

1.884 webs inmobiliarias medidas en una noche: qué le pasa a la ficha de un anuncio

Estudio de campo · 1.884 webs de agencia de 17 comunidades · 23 y 24 de septiembre de 2026 · Edu Castillo

En la noche del 23 al 24 de septiembre de 2026 abrí la web de **1.884 inmobiliarias**, una por dominio, y repetí en todas la misma medición de los dos estudios anteriores: de cada web, una ficha de inmueble, y de esa ficha, qué le dice a Google, qué nombre sale al compartirla y qué pasa cuando se pide una referencia que no existe. Mismo instrumento y mismo criterio que el 23 de septiembre, sin tocar una sola regla, cuatro veces más webs.

Este documento pone los límites antes que los números. Hay uno grande que conviene leer primero: **en siete de cada diez webs no se llegó a medir ninguna ficha**, y eso es un límite del instrumento, no un defecto de esas webs. Después vienen el método, los datos, la comprobación a mano, lo que salió limpio y las correcciones de la noche, que son varias.

Me llamo Edu Castillo y me dedico a mirar los anuncios de las inmobiliarias y a decir cuáles se contradicen y cuáles no se pueden encontrar. **Dentro de este documento no hay ninguna oferta y nada de lo que se cuenta aquí está condicionado a que contrates nada.** Ninguna de las 1.884 agencias aparece con su nombre, y tampoco ningún proveedor de webs.

ANTES DE LOS NÚMEROS: LO QUE ESTO NO MIDE

Va primero, antes de un solo dato, porque un estudio que no declara sus límites invita a que le crean más de lo que ha demostrado.

1 · Siete de cada diez webs no se pudieron medir

De las 1.884, **en 516 se llegó a confirmar y medir una ficha**: el 27,4 %. En los dos estudios anteriores fue más de la mitad, porque allí casi siempre se entraba por la página de anuncios ya conocida; aquí, en la mayoría, solo se sabía la portada. En las otras 1.368 no se mide nada y **no se les atribuye nada**: los motivos están contados más abajo, y en 202 la web ni siquiera contestó.

2 · No es una muestra de España

Las webs salen de dos sitios: 777 de OpenStreetMap (las agencias que alguien ha dado de alta en el mapa con su web) y 1.107 de mis propias listas de prospección. Ninguna de las dos cosas es un censo ni un sorteo. **El 82 % de las webs son de comunidades con costa mediterránea o de las islas**, y fuera de ellas solo se midieron 64 fichas; en Madrid, 7. Por eso aquí no se dice «las inmobiliarias españolas», y cuando se habla de zonas se habla con cuidado.

3 · Se solapa con los estudios anteriores

Mis listas incluyen las webs de los estudios de 338 y 437, medidas otra vez esta noche. No son 1.884 webs nuevas. Las 777 de OpenStreetMap sí lo son casi todas, y por eso sus números se dan aparte.

4 · Se mira UNA ficha por agencia, no su cartera

Sirve para decir «la plantilla de ficha de esta web tiene esto», que afecta a todas sus fichas porque salen del mismo molde. **No sirve para decir «el X % de sus anuncios están mal».**

5 · Se lee el HTML que sirve la web, sin ejecutar JavaScript

Es, por lo general, lo que leen WhatsApp y las redes al construir la tarjeta de un enlace. Para la canonical no del todo: si una web la añade después con JavaScript, Google podría verla y mi instrumento no. «Sin canonical» quiere decir aquí «sin canonical en el HTML que sirve».

6 · El instrumento no se recalibró esta noche

La pieza que decide si lo medido es de verdad una ficha se calibró el 9 de septiembre contra 90 páginas etiquetadas a mano. Desde entonces se han corregido reglas de medida, no esa pieza. La prueba de esta noche es otra: **49 páginas elegidas al azar y abiertas en crudo**, contadas más abajo.

Con esas seis advertencias por delante, los datos.

