

Auditoria SEO. La Mallorquina

POSICIONAMENT SEO

Núria Raga Raga

FACULTAT DE BIBLIOTECONOMIA I DOCUMENTACIÓ. UNIVERSITAT DE BARCELONA |

SUMARI

1. Resum executiu.....	2
2. Dades del lloc web	4
a. Títol del lloc web	4
b. URL	4
c. Abast de l'auditoria	4
3. Anàlisi de la situació actual.....	5
a. Estat de la indexació.....	5
i. Anàlisi de l'índex a través del comandament <i>site</i>	5
ii. Anàlisi del fitxer Robots.txt.....	5
iii. Anàlisi del fitxer Sitemap.xml	6
iv. Anàlisi de la vista caché	7
b. Situació de les paraules clau de marca.....	8
c. Situació d'altres paraules clau	8
4. Anàlisi de factors interns.....	12
a. Meta-títols	12
b. Meta-descripcions.....	13
c. Encapçalaments	14
d. Contingut	16
5. Arquitectura de la informació	20
a. Organització del lloc web	20
b. Profunditat de les pàgines.....	20
c. Estructura de les URL.....	21
d. Estratègia d'enllaços interns.....	22
6. Aspectes tècnics i de rendiment.....	24
a. Usabilitat mòbil.....	24
b. Errors de codi font.....	24
c. Errors de servidor.....	25
d. Enllaços trencats	26
e. Velocitat de càrrega	26
7. Bibliografia	29

1. Resum executiu

En aquest resum executiu es presenten els resultats de l'auditoria SEO realitzada en el lloc web de La Mallorquina. L'abast de l'auditoria comprèn el domini <https://lamallorquina.es/ca/> tenint en compte la seva pàgina d'inici, una pàgina de categoria, una de subcategoria, dos de productes i una pàgina estàtica.

La metodologia emprada per l'avaluació del lloc web des del punt de vista SEO ha consistit en l'anàlisi de la mostra abans mencionada (un total de 6 pàgines) que són representatives del contingut del lloc web, sobre les quals s'han valorat aspectes relacionats amb la indexació, els factors de rellevància interns, l'arquitectura de la informació i els aspectes tècnics i de rendiment d'aquest. Per l'anàlisi dels diferents factors s'han utilitzat les eines: Screaming Frog per la revisió de l'arquitectura del lloc web, els seus meta-elements, codis d'estat http i l'enllaçat intern; el Google Search Console "Prueba de optimización para móviles" per l'anàlisi del rendiment de les pàgines en a SERP de Google; el Markup Validation Service d'W3C per trobar errors en el codi font del lloc web; el Broken Link Checker per comprovar si hi ha enllaços trencats; i el PageSpeed Insights per veure la velocitat de càrrega de les pàgines en dispositius mòbils i ordinadors.

La situació actual del lloc web a nivell SEO és bona, tot i que caldria millorar algun aspecte relacionat sobretot amb el rendiment, l'arquitectura de la informació i la correcció d'errors de factors interns. A continuació es mostra de manera resumida els aspectes que considerem que haurien de millorar i algunes recomanacions per fer-ho.

Accions prioritàries

- Optimitzar la velocitat de càrrega, sobretot en dispositius mòbils. El rendiment del lloc web és molt baix i es podria millorar canviant alguns paràmetres del lloc (per exemple, comprimint més les imatges i ajornant les imatges fora de pantalla).
- Revisar l'estructura de les URL, eliminant parts que no són rellevants i fent que mostrin l'arquitectura de la informació a partir d'un bon ús dels directoris (per exemple, eliminant les característiques físiques del producte en la seva URL).
- Afegir meta-directives complementàries al fitxer Robots.txt (per exemple posar Follows i Nofollows)
- Afegir textos alternatius a les imatges sempre que sigui possible per poder millorar el posicionament segons les paraules clau (per exemple en algunes imatges de la pàgina d'inici i de pàgines estàtiques).

Accions menys importants

- Potenciar l'ús de les paraules clau en encapçalaments tipus h1 o h2 (per exemple, posant el nom de la marca a l'h1 de la pàgina d'inici).

- Corregir errors en la seqüència lògica dels encapçalaments (per exemple no passar d'un h3 a un h5 sense que hi hagi cap h4).
- Corregir errors en el codi font, començant per aquells que són "fatals" per al lloc web (per exemple, revisant el llenguatge CSS emprat en el codi).

Finalment, cal dir que en general el lloc web té punts molt forts en quan a posicionament SEO, sobretot en la indexació, en l'estratègia d'enllaços interns, en actualització i en la usabilitat. Tot i així, si corregim els errors abans mencionats podrem aconseguir optimitzar encara més el nostre lloc web de cara a aquest entorn SEO.

2. Dades del lloc web

a. Títol del lloc web

El títol del lloc web escollit per aquesta auditoria és: Roba Tèxtil per la llar | Botiga Online (segons el camp <title>), tot i que si obrim la pàgina web, veiem que a nivell visual el títol és La Mallorquina.

b. URL

L'URL del lloc web és: <https://lamallorquina.es/>.

c. Abast de l'auditoria

Les pàgines de mostra que he utilitzat per fer l'auditoria són:

- Pàgina d'inici: <https://lamallorquina.es/ca/> (per a la pàgina en català)
- Pàgina de categoria "Roba de llit": <https://lamallorquina.es/ca/12-roba-de-llit>
- Pàgina de subcategoria "Fundes nòrdiques": <https://lamallorquina.es/ca/863-fundes-nordiques>
- Pàgines de productes:
 - o Funda Nòrdica Cotó – Basic Gris: https://lamallorquina.es/ca/llit/1782-170-funda-n%C3%B2rdica-cot%C3%B3-basic-gris.html#/39-mida-150x270_cm/452-color-gris_clar/-/
 - o Joc Funda Nòrdica 2 Pcs Cotó - Anderson: https://lamallorquina.es/ca/set-funda-nordica-2-peces/4622-5663-joc-funda-n%C3%B2rdica-2-pcs-cot%C3%B3-anderson.html#/459-color-gris/534-mida-llit_090_cm/-/
- Pàgina estàtica "Botigues": <https://lamallorquina.es/ca/botigues-fisiques>

No he escollit la pàgina del bloc perquè té un domini diferent.

3. Anàlisi de la situació actual

a. Estat de la indexació

i. Anàlisi de l'índex a través del comandament *site*

Utilitzant el comandament *site* puc saber quines pàgines amb el domini la mallorquina.es té Google a la seva base de dades. Obtenim aproximadament 4.490 resultats, cosa que vol dir que el grau d'indexació de la pàgina web és molt alt i que per tant es podrà posicionar molt bé. La seva presència als cercadors és molt important.

Veiem que a la pàgina 31 de resultats ja es deixa de mostrar-ne i per tant obtenim un total de 301 resultats enlloc dels 4.490 que s'havien trobat. Segons Google, diu que per oferir-nos els resultats més rellevants, han omès algunes entrades molt semblants a les 301 que ja es mostren (obvia possibles pàgines duplicades, per exemple).

