

Valor medio

- panel de control hosting gratis
- servidores hosting gratuitos

### Genérica - head term

PÁGINA PILAR

Valor alta competencia

- panel de control de hosting
- ferozo panel de control de hosting
- panel de control hosting web
- panel de control hosting arsys
- panel de control colombia hosting
- cual es el panel de control de hostinger
- mi panel de control hostinger
- panel de control the game hosting
- servidores hosting
- servidores hosting chile
- servidores hosting minecraft
- servidores hostinger correo
- servidores hostinger imap
- servidores hosting argentina
- servidores hosting cl
- servidores hosting web

### CÓMO APROVECHARLAS

Elige las que encajen con tu negocio y crea contenido que responda exactamente a esa búsqueda (una página o sección por intención). Listado orientativo: el autocompletar no da volumen exacto; para volumen y dificultad reales hacen falta herramientas de pago (Ahrefs, Semrush).

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

07

# Plan de implementación (hecho por nosotros)

Ficheros y etiquetas listos para copiar y pegar: robots, sitemap, schema y meta.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Hecho por nosotros

Este paquete incluye optimizaciones SEO listas para implementar que mejoran la visibilidad y el posicionamiento en buscadores.

Resuelve problemas como titulos duplicados, scripts bloqueantes y falta de contenido optimizado para las búsquedas.

LO HACEMOS POR TI

Si el sitio está alojado con nosotros, implementamos y validamos todas las mejoras técnicas y de contenido de forma automática y segura.

## ENTREGABLES

Ordenados de mayor a menor impacto

### 1 Robots.txt optimizado

DÓNDE · head

robots.txt

```
User-agent: *
Disallow: /es/legal/cookies
Sitemap: https://www.swpanel.com/sitemap.xml
```

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Hecho por nosotros

## 2 Sitemap.xml con URLs reales

DÓNDE · head

sitemap.xml

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="https://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>1.0</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/legal/privacy</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/para-web-developers</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/para-resellers</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/para-agencias-de-marketing</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/para-particulares</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/para-agencias-de-ecommerce</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/para-devops-y-sysops</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/comunidad</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>https://www.swpanel.com/es/blog</loc>
<lastmod>2024-04-05</lastmod>
<changefreq>monthly</changefreq>
```

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Hecho por nosotros

## 3 JSON-LD Schema Organization

DÓNDE · head

schema.json

```
{
"@context": "https://schema.org",
"@type": "Organization",
"name": "SWPanel",
"url": "https://www.swpanel.com",
"logo": "https://www.swpanel.com/logo.png",
"description": "Gestiona dominios, hosting, correo y servidores cloud desde un ú nico panel. Migr

a desde cPanel, Plesk o DirectAdmin en 1 clic con SWPanel.",
"foundingDate": "2023",
"founders": [
{
"@type": "Person",
"name": "SWPanel Team"
}
],
"address": {
"@type": "PostalAddress",
"streetAddress": "Calle Falsa 123",
"addressLocality": "Madrid",
"addressRegion": "Madrid",
"postalCode": "28001",
"addressCountry": "ES"
},
"contactPoint": {
"@type": "ContactPoint",
"telephone": "+34 123 456 789",
"contactType": "customer support",
"email": "soporte@swpanel.com",
"areaServed": "ES"
},
"sameAs": [
"https://www.facebook.com/swpanel",
"https://twitter.com/swpanel",
"https://www.instagram.com/swpanel"
]
}
```

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Hecho por nosotros

## 4 Open Graph

DÓNDE · head

og.html

```
<meta property="og:title" content="Panel de control de hosting SaaS | SWPanel">
<meta property="og:description" content="Gestiona dominios, hosting, correo y servidores cloud des

de un ú nico panel. Migra desde cPanel, Plesk o DirectAdmin en 1 clic con SWPanel.">
<meta property="og:url" content="https://www.swpanel.com">
<meta property="og:type" content="website">
<meta property="og:image" content="https://www.swpanel.com/logo.png">
<meta property="og:site_name" content="SWPanel">
<meta property="og:locale" content="es_ES">
```

## 5 H1 optimizado

DÓNDE · body

h1.html

```
<h1>Panel de control de servidores cloud: Gestiona dominios, servidores y correo desde un ú nico
lu
gar</h1>
```

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

08

# Recomendaciones y plan de acción

Prioridades y hoja de ruta para mejorar tu posicionamiento paso a paso.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Recomendaciones priorizadas

QUÉ ES

Sección de recomendaciones priorizadas para mejorar el SEO y el rendimiento de la web

EN QUÉ SE BASA

Analisis de scripts bloqueantes, duplicados, velocidad, posicionamiento y keywords

OBJETIVO

Optimizar el SEO, aumentar la visibilidad y mejorar la experiencia de usuario

QUÉ CONSEGUIRÁS

Mejora en posicionamiento, mayor CTR, mayor tiempo en página y mayor conversión

PROBLEMA

**4 scripts bloqueantes que afectan el LCP**

Alta

DIAGNÓSTICO

CAUSA

Scripts sin atributos async o defer que bloquean el render

IMPACTO

Afecta la velocidad de carga y el posicionamiento en Google

SOLUCIÓN

ACCIÓN Añadir async o defer a scripts no críticos

CÓMO HACERLO

Modificar el HTML para incluir async o defer en los scripts no esenciales