CÓMO SE HIZO

PASO	QUÉ SE HIZO
De dónde salen	777 agencias de OpenStreetMap con web declarada (datos abiertos, licencia ODbL, consulta del 24/09 por comunidades) y 1.107 de mis listas. Una fila por dominio; las redes de franquicia, una sola web por red
Orden	Al azar, con semilla fija, para que si la noche no llegaba a todas lo medido fuera una muestra y no el principio de una lista. Llegó a todas
Primera puerta	La página de anuncios cuando ya la conocía (340 webs) y la portada en el resto. De ahí, el comprobador elige la ficha que más «hermanas» tiene con su misma forma
Segunda puerta	A las que no se pudieron medir por la portada, se les buscó en su propio menú el enlace a su página de venta (encontrado en 697) y se midieron otra vez por ahí
Qué se mide	La canonical de la ficha, su título para compartir (<i>og:title</i>), qué pasa con una referencia inventada y qué pasa si se ensucia el texto de su dirección
Ritmo e identificación	Tres segundos entre agencia y agencia, y todas las peticiones firmadas con nombre, web y correo en la cabecera
Comprobado a mano	49 páginas al azar, repartidas entre todos los tipos de fallo y con cuatro controles limpios dentro, abiertas en crudo con otra herramienta que no juzga

LOS NÚMEROS

MEDIDA	RESULTADO
Webs de agencia barridas en una noche	1.884
Fichas confirmadas y medidas	516 (27,4 %)
No se pudo confirmar ninguna ficha	1.368 (72,6 %)
De las medidas, sin ningún fallo	260
De las medidas, con algún fallo	256 (49,6 %)
Webs medidas de un mismo proveedor con fallo	35 de 42

QUÉ SE MIDió	SIN ESE FALLO	CON EL FALLO
La etiqueta <i>canonical</i>	400	90 sin ella · 19 apuntando al listado · 5 a otra página u otro dominio · 2 con una ruta que no señala ninguna ficha = 116
El título para compartir	367	55 sin él · 43 miga de pan · 48 con dos distintos · 5 vacíos o rotos = 149 (hay fichas con dos cosas a la vez)
Una referencia inventada	452	64 devuelven una página entera, con código de éxito, para un inmueble que no existe = 64
La dirección ensuciada	479	36 devuelven la misma ficha con cualquier texto en la dirección = 36

En la fila de la referencia inventada, «sin ese fallo» no quiere decir «correcto» sino «no se vio el fallo»: incluye 233 que contestan con un error, 200 que redirigen a otra página, 17 que devuelven una página casi vacía con código de éxito (se enseñan pero no se cuentan como fallo, igual que en los estudios anteriores) y 2 en las que la prueba no fue concluyente. En la fila de la dirección ensuciada, 479 más 36 son 515: en la ficha que falta la prueba no se pudo hacer.

Por gravedad: **260 salieron limpias**, 168 con un solo fallo y 88 con dos o más.

Lo digo antes de que nadie lo pregunte: el fallo más discutible de la lista es «dos títulos para compartir distintos», porque cada red elige uno y no siempre el malo. En 34 fichas es el único fallo. **Sin contarlos, serían 222 de 516, el 43,0 %**. Lo cuento porque en los dos estudios anteriores también se contó, y cambiar la regla ahora haría las cifras incomparables.

EL FALLO SIGUE AL PROVEEDOR

En 292 de las 516 fichas la página dice quién la hizo (una firma en el pie, un generador en el código). Agrupadas por esa firma:

QUIÉN LA HIZO	WEBS MEDIDAS	CON ALGÚN FALLO
Un mismo proveedor de webs inmobiliarias	42	35 (83 %)
Un segundo proveedor (firma de generador)	9	9 (100 %)
Generador WordPress, cualquier versión	149	62 (41,6 %)
Otras 65 firmas distintas, ninguna con más de 6 webs	92	50 (54,3 %)
Todas las que no firman	224	100 (44,6 %)

El primer proveedor es el mismo del estudio de las 338: allí eran 35 de 38 y aquí 35 de 42. En 31 de sus 42 fichas el título para compartir es una miga de pan («Resale » Villa » [municipio] » [zona]») y en 18 no hay canonical. No son 35 agencias descuidadas: es una configuración tomada una vez que se repite en todas las webs que salen de ese molde.

El segundo es nuevo. En sus 9 webs medidas pasa lo mismo: la ficha contesta igual con cualquier texto añadido a su dirección. Lo matizo porque es justo: en las tres que abrí a mano, la página ensuciada declara como canonical la dirección limpia, así que Google tiene una forma de no duplicarla. Es un fallo de plantilla, pero de los que menos duelen.