Les primeres pàgines que surten a l'hora de fer la cerca pel comandament *site* són de tot tipus: la primera és la pàgina d'inici, la segona el bloc, i després ja venen pàgines de categories, de productes i entrades del bloc.

Podem comparar aquest resultat amb el d'algun competidor, com pot ser la casa Textura¹. Veiem que utilitzant el comandament *site* per al competidor ens surten aproximadament 833 resultats. Això vol dir que La Mallorquina té un major nombre de pàgines indexades que un dels seus competidors. He escollit aquest competidor i no altres perquè crec que són els que tenen característiques molt semblants. Si hagués escollit Ikea, ZaraHome o El Corte Inglés segurament el resultat hagués estat diferent, ja que aquestes empreses tenen llocs web amb moltíssimes pàgines.

ii. Anàlisi del fitxer Robots.txt

El lloc web de La Mallorquina té fitxer Robots.txt. En ell hi veiem una sèrie d'*Allows* i una llarga llista de *Disallows*, però veiem que això últim no impedeix que Google rastregi tal com toca a les pàgines que interessin. Es fa un bon ús d'aquests *Disallows*, ja que per exemple veiem que no deixa rastrejar pàgines relacionades amb els comptes personals dels clients (adreça, autenticació, contrasenya, comandes...) i això és bo que surti al fitxer.

Veiem que el fitxer no es dirigeix a cap robot en concret sinó que les ordres s'envien als cercadors en general: User-agent: *

En relació al fitxer Robots.txt, si ens fixem en les meta-directives veiem que en cap de les pàgines de mostra n'hi figura cap relacionada amb els Robots. Estaria bé que s'afegissin aquestes meta-etiquetes per denegar l'accés als robots en alguns casos que no ens interessa que indexin. No és suficient en tenir un fitxer Robots.txt, també cal afegir directives a seguir. Quin problema ens podem trobar si no tenim aquestes meta-directives? Google potser que estigui recurrent el nostre lloc web i no rastreja una de

¹ <https://www.textura-interiors.com>

les nostres pàgines perquè així li demana el fitxer Robots.txt. Tot i això, si arriba al nostre lloc web des d'un enllaç extern el més probable és que faci el rastreig perquè no s'ha trobat cap meta-directiva que li prohibeixi fer-ho. És per aquesta raó que seria bo tenir aquestes meta-directives establertes com a complement del fitxer Robots.txt.

Per altra banda, si fem un anàlisi de la indexació del lloc web amb l'ajuda de l'eina **Screaming Frog**, podem veure que en cap cas veiem que alguna pàgina no s'indexi per ordre del fitxer Robots.txt. Cal dir que la versió gratuïta d'aquesta eina només analitza un total de 500 pàgines i que en el nostre lloc web en tenim moltíssimes més. Per tant, és possible que si es pogués analitzar la totalitat de les pàgines ens aparegués en algun lloc que una pàgina no es pot indexar pel fitxer Robots.txt. Sí que veiem, però, pàgines que no s'han indexat per tres motius molt concrets: *redirected*, *client error* i *canonicalised* (per evitar duplicar contingut).

iii. Anàlisi del fitxer Sitemap.xml

Si intentem entrar al fitxer Sitemap, veiem que posant sitemap.xml al final de la URL ens dóna un error 404. Mirem al fitxer Robots quin és el nom del fitxer Sitemap i veiem que és diferent:

```
Sitemap: https://lamallorquina.es/1_index_sitemap.xml
```

Si observem el fitxer Sitemap veiem que fa el següent mapa del lloc web:

```
▼<sitemapindex xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  ▼<sitemap>
    <loc>https://lamallorquina.es/1_es_0_sitemap.xml</loc>
    <lastmod>2021-02-06T03:00:26+01:00</lastmod>
  </sitemap>
  ▼<sitemap>
    <loc>https://lamallorquina.es/1_ca_0_sitemap.xml</loc>
    <lastmod>2021-02-06T03:00:26+01:00</lastmod>
  </sitemap>
  ▼<sitemap>
    <loc>https://lamallorquina.es/1_en_0_sitemap.xml</loc>
    <lastmod>2021-02-06T03:00:26+01:00</lastmod>
  </sitemap>
</sitemapindex>
```

En aquest cas veiem que l'índex ens porta a tres arxius Sitemap segons l'idioma de la pàgina (es, ca i en). Entrem al Sitemap de quan visitem la pàgina en català per poder fer l'anàlisi del mapa.

Hi trobem un fitxer súper extens. Si busco el terme "url" dins l'arxiu em surt que apareix 1.723 vegades, cosa que fa entendre que s'indexen aproximadament 850 pàgines, cosa que és moltíssim per poder fer un anàlisi exhaustiu.

Al principi de l'arxiu surten la pàgina principal, pàgines de categories i subcategories i pàgines estàtiques. A continuació ja venen totes les pàgines de productes.

En general veiem que s'utilitzen camps específics com cada quan s'actualitza la pàgina, la prioritat... És interessant veure quina prioritat li donen a cada pàgina:

- Prioritat 1 (màxim): només la pàgina d'inici
- Prioritat 0,9: pàgines de producte
- Prioritat 0,8: pàgines de categoria i subcategoria
- Prioritat 0,5: pàgines estàtiques (avis legal, condicions de compra...)
- Prioritat 0,1 (mínim): altres pàgines estàtiques (botigues físiques, mapa del web)

A continuació veiem la informació que es dona de la pàgina d'un producte:

```
▼<url>
  ▼<loc>
    <![CDATA[ https://lamallorquina.es/ca/llit/1782-funda-nòrdica-cotó-basic-gris.html
    ]]>
  </loc>
  <lastmod>2021-01-06T20:13:05+01:00</lastmod>
  <changefreq>weekly</changefreq>
  <priority>0.9</priority>
  ▼<image:image>
    ▼<image:loc>
      <![CDATA[ https://lamallorquina.es/26400-large_default/funda-nòrdica-cotó-basic-
      gris.jpg ]]>
    </image:loc>
    ▼<image:caption>
      <![CDATA[ Gris clarCotó 100%Rentar a temperatura max. 30º. No fer servir lleixiu.
      Planxar temp.max. 150ºC. Assecar a temp. Baixa ]]>
    </image:caption>
    ▼<image:title>
      <![CDATA[ Funda Nòrdica Cotó - Basic Gris ]]>
    </image:title>
  </image:image>
</url>
```

Hi veiem informació relativa a l'última modificació, a cada quan s'actualitza i informació sobre la imatge que hi apareix (fitxer, títol i descripció).

En general veiem que s'actualitza sovint, diàriament o setmanalment, depenent del contingut de la pàgina.

iv. Anàlisi de la vista caché

Anem a mirar quina versió té guardada Google del nostre lloc web. Aquest treball d'auditoria SEO l'he revisat a dia 6 de febrer a les 19:00 hores i la última vegada que Google ha rastrejat la pàgina de La Mallorquina ha estat el dia 6 de febrer a les 3:30. Per tant podem dir que l'ha rastrejat fa menys de 24 hores. He volgut fer aquesta revisió perquè quan vaig fer aquest apartat també em va sortir tant actualitzat i ara volia veure si havia estat casualitat o no. Veig que el més normal en aquesta web és que Google ho rastregi molt sovint.

