

437 inmobiliarias de cuatro zonas nuevas: la misma medición, otro resultado

Estudio de campo · Vallès Occidental, Baix Llobregat, Valencia y Costa del Sol · 23 de septiembre de 2026 · Edu Castillo

El 23 de septiembre de 2026 repetí, sobre 437 inmobiliarias de cuatro zonas que no estaban en el primer estudio, la misma medición que hice el 9 de septiembre en [338 webs de la costa mediterránea](#): 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, mismo criterio, otro territorio.

Este documento contiene los límites antes que los números, el método, los datos, lo que salió limpio y las correcciones, que en este estudio son varias y están todas contadas. Dos de ellas tocan también [el estudio de las 338](#), que ya está corregido con fecha.

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 437 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. Cuatro de cada diez webs no se pudieron medir

De las 437, **en 255 se llegó a confirmar y medir una ficha**: el 58,4 %. En el primer estudio fue el 56 %. En las otras 182 no se mide nada y **no se les atribuye nada**: los motivos están contados uno por uno más abajo.

2. 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».**

3. No es una muestra al azar

Salen de mi propio rastreo de agencias de esas cuatro zonas, hecho para prospección: no es un censo ni un sorteo. Con 255 medidas, un porcentaje de aquí **no se puede comparar punto por punto** con uno del primer estudio. Lo que sí se puede comparar es lo que cambia mucho.

4. Dos puertas de entrada, y no eligen igual

Primero entré por la portada de cada web y dejé que el comprobador eligiera una ficha: así se midieron 91. En las 346 restantes, si mi rastreo ya tenía una ficha conocida de ese dominio, medí esa ficha directamente: así se midieron 164 más. **La segunda puerta entra justo en las webs que la primera no sabía leer**, y por eso lo que se encuentra por ella no se reparte igual. Lo digo aquí porque el hallazgo más fuerte de este estudio sale casi entero de esa puerta.

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, así que para el título de compartir es la medida justa. Para la canonical, no del todo: **si una web la añade después con JavaScript, Google podría verla y mi instrumento no**. Cuando aquí digo «sin canonical» quiero decir «sin canonical en el HTML que sirve».

Con esas cinco advertencias por delante, los datos.

CÓMO SE HIZO

PASO	QUÉ SE HIZO
De dónde salen	437 inmobiliarias con web propia: 144 del Vallès Occidental, 103 de Valencia, 40 del Baix Llobregat y 150 de la Costa del Sol. Una fila por dominio. Se quitaron las 12 de la Costa del Sol que ya estaban en el primer estudio
Primera puerta: la portada	Se descarga la portada y gana la dirección que más «hermanas» tiene con su misma forma. Un anuncio nunca está solo; una landing o un filtro sí
Segunda puerta: la ficha conocida	Para las 227 webs no medidas por la portada de las que mi rastreo ya tenía una ficha, se mide esa ficha directamente, sin selector
Cómo se confirma que es una ficha	Se descarga y se mira: precios distintos, si se cuenta a sí misma en plural, paginación, referencia, metros y habitaciones. El mismo verificador del primer estudio, en las dos puertas: 94,4 % de acierto contra 90 páginas etiquetadas a mano
Cómo se lee la canonical	Con la regla corregida el 23 de septiembre: las direcciones se resuelven y se descodifican antes de compararlas, y una canonical que señala la misma referencia con otra ruta cuenta como correcta
Cómo se lee el título	Es «miga de pan» solo si es una ruta de categorías separadas por el signo », no cualquier título con barras o puntos medios
Cómo se inventa una referencia	Se cambia el número de la dirección de la ficha y se mira qué contesta la web. Las 33 que salieron «página fantasma» se rehicieron a mano cambiando todos los números, por lo que cuento en las correcciones
Ritmo e identificación	Tres segundos entre agencia y agencia, y todas las peticiones firmadas con mi nombre, mi web y mi correo
Comprobación a mano	Tres rondas el mismo día con una herramienta distinta que enseña las etiquetas tal cual: 22 filas de la primera puerta, 20 de la segunda y las 33 páginas fantasma, todas

