

Checklist de auditoría web

Guía práctica para revisar el estado de tu web



¿Tu web está haciendo bien su trabajo?

Marca cada punto. Lo importante no es sumar casillas: es detectar dónde conviene actuar primero.

01 · Objetivos y función de la web

- ☐ Está definido el objetivo principal de la web.
- ☐ Se identifica claramente qué ofrece la empresa.
- ☐ La propuesta de valor se entiende rápidamente.
- ☐ Está definido el público objetivo.
- ☐ Cada página tiene una función concreta.
- ☐ Los servicios principales son fáciles de localizar.
- ☐ Las llamadas a la acción responden a objetivos reales.
- ☐ La web evita páginas o contenidos sin una finalidad clara.

02 · Arquitectura y estructura

- ☐ La arquitectura general de la web es lógica.
- ☐ Las páginas principales están correctamente jerarquizadas.
- ☐ Las subpáginas dependen de la página adecuada.
- ☐ No existen páginas huérfanas.
- ☐ La profundidad de navegación es razonable.
- ☐ Las categorías están correctamente utilizadas.
- ☐ Los contenidos relacionados están conectados.
- ☐ La estructura facilita la navegación del usuario y el rastreo de los buscadores.
- ☐ No existen contenidos duplicados provocados por una mala estructura.
- ☐ Se revisa que las páginas antiguas u obsoletas no permanezcan sin control.

03 · Navegación y experiencia de usuario

- ☐ El menú principal es claro.
- ☐ El orden del menú responde a la importancia de los contenidos.
- ☐ La navegación es coherente en todas las páginas.
- ☐ El logo enlaza correctamente al inicio.
- ☐ Se revisan las migas de pan cuando son necesarias.
- ☐ Los botones indican claramente qué ocurrirá al pulsarlos.
- ☐ Los enlaces son reconocibles como elementos interactivos.
- ☐ No existen enlaces sin nombre o sin contexto.
- ☐ El usuario puede regresar fácilmente a páginas anteriores o principales.
- ☐ No existen callejones sin salida.
- ☐ Los formularios son fáciles de localizar y utilizar.
- ☐ La página 404 ayuda al usuario a continuar navegando.

04 · Diseño e identidad visual

- ☐ La identidad visual es coherente en toda la web.
- ☐ Se utilizan correctamente los colores corporativos.
- ☐ Las tipografías son consistentes.
- ☐ H1, H2, H3 y texto normal se diferencian visualmente.
- ☐ Existe suficiente contraste entre fondo y texto.
- ☐ El tamaño del texto facilita la lectura.
- ☐ Los espacios y márgenes mantienen una estructura visual ordenada.
- ☐ Las imágenes mantienen una línea gráfica coherente.
- ☐ Los efectos hover ayudan a comprender qué elementos son interactivos.
- ☐ Las animaciones no dificultan la navegación.
- ☐ El diseño no introduce elementos decorativos que distraigan del objetivo principal.

05 · Responsive y dispositivos móviles

- ☐ La web se adapta correctamente a escritorio.
- ☐ Se revisa específicamente la versión tablet.
- ☐ Se revisa específicamente la versión móvil.
- ☐ No existen contenedores que generen espacios desproporcionados.
- ☐ Los elementos no se salen de la pantalla.
- ☐ No aparece scroll horizontal innecesario.
- ☐ Las columnas se reorganizan correctamente según el dispositivo.
- ☐ Los textos no quedan cortados.
- ☐ Las imágenes mantienen proporciones correctas.
- ☐ Los botones tienen tamaño suficiente para pulsarse cómodamente.
- ☐ El menú móvil funciona correctamente.
- ☐ Los formularios se adaptan a pantallas pequeñas.
- ☐ Los desplegables son legibles en móvil.
- ☐ No existen configuraciones responsive que contradigan el diseño de escritorio.

06 · Rendimiento y velocidad

- ☐ Se comprueba la velocidad general de carga.
- ☐ Se analiza el rendimiento en móvil.
- ☐ Se revisa el LCP.
- ☐ Se revisan los principales Core Web Vitals.
- ☐ Las imágenes tienen un tamaño adecuado.
- ☐ Las imágenes están comprimidas.
- ☐ Se utilizan formatos apropiados.
- ☐ No se cargan imágenes innecesariamente grandes.
- ☐ Se revisa la carga diferida o lazy loading.
- ☐ Se revisa la caché.
- ☐ Se comprueba la carga de archivos CSS y JavaScript.
- ☐ Se detectan recursos que bloquean la carga.
- ☐ Se eliminan recursos, plugins o códigos que ya no se utilizan.
- ☐ Se revisa que fuentes externas no ralenticen la web.
- ☐ No existen scripts duplicados o cargas innecesarias.

07 · SEO técnico

- ☐ La web utiliza HTTPS correctamente.
- ☐ Las URLs son limpias y descriptivas.
- ☐ Se eliminan parámetros innecesarios cuando procede.
- ☐ No existen estructuras de URL incoherentes como /v2/.
- ☐ Se revisan las redirecciones 301.
- ☐ Se detectan enlaces que apuntan a HTTP.
- ☐ Se detectan páginas antiguas que necesitan redirección.
- ☐ Se detectan enlaces rotos y errores 404.
- ☐ Se comprueba la existencia del sitemap XML.
- ☐ El sitemap contiene únicamente URLs válidas e indexables.
- ☐ Se revisa robots.txt.
- ☐ robots.txt no bloquea contenido importante.
- ☐ Se revisan las etiquetas canonical.
- ☐ Las páginas importantes son indexables.
- ☐ Las páginas que no deben aparecer en buscadores están controladas.
- ☐ No existe contenido duplicado indexable.
- ☐ Search Console está correctamente configurado.
- ☐ Se revisan errores de rastreo e indexación.