He volgut visualitzar la pàgina en la versió de només text però ha estat impossible. Quan poso aquesta opció, en menys d'un segon se'm redirigeix a la pàgina inicial de La Mallorquina. Això no passa quan vull mirar la versió completa o mostrar la font. No sé el perquè d'aquesta situació, ho he provat en més d'un navegador. El que volia fer era mirar la versió de només text per veure quants enllaços hi havia, si estaven repetits...

b. Situació de les paraules clau de marca

Per a la paraula clau "La Mallorquina", el lloc web apareix ben posicionat ja que surt com a primer resultat en la cerca

The screenshot shows a search engine results page for the keyword "la mallorquina". The search bar at the top contains the text "la mallorquina". Below the search bar, there is a notification about keyword difficulty: "Keyword difficulty: 54.56% (for google.com database) — View full report for this keyword". The search results are displayed below, starting with "Aproximadament 2.300.000 resultats (0,53 segons)". The first result is from "https://lamallorquina.es" and is titled "1. La Mallorquina - Barcelona". The description of the result mentions "Moda per a la Llar des de 1947 a Barcelona. Fundes nòrdiques, tovalloles, estovalles..." and "Despeses d'enviament gratis. Aprofita les ofertes de La Mallorquina!". Below the search results, there is a section for "Roba de llit" and "Botigues". The "Roba de llit" section includes the text "Roba per vestir el teu dormitori. Mantes, fundes nòrdiques ..." and a link "Més resultats des de lamallorquina.es ». The "Botigues" section includes the text "Mesures de seguretat: Neteja: Els materials, mobles i superfícies ...".

Mirant els altres resultats que ens surten, veiem que hi ha altres empreses que tenen el mateix nom. Per exemple, hi ha una pastisseria a Madrid que també es diu La Mallorquina. Veiem llavors que sí que estem ben posicionats, ja que estem pel davant al rànquing de resultats tot i que la paraula clau de marca sigui la mateixa. També trobem d'entre els primers resultats la pàgina de Facebook de la nostra marca, per tant també estaria ben posicionada en aquest sentit.

c. Situació d'altres paraules clau

Altres paraules clau interessants per a un lloc web com aquest serien de caire transaccional com les següents: "comprar funda nordica", "comprar funda nordica 90", "comprar juego de funda nordica estrellas", "comprar relleno de funda nordica" o

“comprar funda nordica barata Barcelona². Si fem una cerca a Google amb aquestes paraules clau veiem:

- Paraula clau: “comprar funda nordica”. Veiem que estem molt ben posicionats ja que el primer resultat que ens surt és justament una pàgina d’aquesta categoria del nostre lloc:



https://lamallorquina.es › 863-f... ▾ Tradueix aquesta pàgina

1. Comprar Fundas Nórdicas | Ofertas Juveniles Online

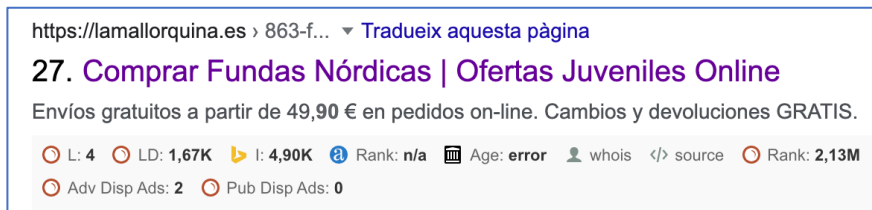
Compra online tu funda nórdica en La Mallorquina. Nórdicos juveniles de diferentes colores, blancos, lilas y negros... y tamaños, des de 90cm hasta 260.

Set Funda Nórdica 3 piezas · Funda Nórdica · Funda Saco Nórdico

DS: 0 TS: 0 Visits: 0 Pages/Visit: 0 Avg. Visit: 0 Bounce rate: 0
Get domain authority, visits and engagement data with a free SEMrush account - [Connect](#)

L: 4 LD: 1,67K I: 4,90K Rank: n/a Age: error whois </> source Rank: 2,13M
Adv Disp Ads: 2 Pub Disp Ads: 0

- Paraula clau: “comprar funda nordica 90”. Veiem que per aquesta paraula clau no estem molt ben posicionats. Primer surten resultats d’Amazon, Carrefour, Leroy Merlin... Aquí veiem que hi ha molta competència i sobta molt perquè aquesta paraula clau és molt similar a l’anterior. El nostre resultat surt en la posició 27 (3a pàgina de Google). És possible que la nostra pàgina no indexi la mesura de la roba de llit i per això no surt en les primeres posicions. A més, veiem que ha recuperat la nostra pàgina no perquè 90 sigui la mida del llit sinó perquè ha indexat el 90 com a preu:



https://lamallorquina.es › 863-f... ▾ Tradueix aquesta pàgina

27. Comprar Fundas Nórdicas | Ofertas Juveniles Online

Envíos gratuitos a partir de 49,90 € en pedidos on-line. Cambios y devoluciones GRATIS.

L: 4 LD: 1,67K I: 4,90K Rank: n/a Age: error whois </> source Rank: 2,13M
Adv Disp Ads: 2 Pub Disp Ads: 0

- Paraula clau: “comprar juego de funda nordica estrellas”. En aquest cas, en què es busca un producte molt concret veiem que tampoc estem del tot mal posicionats. Sortim com a resultat número 8, a la primera pàgina de resultats de Google. Aquí no hi trobem tanta competència com abans segurament per l’especificitat en la cerca.

² Paraules clau ja escollides en la PAC1 d’aquesta assignatura.

https://lamallorquina.es › Inici › ROBA DE LLIT ▾

8. Fundes Nòrdiques | Roba de llit - La Mallorquina

Funda Nòrdica Cotó - Basic Rayas. Des de Preu 26,50 € - Preu regular 34,95 €. Veure.
add_shopping_cartCompra. 24%. Preu 26,50 € - Preu regular 34,95 €.

L: 0 LD: 1,67K I: 4,90K Rank: n/a Age: error whois source Rank: 2,13M
Adv Disp Ads: 2 Pub Disp Ads: 0

- Paraula clau: “comprar relleno de funda nordica”. Aquest cas és similar a l’anterior, ja que el nostre lloc web surt a la primera pàgina de resultats, en la posició 12. Per davant trobem competidors directes com Amazon i altres empreses locals.

https://lamallorquina.es › 144-r... ▾ Tradueix aquesta pàgina

12. Comprar Rellenos Nórdicos online | Todas las medidas

En la Mallorquina podràs encontrar: Ropa para vestir tu dormitorio. Mantas, fundas nòrdicas, sábanas, colchas, cojines... **Compra** online con gastos de envío ...

L: 1 LD: 1,67K I: 4,90K Rank: n/a Age: error whois source Rank: 2,13M
Adv Disp Ads: 2 Pub Disp Ads: 0

- Paraula clau: “comprar funda nordica barata Barcelona”. Una altra vegada ens trobem mal posicionats davant una paraula clau i per a aquesta és realment estrany, perquè la nostra botiga és justament de Barcelona. És estrany veure que el resultat es troba en la posició 26 (3a pàgina de resultats) i que per davant tenim resultats d’algunes marques que no són pròpiament de Barcelona i que, per tant, no haurien de ser competidors nostres a nivell geogràfic.

https://lamallorquina.es › ... ▾

26. Roba Tèxtil per la Llar | Botiga Online

Moda per a la Llar des de 1947 a **Barcelona**. Fundes nòrdiques, tovalloles, estovalles...
Despeses d’enviament gratis. Aprofita les ofertes de La Mallorquina!