LO QUE VE UN COMPRADOR

Tres cosas que salieron al abrir las páginas a mano, sin nombres:

- **El anuncio se comparte con el nombre de la plantilla.** En 13 fichas medidas el título para compartir es «Ficha Venta», «Ficha Propiedad Venta» o parecido, no el inmueble. Casi todas tienen además otro fallo, así que no cambian la cifra, pero es lo primero que ve quien recibe el enlace por WhatsApp.
- **Un piso que no existe, con su propia página.** Al pedir una referencia inventada, varias webs devuelven una ficha vacía («en ref ·», «Precio: consultar, dormitorios: 0») con código de éxito y con una canonical que se señala a sí misma, es decir, pidiéndole a Google que la guarde. En una, el título de esa página vacía es una instrucción que el programador dejó escrita en la plantilla para que alguien pusiera ahí el título, y que nadie cambió.
- **Un error de base de datos a la vista.** Una web responde a la referencia inventada con el texto de un error de su base de datos, con código de éxito.

POR FUENTE Y POR ZONA, CON CUIDADO

GRUPO	BARRIDAS	MEDIDAS	CON ALGÚN FALLO
Solo de OpenStreetMap (casi todas nuevas)	777	137	66 (48,2 %)
De mis listas (incluyen los estudios anteriores)	1.107	379	190 (50,1 %)
Cataluña	632	166	94 (56,6 %)
Comunitat Valenciana	561	202	93 (46,0 %)
Andalucía	295	71	34 (47,9 %)
Las otras 14 comunidades juntas	396	77	35 (45,5 %)

Lo único que me atrevo a leer aquí es que **la mitad aparece en todas las filas**: en las webs nuevas y en las ya conocidas, en la costa y fuera de ella. Las diferencias entre filas son pequeñas para el tamaño de cada grupo, y fuera de las tres comunidades grandes hay muy pocas fichas medidas. No hay aquí un ranking de comunidades, y no lo voy a hacer con estos números.

POR QUÉ 1.368 NO SE PUDIERON MEDIR

MOTIVO	WEBS
En la página mirada no hay ningún enlace con forma de anuncio	864
La web no contestó nada (cero bytes)	202
Ninguna forma de dirección se repite: no parece un listado	199
La página elegida no se confirma como la ficha de un inmueble	77
La web contestó casi vacía	21
Entrada rota o que no era HTML (fallo mío declarado)	5

Ninguno de esos motivos acusa a la agencia de nada. Que no haya enlaces con forma de anuncio puede ser que sus listados se pinten con JavaScript, que la página que miré no fuera su listado o que mi selector no reconozca sus direcciones, y desde fuera las tres cosas se parecen. De las 202 que no contestaron, 137 son de OpenStreetMap: el mapa guarda webs que ya no existen. **La segunda puerta ayudó poco**: de las 697 webs a las que se encontró la página de venta en su menú, se midieron 66 más. La mayoría de esas páginas de venta se pintan con JavaScript o no tienen la forma que mi selector reconoce.

LO QUE PROMETÍ Y NO PUEDO CONTESTAR

El plan era medir unas 1.500 webs repartidas por toda España y poder decir cómo está la ficha inmobiliaria en el país. **Eso no lo puedo contestar.** Se barrieron más webs de las previstas, pero solo se midieron 516, casi todas de la costa mediterránea, y fuera de Cataluña, la Comunitat Valenciana y Andalucía hay 77 fichas medidas entre catorce comunidades. Tampoco puedo decir cómo están las fichas de las 1.368 webs que no se dejaron medir: si sus listados se pintan con JavaScript, pueden estar mejor, peor o igual, y desde aquí no se ve.

La pregunta queda abierta en voz alta: **¿la mitad se sostiene en las webs que este instrumento no sabe leer?** Para contestarla hace falta otra herramienta, que ejecute la página como un navegador, y otra noche.

LO QUE SE COMPROBÓ Y SALIÓ LIMPIO

Antes de escribir este documento abrí **49 páginas elegidas al azar** en dos tandas, con una herramienta distinta que solo enseña las etiquetas en crudo: páginas fantasma, fichas sin canonical, migas de pan, fichas sin título para compartir, dos títulos distintos, direcciones ensuciadas, páginas cortas, fichas medidas por la segunda puerta, fichas de fuera de la costa y cuatro controles limpios.

RESULTADO DE LA COMPROBACIÓN	PÁGINAS
Coinciden con lo que dice el estudio	48
No se pudo comprobar (hoy redirige a otra dirección)	1
Contradicen al estudio	0

Y lo que salió limpio, con nombre de categoría: **260 fichas sin ningún fallo**; 400 con su canonical bien puesta; 367 con un título para compartir que es el del inmueble; 233 que contestan con un error honesto a una referencia que no existe y 200 que redirigen. Los cuatro controles limpios de la comprobación a mano estaban limpios de verdad.