LOS NÚMEROS

437 webs de agencia barridas en un día	255 fichas confirmadas y medidas (58,4 %)	119 de esas 255 con algún fallo (46,7 %)	0 títulos convertidos en miga de pan
QUÉ SE MIDió	SIN ESE FALLO	CON EL FALLO	SUMA
La etiqueta canonical	184	63 sin ella · 4 apuntando al listado · 1 apuntando a una página general · 2 con dos que se contradicen · 1 con una ruta que no señala ninguna ficha = 71	255
El título para compartir	208	0 miga de pan · 28 sin él · 17 con dos distintos · 2 vacíos o con solo un número = 47	255
Una referencia inventada	227	28 devuelven una página entera sin el inmueble = 28	255

En la fila de la referencia inventada, la columna de la izquierda no quiere decir «correcto» sino «no se vio el fallo»: incluye 123 que contestan con un error, 52 que redirigen a otra página, 44 que devuelven una página casi vacía con código de éxito y 8 en las que la prueba no se pudo hacer o no fue concluyente. De las 44 casi vacías, 33 son webs de un mismo proveedor que

contestan exactamente 12 bytes; como en el primer estudio, se enseñan pero no se cuentan como fallo. Aparte, dos webs devuelven la misma ficha aunque se ensucie el texto de su dirección, y eso sí cuenta.

Por gravedad: **136 salieron limpias**, 94 con un solo fallo y 25 con dos o más.

EL FALLO SIGUE A LA PLANTILLA

El fallo más frecuente aquí es la canonical que falta: **63 de las 255 fichas no la llevan**. Y no está repartido al azar. Agrupando las fichas por la plantilla de la que salen (la misma forma de dirección y la misma estructura de página, comprobada a mano en una, dos o tres webs de cada una) aparecen cuatro plantillas reconocibles:

PLANTILLA	WEBS MEDIDAS	SIN CANONICAL
Plantilla A	16	16
Plantilla B	9	9
Plantilla C	6	6
Plantilla D (firma su proveedor)	4	4
El proveedor que más firma en la muestra	36	0
Todas las demás	184	28

35 de 35 en las cuatro plantillas; 0 de 36 en el proveedor que más webs tiene en la muestra, que además solo tiene 2 fichas con algún fallo de cualquier tipo. Ninguna agencia de las cuatro plantillas decidió no poner la canonical: la decide la plantilla, y lo más probable es que la agencia no lo sepa. Es el mismo patrón que el primer estudio encontró con la miga de pan, ahora con otro fallo y en otras zonas.

Lo que no sé decir, y lo dejo escrito: si esas plantillas añaden la canonical con JavaScript después de cargar (ver el límite 5), y qué hace Google con cada una. Sé lo que declara la ficha, no lo que Google decidió hacer con ella. Es un riesgo medido, no una pérdida contada.

LA MIGA DE PAN DESAPARECE

En el primer estudio, el fallo más frecuente era que el título con el que se comparte un anuncio no fuera el nombre del inmueble sino una ruta de categorías: «Resale » Villa » [municipio] » [zona]». Lo tenían **44 de 189 fichas**, y 31 de ellas eran webs del mismo proveedor, cuyas 38 webs medidas estaban todas en la provincia de Alicante.

Aquí no lo tiene ninguna: 0 de 255. Ni en el Vallès, ni en Valencia, ni en el Baix Llobregat, ni en la Costa del Sol. Y de las 140 webs medidas que llevan firma legible de quién las hizo, ninguna es de aquel proveedor. Las otras 115 no firman, así que no puedo descartarlo del todo en ellas.

Es lo que cabía esperar si aquel fallo era una configuración de un proveedor y no una costumbre del sector: donde no está el proveedor, no está el fallo. **No lo demuestra**, porque las zonas también son distintas, pero junto con la tabla de arriba cuenta la misma historia dos veces.

LO QUE VE UN COMPRADOR

47 de las 255 tienen mal el título para compartir: 28 no lo llevan, 17 llevan dos distintos y 2 lo llevan vacío o con solo un número. En los que no lo llevan, WhatsApp y las redes sacan lo que encuentran, normalmente el título de la pestaña. En los que llevan dos, muchas veces la diferencia es solo el nombre de la agencia al final, que es un fallo menor; en otros, uno de los dos es genérico, como «Ficha Venta».

28 sirven una página entera cuando se les pide una referencia que no existe, que es justo la puerta por la que llega quien pincha un enlace viejo. En 8 de ellas esa página se titula «en ref ·» y detrás lo que traiga la plantilla, casi siempre el nombre de la agencia: el hueco donde iba el nombre del inmueble, vacío.