L: 21 LD: 1,67K I: 4,90K Rank: n/a Age: error whois source Rank: 2,13M
Adv Disp Ads: 2 Pub Disp Ads: 0

No fem cap cerca de tipus informacional perquè ens centrem en les pàgines de venda de productes i no en el bloc que es troba en un altre domini. Si tinguéssim entrades de bloc dins la pàgina web podríem fer cerques sota les paraules clau: “como poner funda nordica” o “que es major funda nordica o edredon”.

En general podem dir que per a les nostres paraules clau la nostra pàgina web està ben posicionada, tot i que no sempre. Està molt ben posicionada a nivell de marca i en cerques concretes però moltes vegades es nota la competència directa de la nostra marca a partir dels resultats de cerca. Tenim grans competidors com Amazon, Ikea, Corte Inglés, Leroy Merlin... Amb aquests competidors és difícil poder estar

perfectament posicionats. Tot i això, crec que trobar-se en la majoria dels casos en la primera pàgina de resultats és un èxit a nivell de posicionament SEO.

4. Anàlisi de factors interns

a. Meta-títols

PÀGINES	INFORMACIÓ
Inici	<p><title>Roba Tèxtil per la Llar Botiga Online</title></p> <p>Es tracta d'un bon títol per definir què trobarem a la pàgina web. Tot i això seria millor incloure el nom de la marca La Mallorquina al títol per posicionar-ho millor.</p>
Categoria	<p><title>LLIT</title></p> <p>És un bon títol per a la pàgina de categoria de Roba de llit. Seria millor posar com a títol l'expressió de "Roba de llit", però tal i com està és correcte.</p>
Subcategoria	<p><title>Fundes Nòrdiques Roba de llit </title></p> <p>És un bon títol per a la subcategoria, ja que també inclou el nom de la categoria Roba de llit.</p>
Producte 1	<p><title>Funda Nòrdica Cotó - Basic Gris</title></p> <p>És un bon títol de producte, ja que inclou la descripció de la tela i el color.</p>
Producte 2	<p><title>Joc Funda Nòrdica 2 pcs Cotó - Anderson</title></p> <p>També és un bon títol de producte tot i que enlloc de "pcs" posaria la paraula sencera "peces" que podria formar d'una paraula clau per al lloc.</p>
Estàtica	<p><title>Botigues</title></p> <p>És un bon títol, ja que és molt senzill i definitori.</p>

Segons l'eina **Screaming Frog**, veiem que es recuperen un total de 252 títols en 500 pàgines. Tots els títols recuperats tenen una llargada correcta, ja que cap supera els 50 caràcters.

b. Meta-descripcions

PÀGINES	INFORMACIÓ
Inici	<p><meta name="description" content="Moda per a la Llar des de 1947 a Barcelona. Fundes nòrdiques, tovalloles, estovalles... Despeses d&#039;enviament gratis. Aprofita les ofertes de La Mallorquina!"></p> <p>És una bona descripció de la pàgina d'inici, ja que incorpora paraules sobre el contingut (fundes nòrdiques, tovalloles...) i atreu al client amb expressió com "aprofita", "ofertes" i "gratis". S'hauria de corregir l'expressió "d&#039;enviament", ja que sí que és possible canviar-ho i que no surtin aquests caràcter estranys.</p>
Categoria	<p><meta name="description" content="Roba per vestir el teu dormitori. Mantes, fundes nòrdiques, llençols, cobrellits, coixins ... Compra online amb despeses d&#039;enviament gratuïtes."></p> <p>S'hauria de corregir el mateix error que hem vist abans amb els signes estranys. Tot i això és una bona descripció perquè inclou paraules sobre el tipus de producte que trobarem en la categoria.</p>
Subcategoria	<p><meta name="description" content="¿Estàs buscant fundes nòrdiques per acabar de decorar el teu dormitori? Tota la roba de llit que busques ho trobaràs a la tenda online de La Mallorquina!"></p> <p>Aquesta descripció encara és millor que l'anterior perquè inclou el nom de la marca i crida l'atenció de l'usuari amb la pregunta inicial.</p>
Producte 1	<p><meta name="description" content="Funda nòrdica 100% cotó de 144 fils, fil tintat per a una comoditat duradora i una gran resistència al rentat. El cotó és una fibra natural hipoalergènica i transpirable que té un tacte suau. És un teixit fresc en els dies càlids i aporta calor en els di"></p> <p>És una bona descripció del producte, ja que inclou molts adjectius per definir com és. Veiem que no està la descripció completa perquè utilitza massa caràcters.</p>
Producte 2	<p><meta name="description" content="Set de funda nòrdica de 2 peces 100% cotó de 144 fils. Inclou: 1 funda nòrdica i 1 funda de coixí de dormir (2 fundes en les mides de 135, 150-160 i 180-200cm). El cotó és una fibra natural hipoalergènica i transpirable que té un tacte suau. És un teixit"></p>

	Passa el mateix que amb l'anterior producte, que es talla la descripció per ser massa llarga. Està bé perquè inclou les mides del producte.
Estàtica	<pre><meta name="description" content=""></pre> <p>Per a aquesta pàgina no hi ha cap meta-descripció, cosa que s'hauria de canviar. Es podria posar una descripció bàsica que inclogués la marca, per exemple.</p>

Amb l'eina **Screaming Frog**, recuperem les pàgines que contenen un títol i veiem que un 29% d'aquestes pàgines no tenen una meta-descripció, cosa que s'hauria de revisar per incloure-les de cara a un millor posicionament de les pàgines.

c. Encapçalaments

PÀGINES	INFORMACIÓ
Inici	<pre><h1 class="txt_h1_desc_home">Tèxtil per a la llar, La Mallorquina</h1></pre> <pre><h2 class="h2 products-section-title text-uppercase">La nostra selecció per a tu</h2></pre> <pre><h2 class="h2 products-section-title text-uppercase">Els més venuts </h2></pre> <pre>< h2 class="h2 instagram-section-title text-uppercase">Segueix-nos a Instagram</h2></pre> <pre><h2>Una mica d'Història de La Mallorquina</h2></pre> <pre><h3>FLASH 48H 2a unitat al 70% en FUNDES NÒRDIQUES I FARCITS DE FIBRA...Encara tens temps:</h3></pre> <pre><h3>A La Mallorquina podràs trobar una gran varietat de tèxtils per a la llar</h3></pre> <p>A la pàgina d'inici hi ha una petita explicació sobre la marca. Allí hi trobem l'h1, un h2 i un h3. Es tracta d'una bona organització en els encapçalaments. Com a h2 també apareixen alguns apartats diferents de les categories principals. L'h1 és molt correcte a nivell de posicionament, ja que inclou la marca. És molt semblant al títol de la pàgina.</p>
Categoria	<pre><h1 class="h1">ROBA DE LLIT</h1></pre> <pre><h2 class="title_block">Filtrar per </h2></pre>