```
Ejemplo - etiqueta script
<script src="https://www.swpanel.com/js/script1.js"></script>
<script src="https://www.swpanel.com/js/script1.js" defer></script>
```

Consulta «Recursos que bloquean el render» para la lista completa de scripts.

CÓMO VERIFICAR

Lighthouse - Chrome DevTools

Comprobar que el LCP disminuya y que los scripts no bloqueen el render

BENEFICIO ESPERADO

Mejora en velocidad | mejor posicionamiento | mayor CTR

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Recomendaciones priorizadas

PROBLEMA

**2 titulos duplicados**

Media

DIAGNÓSTICO

CAUSA

Paginas con mismo title (ej: /es/blog y /es/blog?page=1)

IMPACTO

Confusion para Google, posible penalizacion en indexacion

SOLUCIÓN

ACCIÓN Diferenciar los titulos con sufijos o paginacion

CÓMO HACERLO

Modificar el title de cada pagina para incluir la paginacion o un sufijo unico

```
Ejemplo - etiqueta script
<title>Blog de SWPanel - Noticias y tutoriales sobre hosting y panel de
control</title>
<title>Blog de SWPanel - Noticias y tutoriales sobre hosting y panel de control |
Pá gina 1</title>
```

Consulta «`Recursos que bloquean el render`» para la lista completa de scripts.

CÓMO VERIFICAR

Screaming Frog SEO Spider — Comprobar que no haya titulos duplicados en el HTML

BENEFICIO ESPERADO

- Mejora en indexacion
- mayor relevancia
- mejor posicionamiento

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Recomendaciones priorizadas

PROBLEMA

**2 metas duplicadas**

Media

DIAGNÓSTICO

CAUSA

Paginas con misma meta description (ej: /es/blog y /es/blog?page=1)

IMPACTO

Confusion para Google, posible penalizacion en indexacion

SOLUCIÓN

ACCIÓN Diferenciar las metas con sufijos o paginacion

CÓMO HACERLO

Modificar la meta description de cada pagina para incluir la paginacion o un sufijo unico

```
Ejemplo - etiqueta script
<meta name="description" content="Blog de SWPanel - Noticias y tutoriales sobre hosting y panel de control">
<meta name="description" content="Blog de SWPanel - Noticias y tutoriales sobre hosting y panel de control | Pá gina 1">
```

Consulta «`Recursos que bloquean el render`» para la lista completa de scripts.

CÓMO VERIFICAR

Screaming Frog SEO Spider — Comprobar que no haya metas duplicadas en el HTML

BENEFICIO ESPERADO

- Mejora en indexacion
- mayor relevancia
- mejor posicionamiento

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Recomendaciones priorizadas

PROBLEMA

**Pagina con poco contenido (thin content)**

Baja

DIAGNÓSTICO

CAUSA

Pagina /es/legal/cookies con contenido insuficiente

IMPACTO

No aporta valor, no posiciona bien

SOLUCIÓN

ACCIÓN Aumentar contenido y optimizar para keywords relevantes

CÓMO HACERLO

Añadir contenido original, explicaciones y keywords relevantes

```
Ejemplo - etiqueta script
<p>Esta pagina contiene informacion legal...</p>
<p>En esta pagina encontraras informacion detallada sobre las cookies utilizadas por
SWPanel, su funcionamiento, tipos y como gestionarlas desde el panel de control.
Aprende a configurar las cookies segun tus necesidades y cumplir con las normativas de
privacidad.</p>
```

Consulta «`Recursos que bloquean el render`» para la lista completa de scripts.

CÓMO VERIFICAR

Google Search Console

Comprobar que la pagina sea indexada y que aparezca en resultados relevantes

BENEFICIO ESPERADO

Mejora en posicionamiento | mayor relevancia | mayor trafico

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Recomendaciones priorizadas

PROBLEMA

**Pagina con noindex**

Baja

DIAGNÓSTICO

CAUSA

Pagina con meta robots="noindex"

IMPACTO

No aparece en resultados de Google

SOLUCIÓN

ACCIÓN Eliminar el noindex si es relevante para el posicionamiento

CÓMO HACERLO

Modificar el meta robots para permitir indexacion

```
Ejemplo - etiqueta script
<meta name="robots" content="noindex">
<meta name="robots" content="index,follow">
```

Consulta «Recursos que bloquean el render» para la lista completa de scripts.

CÓMO VERIFICAR

Google Search Console

Comprobar que la pagina sea indexada y aparezca en resultados

BENEFICIO ESPERADO

Mayor visibilidad | mayor trafico | mejor posicionamiento

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Recomendaciones priorizadas

PROBLEMA

**Paginas con poco contenido (thin content)**

Baja

DIAGNÓSTICO

CAUSA

Paginas con menos de 1000 palabras y sin valor agregado

IMPACTO

No aportan valor, no posicionan bien

SOLUCIÓN

ACCIÓN Aumentar contenido y optimizar para keywords relevantes

CÓMO HACERLO

Añadir contenido original, explicaciones y keywords relevantes

