

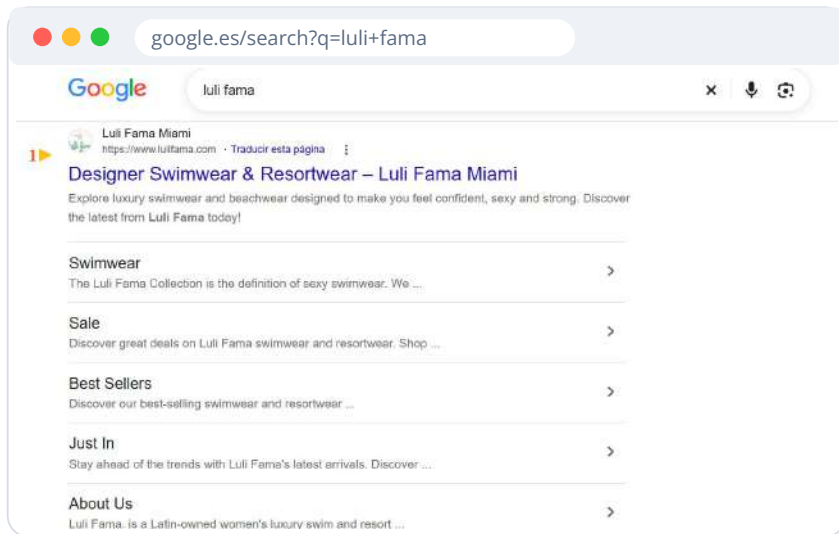
¿Tu web es multilingüe pero Google no lo entiende?

Las claves de hreflang en WordPress

Ryan López



Búsqueda en España: Google enseña la web americana



01 **lulifama.com, en primera posición.**
Web en inglés, pensada para el cliente de EE. UU.

02 **lulifama-eu.com, en posición 7.**
Es la web europea y tiene versión en español.

03 **«Traducir esta página».**
El propio Google señala que el resultado no está en el idioma del usuario.

LECTURA

Existe una web europea en español y Google no la elige. Al final veremos por qué.

Hreflang dice qué versión ve cada usuario

01

Qué hace

Localización: declara qué páginas son equivalentes idiomáticos o regionales.

Si el grupo está bien formado, Google muestra en cada mercado su URL.

→ **Sustituye una URL por su equivalente**

02

Qué no hace

No es un factor de ranking.

No sube posiciones ni da autoridad a una web nueva: solo decide qué URL del grupo aparece.

→ **La autoridad se gana aparte**

03

Cómo lo trata Google

Como una sugerencia, no como una orden.

Si la implementación tiene errores, la ignora sin avisar.

→ **Un error puede anular el grupo entero**

CONCLUSIÓN

Hreflang no te hace posicionar mejor: hace que posicione la URL correcta en cada mercado.

Una etiqueta, tres piezas

```
<link rel="alternate" hreflang="es-MX" href="https://www.marca.com/mx/" />
```

01

rel="alternate"

Indica que la URL enlazada es una versión alternativa de esta misma página.

02

hreflang="..."

es-MX Idioma y, opcional, país.

o

x-default El resto de usuarios.

03

href

URL absoluta.

X-DEFAULT

Valor opcional que indica a Google qué versión mostrar cuando el idioma o el país del usuario no coincide con ninguna de las declaradas.

Cuatro reglas de oro

Todas las páginas de un mismo grupo llevan exactamente el mismo bloque de hreflang.

**01**

Reciprocidad

Si A apunta a B, B apunta a A.

**02**

Autorreferencia

Cada página se cita a sí misma.

**03**

Canonical coherente

Canonical a la propia versión.

**04**

URLs indexables

200, sin noindex ni redirecciones.



A → B, B → A



ASÍ SÍ · EL MISMO BLOQUE EN LAS DOS PÁGINAS

```
<!-- Página A · web.com/es/ -->
<link rel="alternate" hreflang="es-ES" href="https://web.com/es/" />
<link rel="alternate" hreflang="es-MX" href="https://web.com/mx/" /> ← A apunta a B
<!-- Página B · web.com/mx/ -->
<link rel="alternate" hreflang="es-ES" href="https://web.com/es/" /> ← B devuelve el enlace
<link rel="alternate" hreflang="es-MX" href="https://web.com/mx/" />
```



SI FALTA

Si no hay reciprocidad, Google ignora las directrices de todo el grupo.

CONCLUSIÓN

La reciprocidad se revisa en las dos páginas, no solo en la que estás editando.