	<pre><h3 class="h6 hidden-xs-up">Filtres actius</h3> <h5 class="af_subtitle">Mida</h5> <h5 class="af_subtitle">Color</h5> <h5 class="af_subtitle">Preu</h5> <h5 class="h5 product-title" itemprop="name">Funda Coixí - Triangulos</h5</pre> <p>[+]</p> <p>L'h1 és semblant al títol, tot i que està millor perquè és el nom real de la categoria. L'h2 i h3 no són realment importants a nivell de posicionament. Com a h5 trobem els apartats del filtratge, que tampoc són importants i també el títol dels productes relacionats. A mode de millora, si hi ha encapçalaments h5 haurien d'existir també els h4, cosa que no hi surten. Els encapçalaments h5 de productes relacionats són molt adequats, ja que inclouen el títol i l'enllaç a aquests productes.</p>
Subcategoria	Mateixos encapçalaments que la pàgina de categoria anterior.
Producte 1	<pre><h1 class="h1" itemprop="name">Funda Nòrdica Cotó - Basic Gris</h1> <h2>Descripció de Funda Nòrdica Cotó - Basic Gris:</h2> <h3 class="title_related">També et pot interessar...</h3> <h5 class="h5 product-title" itemprop="name">Funda Coixí Dormir Cotó - Basic Rayas</h5></pre> <p>[+]</p> <p>Passa el mateix que a les pàgines de categories, que els h5 haurien de ser h4. L'h1 està ben escollit perquè ens podem posicionar pel títol del producte, així com l'h2 que també l'inclou. L'h3 no és realment important en aquest cas.</p>
Producte 2	Mateixos encapçalaments que la pàgina de producte anterior.
Estàtica	<pre><h1>Les nostres botigues</h1></pre> <p>Es tracta d'un bon encapçalament h1, que s'assembla al títol de la pàgina.</p>

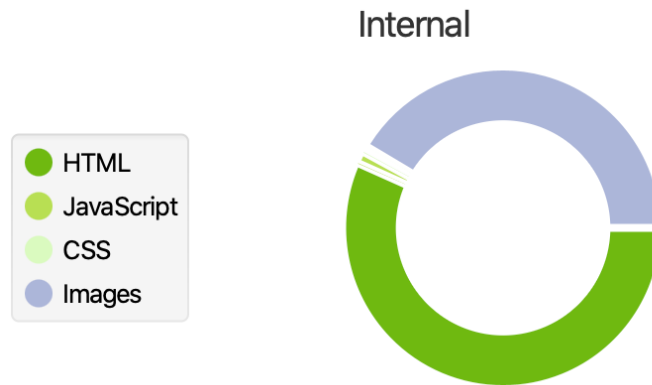
d. Contingut

PÀGINES	INFORMACIÓ
Inici	<p>Es tracta d'una pàgina d'inici molt completa. A la part superior trobem el menú amb les categories de productes, que redirigeixen als productes concrets de cada categoria. Trobem també diversos apartats com: les novetats i ofertes (imatges que van canviant que enllacen a una selecció de productes), enllaços a productes seleccionats per La Mallorquina i també els més venuts (es veuen imatges de 4 productes d'entrada amb les característiques principals com són la fotografia, títol i preu), enllaç a la xarxa social Instagram amb les últimes fotos actualitzades, una petita descripció de què és la Mallorquina, incloent la seva història (és on trobem l'h1, h2 i h3) i per últim a la part inferior trobem una sèrie de pàgines estàtiques relacionades amb La Mallorquina (botigues, informació sobre els comptes d'usuaris...), així com enllaços a totes les seves xarxes socials.</p> <p>Les imatges que són canviantes contenen text alternatiu no significatiu (xifres) però les imatges de productes que surten a la pàgina d'inici sí que tenen textos alternatius ben optimitzats per al posicionament SEO (ex. <code>alt="Cobrellit Piqué – Palma"</code>). La imatge que surt en la descripció de La Mallorquina no està ben optimitzada, ja que el text alternatiu és: <code>alt="banner_so_home.jpg"</code>. En aquest cas estaria bé incloure alguna paraula clau al text alternatiu de la imatge que presenta l'empresa.</p> <p>En general, la disposició del contingut és bastant correcta, tenint en compte que a la part superior tenim l'accés a totes les categories de productes.</p>
Categoria	<p>Veiem que el títol de la categoria es correspon amb l'encapçalament h1: "Roba de llit". A la part superior de la pàgina continuem veient la llista de categories i a l'esquerra tenim un menú de filtratge per subcategories, mida, color i preu del producte, que abans hem vist que sortien com a h5. La part inferior amb la llista de pàgines estàtiques que teníem a la pàgina d'inici també es manté.</p> <p>El contingut principal d'aquesta pàgina és la llista de productes que conté, en què hi veiem una imatge, el títol d'aquest i el preu. Si posem el cursor al damunt dels productes veiem que la imatge</p>

	<p>canvia per una altra del mateix producte. Si cliquem al producte llavors podem entrar a la pàgina d'aquest.</p> <p>Si ens fixem en la indexació de les imatges de productes que surt a aquesta pàgina. Mirem un exemple: <code></code></p> <p>Veiem que té un text alternatiu ben optimitzat, ja que conté les paraules clau per a aquest producte (tot i que jo posaria la paraula “peces” enlloc de “pcs”) i veiem també el què dèiem que canvia la imatge quan es posa el cursor al damunt.</p> <p>En general, el contingut que apareix a la pàgina de categories està ben optimitzat, ja que en ell hi trobem com a text alternatiu de les imatges les paraules clau possibles per als productes, que és el més important en aquest tipus de pàgina web. Tot i això, estaria bé posar la meta-descripció de la pàgina sota de l'h1 i abans de la llista de productes, de manera que l'usuari pot llegir la descripció de la categoria (es tracta d'una meta-descripció prou breu com per posar-ho al principi). Trobem la meta-descripció en el llenguatge HTML però no a la interfície de la pàgina.</p>
Subcategoria	<p>El contingut d'aquesta pàgina s'organitza de la mateixa manera que en la categoria que acabem d'explicar. Hi ha els mateixos apartats, les mateixes opcions de filtratge i també veiem bons textos alternatius a les imatges de productes.</p>
Producte 1	<p>Veiem que es manté la part superior i la part inferior de la pàgina d'inici (menú i pàgines estàtiques).</p> <p>A les fitxes dels productes trobem una imatge gran del producte i d'altres de complementàries més petites. El nom del producte concorda amb l'h1. Com a part important veiem que hi ha la descripció del producte, que abans hem vist que apareix com a meta-descripció. En general es tracten de bones descripcions, tal i com hem comentat anteriorment, ja que crida l'atenció de</p>