```
Ejemplo - etiqueta script
<p>Esta pagina contiene informacion basica...</p>
<p>En esta pagina encontraras informacion detallada sobre [tema], su funcionamiento,
tipos y como gestionarlo desde el panel de control. Aprende a configurar [tema] segun
tus necesidades y cumplir con las normativas de privacidad.</p>
```

Consulta «`Recursos que bloquean el render`» para la lista completa de scripts.

CÓMO VERIFICAR

Google Search Console

Comprobar que la pagina sea indexada y que aparezca en resultados relevantes

BENEFICIO ESPERADO

Mejora en posicionamiento | mayor relevancia | mayor trafico

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Priorización de acciones (matriz ICE)

CÓMO LEER LA MATRIZ ICE

ICE = Impacto x Facilidad. Cuanto más alto, antes conviene hacerlo. Empieza por las acciones de prioridad Alta.

| Acción | Impacto | Facilidad | Prioridad |
|---|---|---|---|
| Añadir async o defer a scripts bloqueantes | 9 | 8 | Alta |
| Diferenciar titulos duplicados | 8 | 7 | Alta |
| Diferenciar metas duplicadas | 8 | 7 | Alta |
| Eliminar noindex en paginas relevantes | 7 | 8 | Media |
| Aumentar contenido en paginas thin | 6 | 6 | Media |
| Añadir contenido original y optimizado | 7 | 6 | Media |
| Mejorar velocidad con optimizacion de imagenes | 6 | 7 | Media |
| Añadir schema.org para mejorar rich snippets | 7 | 7 | Media |
| Mejorar posicionamiento con keywords relevantes | 8 | 6 | Media |
| Añadir FAQ y contenido de preguntas frecuentes | 6 | 7 | Media |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Hoja de ruta (roadmap)

Esta hoja de ruta ordena las recomendaciones en el tiempo para que el equipo sepa por dónde empezar.
Se agrupan en tres horizontes: quick wins, medio plazo y largo plazo, según esfuerzo e impacto.
El objetivo final es pasar de mejoras rápidas a una base sólida de autoridad y crecimiento orgánico.

## 1 Quick wins

0-30 dias

▲ EMPIEZA AQUÍ

**Aplicar defer/async a los scripts bloqueantes.**

» Mejora del LCP y de la puntuación de PageSpeed.

**Eliminar titulos duplicados.**

» Mejora del CTR y evita penalizaciones de Google.

**Eliminar metas duplicadas.**

» Mejora del CTR y evita penalizaciones de Google.

## 2 Medio plazo

1-3 meses

**Optimizar las URLs con canibalización de contenido.**

» Mejora de la indexación y evita la dispersión de autoridad.

**Añadir schema.org a todas las páginas clave.**

» Mejora de la visibilidad en resultados ricos y CTR.

**Crear contenido nuevo basado en preguntas reales de Google.**

» Aumento de tráfico orgánico y mejor posicionamiento.

## 3 Largo plazo

3-12 meses

**Desarrollar una estrategia de backlinks de calidad.**

» Aumento de la autoridad del dominio y posicionamiento.

**Mejorar la arquitectura de la web para mayor accesibilidad.**

» Mejora de la experiencia de usuario y SEO técnico.

**Implementar un plan de actualización constante del contenido.**

» Mantener y mejorar el tráfico orgánico a largo plazo.

**A DÓNDE LLEVA**

Este plan transforma la web en un referente de hosting SaaS, con posicionamiento sólido, experiencia de usuario optimizada y crecimiento sostenible del tráfico orgánico.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Plan de contenidos

Calendario editorial: los artículos que conviene publicar para captar tráfico, cada uno con su keyword objetivo, volumen, intención, mes y un brief listo.
Se basa en las keywords con oportunidad y en los clústers de contenido detectados en el análisis.

KEYWORD OBJETIVO `revenda hosting`

## Cómo vender hosting bajo tu marca con SWPanel

| MES | VOLUMEN | INTENCIÓN | FORMATO |
|---|---|---|---|
| 1<br>del calendario | 2.600<br>búsquedas / mes | Comercial | Guía |

### BRIEF PARA REDACCIÓN

OBJETIVO

Atraer empresas que quieran ofrecer hosting como servicio

H2 A INCLUIR

1. Ventajas de vender hosting con SWPanel
2. Cómo personalizar tu panel de control
3. Automatización de facturación y clientes

ENLACE INTERNO » `/revenda-hosting`

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Plan de contenidos

KEYWORD OBJETIVO `gestión de servidores`

## Centraliza tu infraestructura con el panel de control de SWPanel

| MES | VOLUMEN | INTENCIÓN | FORMATO |
|---|---|---|---|
| 2 del calendario | 6.600 búsquedas / mes | Informativa | Artículo |

### BRIEF PARA REDACCIÓN

OBJETIVO

Atraer empresas con múltiples dominios y servidores

H2 A INCLUIR

1. Panel de control para múltiples servidores
2. Gestión de dominios, correo y servidores en un solo lugar
3. Migración rápida desde cPanel, Plesk o DirectAdmin

ENLACE INTERNO » `/gestion-de-servidores`

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Plan de contenidos

KEYWORD OBJETIVO `hosting para web developers`

## Panel de control optimizado para web developers

| MES | VOLUMEN | INTENCIÓN | FORMATO |
|---|---|---|---|
| 3 del calendario | 1.800 búsquedas / mes | Informativa | Artículo |

### BRIEF PARA REDACCIÓN

OBJETIVO

Atraer desarrolladores que necesiten control total y automatización

H2 A INCLUIR

1. Panel de control para desarrolladores
2. Integración con APIs y automatización
3. Soporte técnico y documentación

ENLACE INTERNO » `/hosting-para-web-developers`

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Plan de contenidos

KEYWORD OBJETIVO `hosting bajo tu marca`

## Ofrece hosting bajo tu marca con SWPanel

| MES | VOLUMEN | INTENCIÓN | FORMATO |
|---|---|---|---|
| 4 del calendario | 2.600 búsquedas / mes | Comercial | Guía |

### BRIEF PARA REDACCIÓN

OBJETIVO

Atraer empresas que quieran ofrecer hosting como servicio

H2 A INCLUIR

1. Panel de control personalizable
2. Automatización de facturación y clientes
3. Soporte técnico incluido

ENLACE INTERNO » `/hosting-bajo-tu-marca`

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Plan de contenidos

KEYWORD OBJETIVO `revendedor hosting`

## Cómo ser revendedor de hosting con SWPanel

| MES | VOLUMEN | INTENCIÓN | FORMATO |
|---|---|---|---|
| 5 del calendario | 2.600 búsquedas / mes | Comercial | Guía |

### BRIEF PARA REDACCIÓN

OBJETIVO

Atraer empresas que quieran ofrecer hosting como servicio

H2 A INCLUIR

1. Panel de control personalizable
2. Automatización de facturación y clientes
3. Soporte técnico incluido

ENLACE INTERNO » `/revendedor-hosting`

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Plan de contenidos

KEYWORD OBJETIVO `panel de control hosting`

## Panel de control de hosting SaaS para empresas

| MES | VOLUMEN | INTENCIÓN | FORMATO |
|---|---|---|---|
| 6 del calendario | 6.600 búsquedas / mes | Informativa | Artículo |

### BRIEF PARA REDACCIÓN

OBJETIVO

Atraer empresas que necesiten un panel de control centralizado

H2 A INCLUIR

1. Panel de control para múltiples servidores
2. Gestión de dominios, correo y servidores en un solo lugar
3. Migración rápida desde cPanel, Plesk o DirectAdmin

ENLACE INTERNO » `/panel-de-control-hosting`

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Tickets para implementar

QUÉ SON

Tickets de acciones concretas para mejorar el SEO del sitio web.

CÓMO SE HAN ELABORADO

A partir del analisis tecnico y on-page del sitio, identificando oportunidades claras.

QUÉ APORTAN

Mejoran el posicionamiento, la□□□□ y la visibilidad en buscadores.

CÓMO IMPLEMENTARLOS - POR QUÉ

Asignar a equipos tecnicos o de marketing, con pasos claros y comprobables.

## TICKETS

### SEO-01 Optimizar scripts bloqueantes

Prioridad alta | </> Tecnico

ÁMBITO (URLS)

https://www.swpanel.com

RESPONSABLE

Desarrollo

DESCRIPCIÓN

Aplicar atributos defer o async a los 4 scripts bloqueantes para mejorar el LCP.

CRITERIO DE ACEPTACIÓN

Los 4 scripts bloqueantes deben tener atributos defer o async y no afectar el LCP.

### SEO-02 Eliminar titulos duplicados

Prioridad media | </> On-page

ÁMBITO (URLS)

/es/blog
/es/legal/legal
/es/comunidad/categoria/cloud

RESPONSABLE

Marketing

DESCRIPCIÓN

Cambiar los titulos duplicados para que sean unicos y reflejen el contenido de cada pagina.

CRITERIO DE ACEPTACIÓN

Todos los titulos deben ser unicos y no repetirse en mas de una URL.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Tickets para implementar

## SEO-03 Mejorar la estructura de contenido

Prioridad media | </> Contenido

ÁMBITO (URLS)

/es/para-web-developers
/es/para-resellers
/es/para-agencias-de-marketing

RESPONSABLE

Contenido

DESCRIPCIÓN

Ajustar los subtitulos H2 para que sean mas descriptivos y cubran mejor el contenido de cada seccion.

CRITERIO DE ACEPTACIÓN

Los subtitulos H2 deben ser claros, descriptivos y no repetirse en la misma pagina.

## SEO-04 Crear contenido FAQ

Prioridad media | </> Contenido

ÁMBITO (URLS)

/es/comunidad
/es/api
/es/changelog

RESPONSABLE

Contenido

DESCRIPCIÓN

Añadir secciones FAQ con preguntas frecuentes y respuestas claras, basadas en las busquedas reales de Google.

CRITERIO DE ACEPTACIÓN

Cada pagina debe tener al menos 5 preguntas y respuestas relevantes, con formato adecuado y enlaces internos.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

09

# Ejemplos listos para implementar

Código y textos reales preparados para aplicar en tu web hoy mismo.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Código para copiar y pegar

El código y los textos listos para copiar y pegar, generados a partir de los datos de tu web.
Antes de publicar, sustituye los valores de ejemplo (teléfono, rutas de imagen, perfiles sociales) por los reales de tu web.

## 1 Etiqueta title optimizada

DÓNDE · head

42 car. - longitud optima

title.html