LO QUE SÍ SE PUEDE CONCLUIR Y LO QUE NO

Se puede concluir que, en las fichas que se dejan medir, la mitad tiene algún fallo en las etiquetas que deciden cómo se ve el anuncio en Google y al compartirlo, que esa proporción se repite en tres mediciones distintas (50,8 % en 338 webs, 46,7 % en 437 y 49,6 % en 516) y en las webs nuevas de esta noche (48,2 %), y que el fallo se concentra en plantillas: un mismo proveedor lo tiene en 35 de 42 webs.

No se puede concluir nada sobre las 1.368 webs que no se midieron, ni un porcentaje para toda España, ni un ranking de zonas, ni cuántos compradores o ventas se pierden por cada fallo. Sé lo que declara la ficha, no lo que Google decidió hacer con ella.

LAS CORRECCIONES

- **El plan era otro.** Iba a sacar las webs del directorio de agencias de un portal para seis ciudades grandes. Su protección antirobots cortó el paso tras 17 páginas y no insistí: un «no» de un antirobots es un no. Cambié a OpenStreetMap, y por eso la muestra no es de seis ciudades.
- **Tres tiradas largas se cayeron.** Lancé tres barridos de 600 webs a la vez y se cayeron por memoria a los pocos minutos. Lo medido estaba guardado ficha a ficha; repetí el resto en tiradas de 45.
- **Una ficha que no era una ficha.** Al cruzar lo medido con mi lista de prospección vi que en una web de una consultora, la página que el comprobador eligió como «ficha» era un informe de mercado, no un inmueble. Salía limpia y sumaba como ficha sin fallo. La quité de las medidas y la cuento entre las que no se pudieron confirmar: 516 medidas en vez de 517, 260 limpias en vez de 261, y el porcentaje con fallo pasa del 49,5 al 49,6 %.
- **Dos filas que no cuadraban (corregido el 26 de septiembre).** Al quitar esa ficha no se corrigió la tabla de proveedores: «todas las que no firman» decía 225 y son 224 (100 con fallo, el 44,6 %, no el 44,4). Y en la fila de la dirección ensuciada

faltaba decir que en una ficha la prueba no se pudo hacer. Me lo señaló una revisión externa del texto. También quité una frase literal de una plantilla que, buscada entre comillas, llevaba a una web concreta.

- **Una web se perdió al cargar la lista** y apareció al cruzar lo medido con la lista original. Se midió al final.
- **Una tanda de la segunda puerta se cayó** y dejó filas repetidas. El comprobador ya descarta los dominios repetidos, así que no hay ninguna agencia contada dos veces: 1.884 filas, 1.884 dominios.
- **Un error mío que no llegó a los datos:** al reconstruir a mano las direcciones inventadas para la comprobación, mi primera versión cambiaba también un número del nombre de un dominio. El comprobador no lo hace. Lo vi antes de lanzar la comprobación y lo rehice con su misma regla.

QUÉ HARÍA YO, EN ESTE ORDEN

1. **Mandaos por WhatsApp una ficha vuestra** y mirad el título que sale. Si no es el inmueble, es la plantilla, y se arregla en un sitio para todas.
2. **Pedid en vuestra web una referencia que no existe** (cambiad los números de una ficha). Si sale una página con código de éxito en vez de un «no encontrado», pedidle a quien os hizo la web que devuelva un 404.
3. **Mirad si vuestra ficha lleva canonical** (en el código fuente, «canonical»). Si no la lleva, o apunta al listado, es una línea en la plantilla.
4. Si vuestra web es de un proveedor, **preguntadle a él antes que a nadie:** si es su plantilla, lo arregla una vez para todas sus agencias.

Método: una ficha por web, leída en el HTML que sirve la web, con el criterio 2026-09-23-e sin cambios, del 23 al 24 de septiembre de 2026, en 1.884 webs inmobiliarias de 17 comunidades (777 de OpenStreetMap y 1.107 de listas propias). 516 fichas confirmadas y medidas; 49 páginas comprobadas a mano al azar: 48 confirmadas, 1 sin poder comprobar, 0 contradichas. Peticiones identificadas con nombre, web y correo. Datos de OpenStreetMap © colaboradores de OpenStreetMap, licencia ODbL. El método completo está a disposición de quien quiera reproducirlo.

Edu Castillo · Rubí, Barcelona · 671 68 76 05 · hola@educastillo.com · educastillo.com