	<p>l'usuari utilitzant expressions com "senzill", "pràctic"... A més explica amb quins altres productes pots combinar-ho, de manera que pot fer que l'usuari visiti més pàgines de productes i pugui comprar-ne més.</p> <p>També està molt bé que a sota s'enllacen 4 productes que també et poden interessar perquè estan relacionats amb el principal. Això també és bo fer-ho pel que acabem de comentar, que pot fer anar a l'usuari a comprar més productes dins el lloc web.</p> <p>Si ens fixem en les imatges i els seus textos alternatius. En llenguatge html veiem aquesta informació de les imatges:</p> <pre></pre> <p>Veiem que totes les imatges relatives al mateix producte tenen el mateix text alternatiu: "title=". Entenc que és un bon text perquè es refereix a què serà el mateix que l'h1 del producte.</p> <p>Els productes relacionats també tenen a la imatge com a text alternatiu el títol del producte.</p>
Producte 2	<p>El contingut d'aquesta pàgina es similar a l'anterior, només canvia el tipus de producte, però l'organització del contingut i la indexació és igual.</p>
Estàtica	<p>En aquesta pàgina l'h1 correspon al títol: Les nostres botigues. Continuem conservant el menú de la part superior i les pàgines estàtiques a la part inferior de la pàgina.</p> <p>El contingut important de la pàgina és el llistat de botigues de La Mallorca, en què apareix la informació relativa a cadascuna en què si cliquem al damunt ens dirigim a una pàgina concreta d'aquella botiga (totes són enllaços a altres pàgines). També s'inclou un petit text amb les mesures higièniques i de seguretat que s'han de tenir presents quan anem a una botiga.</p> <p>També com a part important de la pàgina tenim el frame amb el mapa de Google Maps on es poden veure les botigues localitzades. Hi apareix una imatge de l'interior d'una botiga però no conté text alternatiu, això es podria millorar posant-li un text tipus "Botigues La Mallorca".</p>

Sobre els encapçalaments i el contingut, cal mencionar els resultats de l'anàlisi amb **Screaming Frog**, on veiem que aproximadament només la meitat de les pàgines recuperades tenen h1. Si ens fixem bé, s'entén aquest resultat pel tipus de contingut del nostre lloc web. En el següent gràfic veiem quin contingut té:



Gairebé la meitat del contingut que hi trobem són imatges i aquestes són les pàgines que es mostren que no tenen encapçalaments.

5. Arquitectura de la informació

a. Organització del lloc web

L'organització del lloc web de la Mallorquina és bastant senzilla i s'adequa al seu objectiu, que és el de vendre productes. Bàsicament la seva organització rau en la típica estructura de contingut a través de categories. Els productes que s'ofereixen es troben dins d'una subcategoria i categoria més general. Per posar uns exemples:

Categoria Taula i cuina

Subcategoria Estovalles

Producte Estovalles Cotó – Tropical

Categoria Salo

Subcategoria Catifes

Producte Catifa - Congo

Així, veiem que la navegació per la pàgina és molt intuïtiva i senzilla i que és fàcil arribar al producte que busquem. També podem accedir als productes a través d'una cerca simple per paraula clau.

b. Profunditat de les pàgines

Mirem les URL de les pàgines de mostra per veure com són i quina profunditat tenen:

PÀGINES	INFORMACIÓ	NIVELL DE PROFUNDITAT
Inici	https://lamallorquina.es/ca/	0
Categoria	https://lamallorquina.es/ca/12-roba-de-llit	1
Subcategoria	https://lamallorquina.es/ca/863-fundes-nordiques	1
Producte 1	https://lamallorquina.es/ca/llit/1782-170-fundament-nordica-cot-b3-basic-gris.html#/39-mida-150x270-cm/452-color-gris-clar/-/	2
Producte 2	https://lamallorquina.es/ca/set-funda-nordica-2-peces/4622-5663-joc-funda-nordica-2-pcs-cot-anderson.html#/459-color-gris/534-mida-llit-090-cm/-/	2
Estàtica	https://lamallorquina.es/ca/botigues-fisiques	1

A nivell de profunditat de pàgines el nostre lloc web està ben optimitzat, ja que el màxim és de nivell 2. Això significa que les pàgines de productes estan com a mínim a 2 clics de la pàgina d'inici, cosa que està molt bé.

Mirant la URL veiem que la pàgina de subcategoria no penja de la pàgina de categoria. No trobem una URL així: <https://lamallorquina.es/ca/12-roba-de-llit/863-fundes-nordiques>. El fet que es tracti la subcategoria com de nivell 1 de profunditat pot ser perquè podem accedir a la seva pàgina des de la pàgina d'inici amb només un clic (menú desplegable). Crec que seria millor que es trobés dins de la pàgina de categoria a nivell de SEO. Així, arribaríem a 3 nivells de profunditat fins arribar al producte i continuaria sent del tot correcte.

Si ho comprovem amb l'eina d'**Screaming Frog** veiem que realment els nivells de profunditat són aquests, de 2 per als productes i 1 per a les categories i subcategories.

c. Estructura de les URL

D'entrada l'estructura de les URL sembla bastant correcta, ja que veiem com s'inclouen les paraules clau en els *slug*, tot i això crec que es podrien canviar algunes coses. A les URL de pàgines de categoria i subcategoria no posaria la xifra que hi trobem al davant del nom, posaria directament el nom de la categoria o subcategoria. El mateix passa amb els productes. Tal i com he dit abans, també canviaria l'estructura de la URL per veure d'on penja cada producte o subcategoria. Així, posaria:

URL modificades:

- Categoria: <https://lamallorquina.es/ca/roba-de-llit>
- Subcategoria: <https://lamallorquina.es/ca/roba-de-llit/fundes-nordiques>
- Producte 1: https://lamallorquina.es/ca/roba-de-llit/fundes-nordiques/funda-nordica-coto-basic-gris.html#/mida-150x270_cm/color-gris_clar/

Si ens fixem en la URL real del producte 1, veiem que surt molta informació i és molt llarg. Anem a analitzar-ho:

https://lamallorquina.es/ca/llit/1782-170-funda-n%C3%B2rdica-cot%C3%B3-basic-gris.html#/39-mida-150x270_cm/452-color-gris_clar/-/

En color taronja veiem que el producte penja de "Llit", que podem pensar que és la categoria "Roba de Llit". En color verd veiem les mides del producte i en color vermell el color. Si fem comprovacions variant la URL veiem:

- Prova 1: si acabem la URL amb **llit/** i ho posem al cercador en surt un error 404. Entenem que si es tracta de la categoria "Roba de Llit" ens hauria de dirigir a aquella pàgina, cosa que no fa. Per tant, aquest tros de la URL no ens interessa perquè no ens porta enlloc.
- Prova 2: si eliminem **llit/** de la URL l'enllaç funciona igual i ens porta al mateix producte. Una altra raó més per no utilitzar aquest tros d'URL.

- Prova 3: si traiem una o les dues característiques del producte de la URL: [39-mida-150x270_cm/452-color-gris_clar/-/-](#). L'enllaç funciona igual i ens porta al mateix producte, cosa que vol dir que no caldria que la URL fos tan llarga. L'únic que aporten aquestes característiques és que es veu quines es posen per defecte a l'hora de fer la compra.