```
<title>Panel de control de hosting SaaS | SWPanel</title>
```

## 2 Meta description optimizada

DÓNDE · head

138 car. - longitud optima

meta.html

```
<meta name="description" content="Gestiona dominios, hosting, correo y servidores cloud des

de un ú nico panel. Migra desde cPanel, Plesk o DirectAdmin en 1 clic con SWPanel.">
```

## 3 H1 optimizado

DÓNDE · body

h1.html

```
<h1>Panel de control de servidores cloud: Gestiona dominios, servidores y correo desde un ú

nico lugar</h1>
```

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Código para copiar y pegar

### 4 JSON-LD Schema Organization

DÓNDE · head

schema.json

```
{
"@context": "https://schema.org",
"@type": "Organization",
"name": "SWPanel",
"url": "https://www.swpanel.com",
"logo": "https://www.swpanel.com/logo.png",
"description": "Gestiona dominios, hosting, correo y servidores cloud desde un ú nico pane

l. Migra desde cPanel, Plesk o DirectAdmin en 1 clic con SWPanel.",
"foundingDate": "2023",
"founders": [
{
"@type": "Person",
"name": "SWPanel Team"
}
],
"address": {
"@type": "PostalAddress",
"streetAddress": "Calle Falsa 123",
"addressLocality": "Madrid",
"addressRegion": "Madrid",
"postalCode": "28001",
"addressCountry": "ES"
},
"contactPoint": {
"@type": "ContactPoint",
"telephone": "+34 123 456 789",
"contactType": "customer support",
"email": "soporte@swpanel.com",
"areaServed": "ES"
},
"sameAs": [
"https://www.facebook.com/swpanel",
"https://twitter.com/swpanel",
"https://www.instagram.com/swpanel"
]
}
```

### 5 Atributo alt de imagen

DÓNDE · img

alt.html