En una, lo que va detrás no es un nombre: es una instrucción que el programador dejó escrita en la plantilla para que alguien pusiera ahí el título de la web, y que nadie cambió. Sale en la pestaña del navegador, y no solo en la página vacía: también en sus fichas de verdad, detrás del nombre del piso. No la reproduzco tal cual porque es una frase única y llevaría a la agencia.

POR ZONAS, CON CUIDADO

ZONA	BARRIDAS	MEDIDAS	CON ALGÚN FALLO
Costa del Sol	150	99	41
Vallès Occidental	144	75	40
Valencia	103	52	21
Baix Llobregat	40	29	17

No ordeno las zonas de mejor a peor, y no lo hago a propósito. Con 29 a 99 webs medidas por zona, y con plantillas que se concentran en unas zonas más que en otras, una sola plantilla mueve el porcentaje de una zona diez puntos. La tabla está para que se vea de dónde sale cada número, no para hacer un ranking.

POR QUÉ 182 NO SE PUDIERON MEDIR

MOTIVO, ESCRITO FILA A FILA	WEBS
En la portada no hay ningún enlace con forma de anuncio, y no tenía ninguna ficha conocida de esa web	83
La página elegida o la ficha conocida no se confirmó como ficha de un inmueble	61
La web no contestó nada a nuestra petición	26
Hay enlaces a fichas en la portada, pero ninguna forma de dirección se repite tres veces	9
Contestó casi vacía, o lo elegido no era una página	3
TOTAL	182

Los datos de las tablas, en CSV: educastillo.com/estudio-437-webs-cuatro-zonas-datos.csv (agregados, sin ninguna agencia identificada).

La primera fila no sé decir de quién es: caben webs que pintan sus anuncios con JavaScript, portadas que no enseñan ningún anuncio y formas de dirección que mi selector no reconoce. En la segunda, 57 son fichas conocidas que hoy ya no son la ficha de un inmueble; en las tres que he mirado de cerca había una página de error, una de mantenimiento y un listado, lo que encaja con anuncios vendidos o retirados desde que las encontré, pero no las he mirado todas. **Ninguna de estas 182 cuenta como fallo de nadie.**

LO QUE NO PUEDO CONTESTAR

Dos preguntas que este estudio deja abiertas, dichas en voz alta. **Si las plantillas sin canonical la añaden después con JavaScript:** mi instrumento lee el HTML que sirve la web y no lo ve, y Google podría verlo. **Qué hace Google con cada canonical:** sé lo que declara la ficha, no lo que Google decidió hacer con ella. Y de las 83 webs sin ningún enlace con forma de anuncio en la portada no sé decir si pintan sus anuncios con JavaScript, si no enseñan ninguno o si mi selector no reconoce su forma de dirección.

LO QUE SE COMPROBÓ Y SALIÓ LIMPIO

Un informe que solo encuentra problemas no es un informe.

- **136 de las 255 webs medidas no tienen ninguno de estos fallos.**
- **184 de las 255 tienen la canonical bien puesta**, y 208 el título para compartir correcto.
- **De las 36 webs del proveedor que más firma en la muestra, 34 no tienen ningún fallo.**
- **39 canonicals que la regla vieja habría marcado como fallo son correctas:** 11 estaban escritas sin «https:» delante, 3 con un carácter codificado y 25 señalaban la misma referencia con otra ruta. Con la regla del primer estudio, este habría salido con 39 fallos inventados.
- **3 páginas fantasma eran falsas alarmas:** con la referencia entera cambiada, las tres redirigen como deben. Están fuera de la cuenta.
- Los cinco controles limpios de la comprobación a mano **se confirmaron limpios.**

LO QUE SÍ SE PUEDE CONCLUIR Y LO QUE NO

Se puede concluir que, en las fichas que se pudieron medir de estas cuatro zonas, casi la mitad tiene algún defecto en la parte que decide cómo se comparte y cómo la entiende un buscador; que aquí el defecto dominante es la canonical que falta y que se concentra en plantillas concretas, igual que en el primer estudio se concentraba la miga de pan; y que la ausencia total de migas de pan fuera de la zona de aquel proveedor encaja con que fuera cosa suya.