L'ideal seria que les URL de producte o bé fossin més curtes eliminant informació que no és rellevant o bé que siguin llargues però penjant de pàgines vàlides (mantenint una arquitectura de la informació lògica), tal i com he plantejat en les URL modificades anteriors. Allí el producte penja de la subcategoria i la categoria i si esborrem el final de la URL els enllaços continuarien sent vàlids. Les característiques del producte no crec que siguin rellevants a l'hora de posar-ho a la URL, ja que sense aquesta part funciona igualment.

d. Estratègia d'enllaços interns

En el nostre lloc web trobem una gran quantitat d'enllaços interns que sobretot ajuden a veure l'arquitectura de la informació i moure'ns de manera ràpida i intuïtiva pel nostre lloc web. El fet de tenir molts enllaços interns i ben fets ajuda als cercadors a entendre l'organització del lloc i el contingut disponible i amb autoritat.

En la gran majoria dels casos els enllaços interns són de tipus text àncora amb paraula clau, ja que els trobem en els menús quan es vol dirigir a una categoria o subcategoria (utilitzen la paraula clau que és el seu títol). Quan es vol enllaçar un producte en concret es fa a partir d'un enllaç d'imatge juntament a un de text àncora amb paraula clau. D'aquesta manera, pots accedir a la pàgina del producte tant si cliques a la imatge com si cliques al títol d'aquesta, que es tracta d'una paraula clau sobre el producte. Aquest tipus d'enllaç intern és el més valuós, ja que ajuda a entendre a Google quin és el contingut principal de la pàgina on ens dirigim i, per tant, per a quina paraula clau hauria de considerar aquesta pàgina rellevant. A continuació veiem aquest enllaç intern a un producte:



Cobrellit Piqué - Palma
Des de 39,95 € - 49,95 €

Per altra banda, si ens fixem en altres apartats de la pàgina d'inici, veiem que el lloc on surten les imatges canviant sobre ofertes i novetats, aquí els enllaços interns són

només d'imatge (no apareix text). En aquest sentit és normal que sigui així perquè el format i el disseny no permet que hi hagi text.

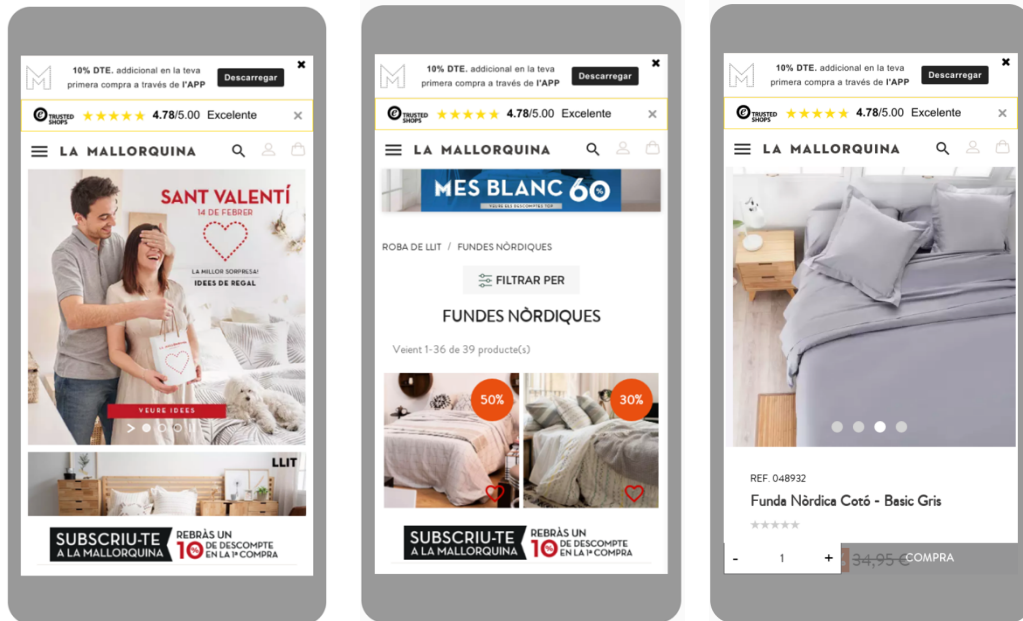
En cap cas trobem *naked links* ni text àncora no significatiu, que serien els menys idonis a utilitzar en l'entorn SEO. Sí que veiem que quan vols veure un producte et surt un botó que diu "Veure" que és un enllaç intern al producte. Tot i això, no el contemplo perquè surt de manera complementària a l'enllaç del nom i l'enllaç de la imatge.

En general podem dir que l'estratègia d'enllaços interns és molt bona, ja que a més, en molts casos aquests enllaços es troben dins del contingut (hem vist que a les fitxes de producte s'hi relacionen d'altres a partir d'enllaços a la seva pàgina).

6. Aspectes tècnics i de rendiment

a. Usabilitat mòbil

A partir de l'eina de **Google Search** "Prueba de optimización para móviles" podem veure si la pàgina que busquem està optimitzada per a mòbils. Veiem que no ens dóna cap error en cap pàgina i per tant, totes les pàgines són òptimes per a veure-les des d'un dispositiu mòbil. Ens inclou també una captura de com es veuria el contingut al mòbil:



b. Errors de codi font

Utilitzant l'eina d'W3C **Markup Validation Service** podem veure si el nostre lloc web conté errors en el seu codi font. Mirem per a cada pàgina quants *Warnings* i quants errors obtenim:

PÀGINES	Warning	Error
Inici	13	23*
Categoria	13	25*
Subcategoria	13	25*
Producte 1	13	15*

Producte 2	13	15*
Estàtica	13	12*

S'hauria de veure si els errors que es presenten són prou greus com perquè els cercadors no puguin rastrejar certes pàgines. És normal que hi hagi alguns errors però no n'hauria d'haver tants. Si ens fixem en deteniment la majoria d'errors tenen relació en el llenguatge emprat en el CSS, en els valors que es posen en les propietats. També n'hi ha relacionats en què no s'ha posat un text alternatiu a les imatges, cosa que ja hem comentat anteriorment en aquest treball. En totes les pàgines que hem analitzat els errors són gairebé els mateixos i cal dir que totes les llistes d'errors acaben amb el mateix:

Fatal Error Cannot recover after last error. Any further errors will be ignored.

From line 72, column 1; to line 72, column 195

```
t></head>+<body id="category" class="lang-ca country-es currency-eur
layout-left-column page-category tax-display-enabled category-id-12
category-roba-de-llit category-id-parent-2 category-depth-level-2
```

Amb aquest "Fatal error" entenc que ja no es busquen més errors i potser per això sempre ens surten els mateixos en totes les pàgines. S'hauria de corregir sobretot aquest error per començar a tenir un codi font més correcte.

c. Errors de servidor

Amb l'eina **Screaming Frog** podem veure els codis d'estat que trobem en el nostre lloc web. Tal com hem dit anteriorment aquesta eina només ens deixa analitzar 500 pàgines. D'aquestes obtenim els següents codis d'estat:

- 404: 2 pàgines. Significa que el servidor no ha trobat res en aquesta direcció i això és perjudicial per al nostre lloc web. S'han de reparar aquests errors, tot i que veiem que en són pocs i per tant no són massa rellevants.
- 302: 3 pàgines. Vol dir que el recurs té una nova direcció temporal.
- 301: 15 pàgines. Es refereix a les redireccions permanents, de quan un recurs ha de tenir una nova direcció. Està bé utilitzar aquest codi per no perdre l'autoritat d'una pàgina.
- 200: 460 pàgines. És una bona quantitat ja que significa que les peticions s'han realitzat amb èxit i veiem que són la gran majoria.

d. Enllaços trencats

A partir de l'eina **Broken Link Checker** podem també veure si la pàgina web té enllaços trencats, tant si són enllaços a altres pàgines del nostre lloc web com enllaços a altres llocs web.