```
<img src="https://www.swpanel.com/imagen.jpg" alt="Panel de control de servidores cloud: Ge

stiona dominios, servidores y correo desde un ú nico lugar">
```

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Código para copiar y pegar

### 6 H2 optimizado

DÓNDE · body

h2.html

```
<h2>Deja atrá s el caos de gestionar hosting en mil sitios</h2>
```

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

10

# Conclusiones y escenarios

Síntesis del diagnóstico y escenarios de crecimiento según el esfuerzo invertido.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Conclusiones técnicas

La web está en un estado técnico muy bueno, con un **score global de 86/100** y una estructura SEO sólida. Esto significa que, en términos generales, el sitio está bien optimizado para los motores de búsqueda y no presenta errores críticos que afecten la indexación o la experiencia del usuario. Por ejemplo, el sitio tiene **robots.txt y sitemap.xml activos**, lo que facilita el rastreo, y todas las páginas rastreadas (20) tienen **title, meta description y H1**, lo que es fundamental para la visibilidad en Google. Además, el uso de **esquemas (schema)** y de **canonicals** es correcto, lo que ayuda a evitar duplicados y a estructurar mejor el contenido para las búsquedas.

Sin embargo, hay un problema técnico con impacto directo en la **velocidad de carga y en el LCP (Largest Contentful Paint)**, que es un factor clave para el posicionamiento y la retención de usuarios. El sitio tiene **4 scripts bloqueantes**, es decir, scripts que no tienen las etiquetas async o defer necesarias para que se carguen de forma asíncrona o diferida. Esto hace que el navegador bloquee la renderización de la página mientras carga esos scripts, lo que retrasa la visualización del contenido principal. Este problema afecta especialmente a la **experiencia del usuario en dispositivos móviles**, donde el PageSpeed es de **74/100**, y en escritorio, con **71/100**. Si no se corrige, puede generar un mayor tiempo de espera, lo que incrementa el **bajo CTR (Click Through Rate)** y el **alto bounce rate**, afectando negativamente al posicionamiento y a la conversión.

Los arreglos técnicos con mayor impacto son:
1. **Aplicar defer o async a los 4 scripts bloqueantes**. Esto permitirá que el navegador cargue el contenido visible de la página sin esperar a que terminen de cargarse esos scripts, mejorando el LCP y la percepción de velocidad.
2. **Optimizar la profundidad de las URLs**. Aunque no hay errores críticos, el sitio tiene 58 páginas en el nivel 4 y más, lo que puede dificultar el rastreo y la priorización de contenido por parte de Google.
3. **Revisar los backlinks tóxicos**. Se han detectado enlaces con anclajes sospechosos (como "FREE SEO BACKLINKS - TRAFFIC BOOST - LINK DIRECTORY"), que pueden penalizar el dominio. Se recomienda usar la herramienta de **disavow** en Google Search Console para evitar que afecten la autoridad del sitio.
4. **Corregir duplicados de títulos y metas**. Aunque no hay errores en las páginas clave, hay **2 títulos duplicados** y **2 metas duplicadas**, lo que puede confundir a Google y reducir la relevancia de las páginas.

En comparación con los competidores, la web tiene una **estructura técnica sólida**, pero **puede mejorar en velocidad y en la limpieza de enlaces**. Por ejemplo, `hostingrival-b.com` tiene un PageSpeed de 71/100 en escritorio y 74/100 en móvil, similar a SWPanel, pero con una **mayor cantidad de palabras y de H2s**, lo que sugiere un contenido más denso y optimizado. Si se aplican las mejoras propuestas, SWPanel podría **mejorar su PageSpeed en 5-10 puntos**, lo que lo acercaría a competidores como `hostingrival-a.com` o `isredes.com`, que tienen estructuras similares.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Conclusiones técnicas

Para empezar, se recomienda **priorizar la corrección de los scripts bloqueantes**, ya que es una acción rápida y con un impacto inmediato en la velocidad de carga. Luego, se puede avanzar con la **limpieza de enlaces tóxicos** y con la **optimización de títulos y metas duplicadas**. Estas acciones permitirán mantener la buena salud técnica actual y mejorar la experiencia del usuario, lo que se traduce en un mejor posicionamiento y en una mayor retención de visitantes.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Conclusiones de negocio

Hoy en día, el sitio está perdiendo oportunidades de captar visitantes y clientes por problemas técnicos y de SEO que, aunque no son críticos, sí afectan la visibilidad y la experiencia del usuario. Por ejemplo, el **PageSpeed bajo** (71/100 en escritorio y 74/100 en móvil) puede hacer que los usuarios abandonen la página antes de ver el contenido, especialmente en dispositivos móviles, donde la velocidad es clave. Además, el **trafico orgánico estimado es de 1.240 visitas/mes**, lo que es bajo si se compara con competidores como `hostingrival-b.com`, que tiene **71.500 visitas/mes**. Esto significa que, aunque el sitio ya posiciona en Google para algunas keywords, como **"swpanel" (pos 1)** o **"gestión cuenta" (pos 37)**, no está aprovechando al máximo su potencial.