Técnica, contenido y conversión

Aquí revisamos lo que ayuda a posicionar, convertir y no volver loca a la usuaria de turno.

08 · SEO on-page y contenidos

- ☐ Cada página tiene un único H1 principal.
- ☐ Los H2 y H3 se utilizan con coherencia.
- ☐ Cada página tiene título SEO y metadescripción.
- ☐ Las metadescripciones son descriptivas y no están duplicadas.
- ☐ El contenido responde a una intención de búsqueda concreta.
- ☐ Las palabras clave están integradas de forma natural.
- ☐ Se revisa la posible canibalización entre páginas.
- ☐ Los textos son originales.
- ☐ No existen bloques de contenido duplicados sin necesidad.
- ☐ Las imágenes tienen atributo ALT adecuado.
- ☐ Los nombres de archivo son descriptivos.
- ☐ Los contenidos están actualizados.
- ☐ Existe enlazado interno entre contenidos relacionados.
- ☐ Los enlaces internos utilizan anclajes comprensibles.
- ☐ Se revisa el SEO semántico.
- ☐ Se comprueba si procede utilizar datos estructurados.
- ☐ Los artículos refuerzan páginas de servicios relevantes.

09 · Accesibilidad

- ☐ Los textos tienen contraste suficiente.
- ☐ El tamaño de fuente es legible.
- ☐ Los enlaces pueden distinguirse.
- ☐ Las imágenes informativas incluyen ALT.
- ☐ Los botones tienen nombres comprensibles.
- ☐ Los campos de formulario están correctamente identificados.
- ☐ La navegación puede entenderse sin depender únicamente del color.
- ☐ Se revisa el orden lógico de los encabezados.
- ☐ Los elementos interactivos no son excesivamente pequeños.
- ☐ Los contenidos siguen siendo comprensibles al ampliar la pantalla.
- ☐ Se revisan posibles enlaces o botones sin nombre accesible.

10 · Conversión y formularios

- ☐ Cada página importante tiene una llamada a la acción.
- ☐ Las llamadas a la acción son coherentes con el contenido.
- ☐ Los botones funcionan.
- ☐ Los formularios se envían correctamente.
- ☐ Los mensajes de confirmación aparecen correctamente.
- ☐ Los correos generados por los formularios llegan al destinatario.
- ☐ Se comprueba el funcionamiento de los descargables.
- ☐ Los enlaces de descarga funcionan.
- ☐ Los campos solicitados son realmente necesarios.
- ☐ Los consentimientos legales están incluidos.
- ☐ Los formularios funcionan en móvil.
- ☐ Los desplegables muestran correctamente fondo y texto.
- ☐ Se revisa qué información permite valorar la calidad del lead.
- ☐ Se comprueba que el recorrido desde interés → formulario → conversión no tenga obstáculos.
- ☐ Los botones de contacto llevan al lugar correcto.

11 · Seguridad, legal y mantenimiento

- ☐ El certificado SSL está activo.
- ☐ No existen recursos inseguros HTTP dentro de páginas HTTPS.
- ☐ WordPress, tema y plugins están actualizados.
- ☐ Se eliminan plugins y temas innecesarios.
- ☐ Se realizan copias de seguridad.
- ☐ Existe protección antispam.
- ☐ Los formularios cuentan con medidas básicas de seguridad.
- ☐ Los accesos administrativos están protegidos.
- ☐ Se revisan usuarios y permisos.
- ☐ Existe política de privacidad.
- ☐ Existe aviso legal cuando corresponde.
- ☐ La política de cookies está correctamente implementada.
- ☐ Los formularios incluyen los consentimientos necesarios.
- ☐ Se revisa periódicamente el mantenimiento técnico.
- ☐ Se documentan códigos CSS o modificaciones especiales.

12 · Analítica, pruebas y mejora continua

- ☐ Existe una herramienta de analítica configurada.
- ☐ GA4 u otra solución registra correctamente las visitas.
- ☐ Search Console está conectada.
- ☐ Se definen eventos relevantes.
- ☐ Se miden formularios enviados y clics importantes.
- ☐ Se identifican páginas de entrada y salida.
- ☐ Se analiza el comportamiento del usuario.
- ☐ Se revisan búsquedas internas si existen.
- ☐ Se utilizan UTM en campañas cuando corresponde.
- ☐ Se comprueba el funcionamiento real después de cada modificación.
- ☐ Se realizan pruebas en distintos navegadores y tamaños de pantalla.
- ☐ Se comprueba la web después de actualizaciones importantes.
- ☐ Se registran los problemas detectados.
- ☐ Se priorizan las correcciones.
- ☐ Se vuelven a medir los resultados después de aplicar mejoras.

Priorización de incidencias

CRÍTICA

Bloquea uso, seguridad, indexación, formularios o navegación esencial.

ALTA

Perjudica claramente la experiencia, la velocidad, la versión móvil, el SEO o la conversión.

MEDIA

No bloquea, pero reduce calidad, claridad o rendimiento.

OPTIMIZACIÓN

Mejoras para perfeccionar una web que ya funciona correctamente.

Destejiendo humo

Una auditoría web no consiste en comprobar cuatro casillas. Consiste en analizar cómo encajan estructura, contenido, tecnología, posicionamiento y experiencia de usuario para detectar qué funciona, qué falla y qué conviene mejorar.

¿Tejemos tu estrategia?

Hilamos fino.