En total s'han processat 2845 pàgines, ja que he parat el procés en veure que n'hi havia moltíssimes. D'aquestes, 2 enllaços estaven trencats, per tant podem dir que en són poquíssims. Si ens fixem en els enllaços veiem que van relacionats en campanyes temporals que devia tenir el lloc web. Les seves URL són:

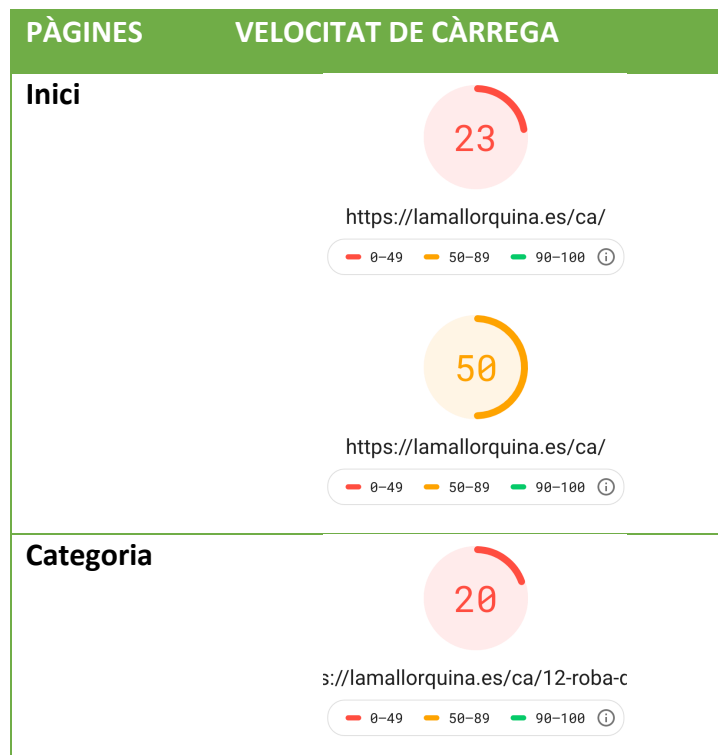
<https://lamallorquina.es/ca/1246-flash-sale>








<https://lamallorquina.es/ca/156-nadal>

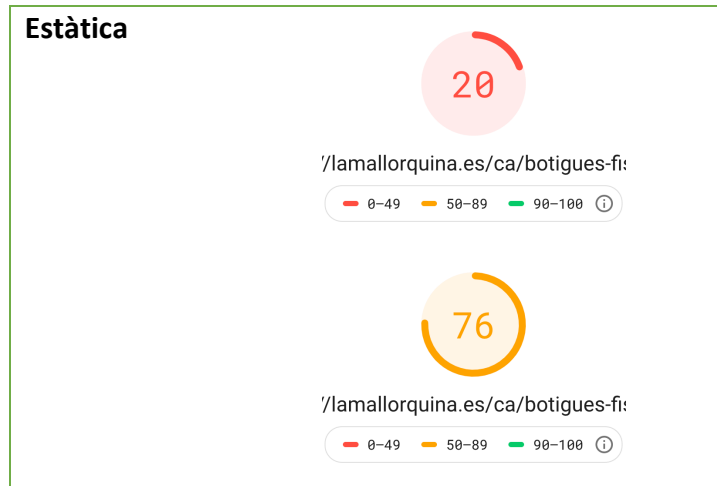
Els dos enllaços donen a un error de servidor 404.

e. Velocitat de càrrega

Per comprovar la velocitat de càrrega de les nostres pàgines de mostra utilitzo l'eina **PageSpeed Insights**. A continuació veiem la velocitat de càrrega de cada pàgina. Primer veiem el resultat en mòbil i després el resultat en ordinador:



	 <p>79</p> <p>s://lamallorquina.es/ca/12-roba-c</p> <p>0-49 50-89 90-100 ⓘ</p>
Subcategoria	 <p>19</p> <p>lamallorquina.es/ca/863-fundes-n</p> <p>0-49 50-89 90-100 ⓘ</p>  <p>78</p> <p>lamallorquina.es/ca/863-fundes-n</p> <p>0-49 50-89 90-100 ⓘ</p>
Producte 1	 <p>21</p> <p>lamallorquina.es/ca/llit/1782-170-funda-cot%C3%B3-basic-gris.html</p> <p>0-49 50-89 90-100 ⓘ</p>  <p>80</p> <p>lamallorquina.es/ca/llit/1782-170-funda-cot%C3%B3-basic-gris.html</p> <p>0-49 50-89 90-100 ⓘ</p>
Producte 2	 <p>29</p> <p>lamallorquina.es/ca/set-funda-nordica-2- n%C3%B2rdica-2-pcs-cot%C3%B3</p> <p>0-49 50-89 90-100 ⓘ</p>  <p>78</p> <p>lamallorquina.es/ca/set-funda-nordica-2- n%C3%B2rdica-2-pcs-cot%C3%B3</p> <p>0-49 50-89 90-100 ⓘ</p>



Tal i com podem veure a la taula anterior, en general la puntuació és molt baixa, sobretot en el cas de la velocitat de càrrega en dispositius mòbils. Podríem dir que la puntuació en mòbils (20/100 aprox.) és nefasta i en portàtils (75-80/100) és correcta, tot i que podria ser molt millor. En general veiem que el rendiment és molt semblant entre totes les pàgines, per tant veiem que el contingut en sí de cada pàgina no afecta a aquesta velocitat de càrrega.

Si pensem en què podem aplicar perquè aquesta puntuació millori, aquí tenim algunes solucions:

- Ajustar les imatges fora de pantalla: estalviariem aproximadament 4 segons de càrrega.
- Publicar imatges en formats amb millors resultats de compressió: estalviariem fins a 9 segons d'espera. (9 segons d'espera en un dispositiu mòbil és moltíssim!).
- Suprimir fitxers JavaScript o CSS no utilitzats: podríem estalviar fins a 2 segons.
- Disminuir la mida del DOM: es troben moltíssims elements que necessiten evitar aquesta mida excessiva.

7. Bibliografia

1. Whalley, Brian. "How to use internal linking to improve your website's SEO". *Hubspot* (2012). <<https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/31388/How-to-Use-Internal-Linking-to-Improve-Your-Website-s-SEO.aspx>>. [Consulta: 24/07/2019].
2. Taylor, Dan. "A complete guide to the Google Penguin algorithm update" *Search engine journal* (2017). <<https://www.searchenginejournal.com/google-algorithm-history/penguin-update/>>. [Consulta: 24/07/2019].