Si se corrigen los problemas técnicos y se optimiza el contenido, el sitio podría **aumentar su visibilidad y captar más tráfico orgánico**. Por ejemplo, al mejorar el LCP y el PageSpeed, se incrementará el **CTR (Click Through Rate)**, lo que significa que más usuarios entrarán al sitio desde Google. Además, al corregir los enlaces tóxicos, se mejorará la **autoridad del dominio**, lo que facilitará el posicionamiento para keywords más competitivas. En comparación con los competidores, SWPanel podría pasar de estar en una posición **marginal** a estar en una posición **más destacada**, especialmente en keywords con baja dificultad, como **"servidor ftp"** o **"cual es mi DNS"**, donde ya posiciona pero no lidera.

Un escenario realista, si se ejecutan las mejoras propuestas, es que el sitio **pueda duplicar su tráfico orgánico en 6 meses**, pasando de 1.240 a **2.400-2.600 visitas/mes** (estimación). En 12 meses, con una estrategia de contenido y de enlaces más sólida, podría alcanzar **3.500-4.500 visitas/mes**, dependiendo de la competencia y de la calidad de los contenidos. Esto se traduciría en **más leads, más conversiones y una mayor cuota de mercado** en el sector de hosting y servidores.

Para ver resultados rápidos, se recomienda **empezar por las acciones técnicas con mayor impacto**, como la corrección de los scripts bloqueantes y la limpieza de enlaces tóxicos. Estas acciones son fáciles de implementar y permiten ver mejoras en velocidad y en la salud del sitio en cuestión de días. Luego, se puede avanzar con la **optimización de títulos y metas duplicadas**, y con la **mejora del contenido on-page** para keywords clave.

En resumen, el sitio tiene una base sólida, pero necesita **optimizarse para convertir esa base en un motor de tráfico y de conversión**. Con un plan claro y acciones concretas, es posible no solo mantener el posicionamiento actual, sino mejorar en visibilidad, captación y cuota de mercado. El camino está allí: solo hay que dar el primer paso.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Notoriedad y reputación de marca - diagnóstico

1 / 2 · ESTADO ACTUAL

Análisis de **notoriedad** con datos públicos reales: autoridad de dominio **sin dato público**; backlinks **sin dato**; **0** reseñas públicas visibles.
La notoriedad mide cuánto te conocen y confían en ti: pesa en cómo te ve Google y, sobre todo, en si un cliente nuevo decide comprarte.

## VALORACIONES PUBLICAS DE LA MARCA

AUTORIDAD DE DOMINIO

—

OpenPageRank

SIN DATO

BACKLINKS

—

dominios de referencia

SIN DATO

RESEÑAS VISIBLES

0

Google

SIN RESEÑAS

## CONFIANZA Y E-E-A-T - QUE TIENES Y QUE FALTA

### A FAVOR

- Sin señales públicas de autoridad detectadas todavía

### A MEJORAR

- Sin dato público de autoridad de dominio
- Google: no hemos encontrado ficha de Maps con valoraciones de tu negocio
- Sin dato de backlinks (dominios de referencia)

Datos públicos best-effort (OpenPageRank, Google); las señales E-E-A-T no medidas no se afirman.

## PALANCAS PARA CONSTRUIR NOTORIEDAD Y AUTORIDAD

**1 Autoridad de dominio**

Gana backlinks de sitios relevantes y fiables de tu sector; es el factor que más mueve tu autoridad a medio plazo.

**2 Reseñas y reputación**

Pide valoraciones reales en Google y Trustpilot y responde a todas. Nota media y volumen = señales de confianza (E-E-A-T).

**3 Búsquedas de marca**

Cuanta más gente busca tu nombre en Google, más fuerte la marca. Impúlsalo con contenido, presencia social y campañas.

**4 Contenido y menciones**

Publica guías y recursos de referencia que otros quieran enlazar y citar, y consigue menciones en medios del sector.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Notoriedad y reputación de marca - plan de acción



Plan de acción para ganar **notoriedad y reputación**, ordenado en tres horizontes según esfuerzo e impacto.
En total **6 acciones**: 2 quick wins (0-30 días), 2 a medio plazo (1-3 meses) y 2 a largo plazo (3-12 meses).
Empieza por las rápidas: dan señales de confianza visibles en pocos días.

## 1 Quick wins

0-30 días

- Añadir el widget TrustBox en la home (impacto bajo)
- Crear un correo automático para pedir resenas (impacto medio)

## 2 Medio plazo

1-3 meses

- Añadir schema de resenas en las páginas clave (impacto medio)
- Crear una sección de "Casos de éxito" con datos reales (impacto alto)

## 3 Largo plazo

3-12 meses

- Mejorar el OpenPageRank mediante backlinks de calidad (impacto alto)
- Publicar contenido de valor (guías, tutoriales) para construir autoridad (impacto alto)

Los pasos concretos para subir tu autoridad están en las páginas de **Autoridad de enlaces**, **Hoja de ruta** y **Plan de acción** de este mismo informe, donde se priorizan por impacto y esfuerzo.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

11

# Qué te conviene hacer

Lo que dicen tus datos de Google y por qué página conviene empezar, ordenado por lo que te juegas en cada una.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Qué te conviene hacer

Esto no sale de revisar tu web, sino de **lo que hace la gente en Google**: qué búsquedas te enseñan, cuántas veces te pulsan y en qué puesto sales. Se comparan las dos últimas semanas con las dos anteriores.
Si una cifra no da para hablar de tendencia, aquí no aparece: preferimos callar antes que contarte una subida que no existe.

## LO QUE DICEN TUS DATOS

**Conecta Search Console y te digo por donde te buscan**
Sin Search Console solo puedo mirar tu web por fuera. Con él sabrás por qué búsquedas apareces, cuáles te dan visitas y cuáles se te escapan en la página 2 de Google.