Cada página se cita a sí misma



ASÍ SÍ · BLOQUE COMPLETO EN WEB.COM/ES/

```
<!-- Página web.com/es/ -->
<link rel="alternate" hreflang="es-ES" href="https://web.com/es/" /> ← se cita a sí misma
<link rel="alternate" hreflang="es-MX" href="https://web.com/mx/" />
<link rel="alternate" hreflang="en-GB" href="https://web.com/uk/" />
<link rel="alternate" hreflang="x-default" href="https://web.com/" />
```



SI FALTA

La documentación oficial de Google afirma que el enlace autorreferenciado es obligatorio, aunque admite que su ausencia no siempre rompe el hreflang.

CONCLUSIÓN

El bloque de hreflang es idéntico en todas las versiones, incluida la propia.

Solo URLs canónicas



ASÍ SÍ · WEB.COM/MX/

```
<!-- Página web.com/mx/ -->
<link rel="canonical" href="https://web.com/mx/" /> ← canonical a sí misma
<link rel="alternate" hreflang="es-ES" href="https://web.com/es/" />
<link rel="alternate" hreflang="es-MX" href="https://web.com/mx/" />
```



QUÉ ES

La etiqueta canonical indica cuál es la URL principal cuando varias tienen el mismo contenido.

URL canónica: la que Google indexa y la única que debe aparecer en el hreflang.

CONCLUSIÓN

Canonical y hreflang tienen que señalar lo mismo: cada versión es la original de su mercado.

Cada URL del bloque: 200 + indexable



ASÍ SÍ · URLS FINALES

```
<!-- Página web.com/es/ -->
<link rel="alternate" hreflang="es-ES" href="https://web.com/es/" /> ← 200 · indexable
<link rel="alternate" hreflang="es-MX" href="https://web.com/mx/" /> ← 200 · indexable
<link rel="alternate" hreflang="x-default" href="https://web.com/" /> ← 200 · indexable
```



EN WORDPRESS

Los plugins multilingües como **WPML, Polylang, TranslatePress y Weglot** actualizan el hreflang si cambias un slug, pero para redirecciones y desindexaciones es recomendable recurrir a checkers de hreflang o herramientas SEO.

CONCLUSIÓN

Si cambias una URL, actualiza el hreflang: lo que hoy da 200, mañana puede redirigir.

En WordPress, lo genera **el plugin multilingüe**

ESCENARIO	HREFLANG	PUNTO DE CONTROL
WPML · Polylang · TranslatePress · Weglot	Automático	Las traducciones deben estar vinculadas entre sí en el plugin
Yoast SEO · Rank Math	No lo generan	Dependen del plugin multilingüe; revisa que canonical y hreflang coincidan
Multisite: un sitio o dominio por país	Plugin específico, como MultilingualPress	Cada sitio tiene que conocer las URLs equivalentes del resto
Sin plugin multilingüe	Manual	Función en wp_head o sitemap XML, mantenidos a mano

CONCLUSIÓN

Decide cuál es la mejor opción para tu web.

Luli Fama: dos webs que no se reconocen

- 01 Sin reciprocidad.**
La web americana cita a la europea, pero la europea no cita a la americana: Google ve dos grupos separados.
- 02 No apuntan a una página equivalente.**
En la web americana, todas las etiquetas hreflang apuntan a la home de la web europea, sea cual sea la página.
- 03 Doble canonical.**
Las colecciones de la web americana declaran uno a sí mismas y otro a la home.
- 04 Dos x-default y mercados desalineados.**
Italia aparece en la web americana aunque no existe.

ASÍ DEBERÍA QUEDAR · HOME

HREFLANG	URL
en-US	<code>lulifama.com/</code>
en	<code>lulifama-eu.com/</code>
nl	<code>lulifama-eu.com/nl</code>
fr	<code>lulifama-eu.com/fr</code>
de	<code>lulifama-eu.com/de</code>
es	<code>lulifama-eu.com/es</code>
x-default	<code>lulifama.com/</code>

CONCLUSIÓN

Cerrar el grupo deja a Google mostrar la web europea en lugar de la americana.

Hreflang: clave para la visibilidad internacional

01

Reciprocidad

Todas las versiones se citan entre sí, también entre dominios distintos.

02

Canonical y hreflang, alineados

Cada versión, con canonical a sí misma y el mismo bloque de hreflang.

03

En WordPress, el plugin

WPML, Polylang y compañía lo generan, siempre que las traducciones estén vinculadas.

PARA LLEVARSE

Si el grupo está cerrado, Google acierta: cada mercado ve su versión.

¿Preguntas?



Ryan López

Consultor SEO Internacional · Havas
es.linkedin.com/in/ryan-joseph-lopez