No se puede concluir nada de una agencia concreta, porque se midió una ficha de cada una; nada de las 182 que no se pudieron medir; ningún ranking entre zonas; nada de lo que hace Google con cada canonical, porque no se ha medido; y nada del dinero que esto cuesta, porque no se ha medido.

LAS CORRECCIONES

Una: la primera versión de este estudio contaba 105 fichas, y no llegó a publicarse. La segunda puerta estaba mal diseñada: le pasaba la ficha conocida al selector como si fuera una portada, y el selector buscaba dentro tres fichas hermanas que una ficha casi nunca enlaza. De 227 webs rescató 14. Rehecha midiendo la ficha directamente, rescata 164. Esos 14 de antes están sustituidos por la medición directa, y todos los números de este documento son los de después.

Dos: la referencia inventada no siempre era inventada. Mi prueba cambiaba solo el primer número de la dirección. Revisando a mano todas las páginas fantasma vi que en 10 fichas, entre los dos estudios, ese primer número no era el que la web usa para encontrar el anuncio (era el código de la agencia, un precio o una referencia interna): la dirección «falsa» seguía llevando la referencia real y la web servía el anuncio de verdad. Las rehice todas cambiando todos los números. En 7 el hallazgo se sostiene: con la referencia entera cambiada sirven una página vacía. En 3 no: redirigen, y salen de la cuenta. Otras 2 quedan como no concluyentes, porque la prueba quitaba el número en vez de cambiarlo. El comprobador ya cambia todos los números.

Tres: las comprobaciones a mano. La primera ronda releó 22 filas: tres no se pudieron comprobar porque hoy redirigen, 18 se confirmaron y una salió falsa, una web con «dos canonicals que se contradicen» que eran la misma dirección dos veces. La segunda releó 20: 18 se confirmaron, una no se pudo comprobar porque hoy redirige y una salió falsa, una villa cuya canonical señala la misma referencia («sv» y cuatro cifras) con otra zona en la ruta. Las dos están corregidas arriba, y la regla también.

Y cuatro, del estudio anterior. Preparando este encontré que mi regla marcaba como «canonical que apunta a otra página» direcciones que eran la misma escrita de otra forma, y como «miga de pan» títulos buenos que usaban barras para separar datos: [sus webs con algún fallo bajan de 104 a 96](#). Y 3 de sus 9 páginas fantasma estaban entre las 10 de la corrección dos: rehechas, las tres siguen sirviendo una página vacía, así que su cifra no cambia. Está anotado allí.

Cuento esto porque es la parte que más se puede comprobar. Si escondiera las correcciones, estaría pidiendo que me crean en vez de que me comprueben.

QUÉ HARÍA YO, EN ESTE ORDEN

1. **Pegar el enlace de un anuncio vuestro en un chat** y mirar la tarjeta que aparece. Si sale el nombre de la agencia en vez del inmueble, o un texto que no reconocéis, ahí está el primer arreglo. Treinta segundos.
2. **Preguntarle a quien os hizo la web si las fichas llevan canonical.** Si vuestra web sale de una plantilla, la respuesta vale para todas vuestras fichas a la vez, y el arreglo también.
3. **Mirar la pestaña del navegador en una ficha vuestra.** Si el título es genérico («Ficha Venta») o una instrucción que se quedó a medias, se ve igual en Google.
4. **Cambiar todos los números de la dirección de un anuncio vuestro,** no solo uno. Si sale una página entera en vez de un error, quien llega por un enlace viejo ve una casa vacía y se va.

Nada de esto necesita contratar a nadie, y por eso está escrito aquí.

Método. 437 webs inmobiliarias del Vallès Occidental, el Baix Llobregat, Valencia y la Costa del Sol, una ficha medida por agencia, barrido el 23 de septiembre de 2026 con peticiones identificadas. Dos puertas de entrada: portada (91 fichas, criterio 2026-09-09-c, reclasificado con las reglas del 23) y ficha conocida medida directamente (164 fichas, criterio 2026-09-23-d). 255 fichas confirmadas por el verificador del primer estudio. Las 33 páginas fantasma, rehechas a mano cambiando todos los números. 75 comprobaciones a mano con una herramienta distinta. Ni agencias ni proveedores se nombran.

Reproducible: el método completo y los datos agregados en CSV están en educastillo.com/estudio-fichas-inmobiliarias-cuatro-zonas. Esta versión en PDF es del 2 de octubre de 2026 y reproduce el texto de esa página.

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