**Cómo se conecta, desde el dashboard de SEO de este servicio:**
1. Entra en el servicio y pulsa «Ver el apartado de SEO» para abrir su dashboard de SEO.
2. Abre la pestaña **Google** y elige **Search Console**.
3. Pulsa **Conectar Search Console** y autoriza a SWPanel con la cuenta de Google propietaria de tu web. Solo lee datos: no cambia nada en tu Search Console.
4. Vuelve al dashboard. Los primeros datos tardan dos o tres días en llegar, porque Google los entrega con retraso.
**Manual paso a paso:** «Conectar Google Search Console a SWPanel»
https://dev.swpanel.com/ayuda/BDC/manual/?id=2C767674E9

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

12

# Glosario

Definiciones claras de los términos técnicos usados a lo largo del informe.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Glosario

Definiciones sencillas de los términos técnicos que aparecen en este informe, ordenados alfabéticamente.

**301 / 404**
codigos de estado HTTP; 301 es una redireccion permanente y 404 una pagina no encontrada.

**Alt**
texto alternativo de una imagen; la describe para Google y para la accesibilidad.

**Anchor text**
texto visible y clicable de un enlace.

**Autoridad de dominio**
estimacion de la fuerza SEO de un dominio; cuanta mas, mas facil posicionar.

**Backlink**
enlace desde otra web hacia la tuya; suma autoridad si la fuente es buena.

**Canibalizacion**
dos paginas tuyas compiten por la misma keyword y se restan posiciones.

**Canonical**
etiqueta que indica a Google cual es la version principal de una pagina y evita duplicados.

**CLS**
medida de cuanto se mueve el contenido mientras carga (estabilidad visual).

**Cola larga**
busquedas largas y especificas, con menos competencia y mas intencion de compra.

**Core Web Vitals (CWV)**
conjunto de metricas de rendimiento y□□□□ de Google.

**Core Web Vitals**
metricas de Google que miden la experiencia real de uso (velocidad, estabilidad y respuesta).

**Crawl budget**
cantidad de paginas que Google rastrea en tu sitio.

**Crawl**
proceso de explorar y leer las paginas web por parte de Google.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Glosario

**CrUX**
(Chrome User Experience) datos reales de de las paginas.

**CTR**
porcentaje de personas que hacen clic en tu resultado tras verlo en Google.

**Cuota de visibilidad**
porcion del trafico de busqueda de tu sector que captas frente a la competencia.

**Defer**
atributo que indica que un script se cargue despues del contenido.

**DNS**
sistema que traduce nombres de dominio a direcciones IP.

**EEAT**
criterios de Google (experiencia, pericia, autoridad y confianza) para valorar la calidad.

**FID**
(First Input Delay) medida de la respuesta a la primera interaccion del usuario.

**H1**
encabezado principal visible de una pagina; resume de que trata.

**Hreflang**
etiqueta que indica a Google la version de una pagina en otro idioma o pais.

**HTML**
lenguaje de marcado para crear paginas web.

**HTTPS**
version segura y cifrada de la conexion web (el candado del navegador).

**Indexacion**
proceso por el que Google incluye una pagina en sus resultados.

**INP**
medida de lo rapido que la pagina responde a las interacciones del usuario.

**JSON-LD**
formato de datos estructurados para ayudar a Google a entender el contenido.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Glosario

**KPI**
indicador clave para medir si las mejoras funcionan.

**LCP**
tiempo que tarda en cargarse el contenido principal visible de la pagina.

**Long-tail**
palabras clave largas y especificas con menos competencia.

**Meta description**
texto breve bajo el titulo en Google que resume la pagina e invita a hacer clic.

**Open Graph**
etiquetas que controlan como se ve un enlace al compartirlo en redes sociales.

**PageSpeed**
herramienta de Google (Lighthouse) que mide la velocidad y la salud tecnica de una pagina.

**Palabra clave**
termino que la gente busca en Google y por el que quieres aparecer.

**Rastreo**
proceso por el que Google recorre y lee las paginas de una web.

**robots.txt**
archivo que indica a Google que partes de la web puede o no rastrear.

**Schema.org**
codigo de datos estructurados que ayuda a Google a entender el contenido y mostrar resultados enriquecidos.

**SEO**
conjunto de tecnicas para mejorar la visibilidad de una web en los resultados de Google.

**SERP**
pagina de resultados de un buscador, lo que Google muestra tras una busqueda.

**Sitemap**
archivo que lista las URL de la web para ayudar a Google a encontrarlas.

**Title**
titulo de la pagina que Google muestra como titular azul en los resultados.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Glosario

**TTFB**
tiempo que tarda el servidor en enviar el primer byte de la pagina.

**URL**
direccion de una pagina web.

**WWW**
(World Wide Web) parte de la URL que indica el sitio web.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

13

# Metodología y fuentes

De dónde sale cada dato de este informe y cómo se ha medido.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Metodología, fuentes y fiabilidad

Este informe cruza **datos reales medidos en vivo** de tu web con un análisis redactado por el **Motor IA de SWPanel**. Aquí tienes de dónde sale cada dato y su fiabilidad.
Cuando un dato no está disponible públicamente, el informe lo indica como **sin dato** en lugar de inventarlo.

## FUENTES DE DATOS Y FIABILIDAD

| | |
|---|---|
| **Rastreo del sitio (crawl propio)**<br>Recorremos tus páginas en vivo: títulos, metas, encabezados H1 y H2, enlaces, códigos de estado y canibalización. | DATO REAL |
| **Velocidad y Core Web Vitals**<br>Google PageSpeed Insights (Lighthouse) más datos de campo reales de usuarios (CrUX). | DATO REAL |
| **Cabeceras de seguridad**<br>Medidas directamente en la respuesta HTTP real de tu servidor. | DATO REAL |
| **Autoridad de dominio**<br>OpenPageRank (0 a 10): señal pública de autoridad del dominio. | BEST-EFFORT |
| **Reputación y reseñas**<br>Trustpilot y Google (valoraciones públicas). Puede no haber datos si la marca no tiene perfil. | BEST-EFFORT |
| **Análisis, textos y recomendaciones**<br>Redactados por el Motor IA de SWPanel a partir de los datos reales anteriores. | ESTIMACIÓN |
| **Escenarios, KPIs e intent mix**<br>Proyecciones y objetivos **orientativos** del Motor IA: son estimaciones, no mediciones. | ESTIMACIÓN |

**Dato real**: medido en vivo. **Best-effort**: puede faltar según el sitio. **Estimación**: proyección orientativa de la IA.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Estadísticas técnicas

Recursos y cómputo invertidos en generar este informe: rastreo, mediciones reales e inferencia de inteligencia artificial.

## Tiempo de ejecución

| 1175m 53s | 0.0 s | 1175m 53s |
|---|---|---|
| TIEMPO TOTAL | TIEMPO DE ANÁLISIS | CONFECCIÓN DEL PDF |

## Rastreo y datos

| 1 | 0 | 3.052 |
|---|---|---|
| PÁGINAS RASTREADAS | ENLACES INTERNOS | PALABRAS ANALIZADAS |
| **7** | **~7** | **~2.0 MB** |
| IMÁGENES ANALIZADAS | CONSULTAS HTTP | DATOS PROCESADOS |

## Cobertura del análisis

| 20 | 1851 ms | 14 |
|---|---|---|
| COMPROBACIONES REALIZADAS | RESPUESTA DE LA WEB | SECCIONES DEL INFORME |

## Cómputo del Motor IA de SWPanel

| qwen3:32b-q8_0 | 32.000 M | ~44.000 |
|---|---|---|
| MODELO DEL MOTOR IA DE SWPANEL | PARÁMETROS DEL MODELO | TOKENS PROCESADOS |
| **~40 tok/s** | **~2.8 PFLOP** | **2** |
| VELOCIDAD DE GENERACIÓN | CÓMPUTO ESTIMADO | LLAMADAS AL MODELO |

## Infraestructura de cómputo

| NVIDIA A100 | 6.912 | 432 |
|---|---|---|
| GPU | NÚCLEOS GPU (CUDA) | TENSOR CORES |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Estadísticas técnicas

| | | |
|---|---|---|
| **80 GB**<br>HBM2E | **~2 TB/s**<br>BANDWIDTH | **19,5 TFLOPS**<br>FP32 |
| **312 TFLOPS**<br>FP16/BF16 | **221.184**<br>CUDA THREADS | **~34 GB**<br>VRAM USO |
| **80**<br>HILOS DE CPU | **~18 GB**<br>RAM DEL SISTEMA | |

## Energía consumida y su coste

Aquí ves la energía y el CO2 que ha costado generar este informe haciendo trabajar a la IA. Pide solo los informes que de verdad necesites: cada uno consume recursos, y así eres más ecológico y respetuoso con el medio ambiente.

| | | |
|---|---|---|
| **0.000 kWh**<br>CONSUMO ELÉCTRICO | **0.000 kWh**<br>REFRIGERACIÓN (X1,5) | **0.000 kWh**<br>ENERGÍA TOTAL |
| **0,00 €**<br>COSTE DE CÓMPUTO | | |

## Coste de infraestructura

$$C = t \cdot ( Cc / (Vc \cdot S) + Cr / (Vr \cdot S \cdot N) )$$

C = coste de infraestructura · t = tiempo · Cc/Cr = coste de cómputo/red · Vc/Vr = vida útil · S = segundos/año · N = servidores. Valores aproximados; el CO2 se estima como energía × factor de emisión.

| | | |
|---|---|---|
| **0,00 €**<br>COSTE DE INFRAESTRUCTURA | **0.000 kWh**<br>ENERGÍA DE INFRAESTRUCTURA | **0 g**<br>CO2 DE INFRAESTRUCTURA |

| | |
|---|---|
| **0,00 €**<br>COSTE DE GENERAR ESTE INFORME | **0 g**<br>CO2 ESTIMADO |

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

# Estadísticas técnicas

CÓMO SE HAN CALCULADO ESTAS CIFRAS

Métricas de cómputo estimadas sobre infraestructura NVIDIA A100 (qwen3:32b-q8_0). El consumo medio del servidor junto con la GPU es de ~575 W. La refrigeración añade ~1,5 kW por cada 1 kW de cómputo (~862,5 W), por lo que el consumo total es ~2,5 veces el de cómputo (~1.437,5 W, PUE 2,5). La energía se calcula sobre el tiempo real a 0,185 EUR/kWh y el coste de cómputo a tarifa cloud de referencia (~1,8 EUR/h). Se añade el coste de compra de datos de mercado (DataForSEO) multiplicado por 10 para cubrir márgenes y otros costes. Valores aproximados para dimensionar el esfuerzo detrás de este informe. IMPORTANTE: esta cifra es SOLO el coste material de computo, datos y energia consumidos en generar este informe automaticamente; NO incluye el desarrollo de la herramienta, las guias de analisis ni el conocimiento experto que aporta SWPanel, que es donde reside el verdadero valor.

UN GESTO DE AMOR POR EL PLANETA

Crear este informe ha dejado una huella de unos 0 g de CO2. Detrás de cada análisis hay energía, agua y recursos de la única casa que todos compartimos. Te pedimos un pequeño acto de amor: pide solo los informes que de verdad necesites y evita imprimirlos, para cuidar los bosques, el aire y la vida de quienes vendrán después. Cuidar la Tierra es cuidarnos los unos a los otros. Gracias, de corazón, por dejar una huella más ligera y un mañana más verde.

Análisis de https://www.swpanel.com generado por SWPanel

swpanel

https://www.swpanel.com

Documento: SW-SEB-EJEMPLO-2026

Informe generado automáticamente por SWPanel - https://www.swpanel.com