

Checklist SEO

16 puntos para descubrir qué puede estar frenando tu web





¿Qué revisar primero?

Marca Sí, No o Revisar en cada punto. No buscamos una nota perfecta; buscamos localizar dónde merece la pena mirar con más atención.

01 · Certificado de seguridad

¿Tu web funciona correctamente bajo HTTPS y dispone de un certificado válido?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Una web segura protege la información de sus usuarios y evita avisos del navegador capaces de espantar una visita antes incluso de conocer lo que ofreces.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

02 · Mapa del sitio

¿Tu web dispone de un sitemap que permita localizar correctamente las páginas importantes?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

El mapa del sitio ayuda a los buscadores a comprender qué contenidos existen y cómo se organiza la web.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

03 · Indexación

¿Las páginas que quieres posicionar aparecen correctamente en el índice de los buscadores?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Una página puede existir, ser preciosa y estar bien redactada... y no estar indexada. En ese caso, para el buscador es casi como si no existiera.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

04 · Arquitectura web y usabilidad

¿La estructura de tu web permite entender fácilmente qué contiene y cómo llegar hasta ello?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Una arquitectura clara ayuda a los buscadores a recorrer el sitio y a las personas a encontrar lo que necesitan sin expedición, brújula y bocadillo.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

05 · Velocidad de carga

¿Tus páginas cargan con suficiente rapidez en ordenador y móvil?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

La velocidad afecta a la experiencia de navegación. Antes de discutir sobre palabras clave, conviene comprobar que el usuario no se haya marchado mientras todavía carga la cabecera.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

06 · Optimización de imágenes

¿Tus imágenes tienen un tamaño y peso adecuados y están correctamente preparadas para la web?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Las imágenes aportan información y atractivo, pero también pueden convertirse en una de las principales causas de lentitud si se suben sin optimizar.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

07 · Palabras clave

¿Sabes mediante qué búsquedas quieres que las personas encuentren cada contenido importante de tu web?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

No se trata de repetir una palabra hasta que Google pida auxilio. Se trata de comprender qué busca tu público y crear una página capaz de responder a esa necesidad.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

08 · Rendimiento de los contenidos

¿Sabes qué páginas están atrayendo tráfico y cuáles necesitan mejorar?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Publicar no termina al pulsar el botón. Hay que observar qué contenidos consiguen visibilidad, cuáles pierden rendimiento y dónde aparecen nuevas oportunidades.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___





Seguimos afinando

Aquí suelen aparecer los clásicos: textos que compiten entre sí, enlaces rotos y pequeñas alegrías técnicas que luego Google no celebra tanto.

09 · Contenido duplicado

¿Cada página aporta contenido propio o tienes textos iguales o demasiado similares repartidos por la web?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Cuando varias páginas dicen prácticamente lo mismo, dificultamos que buscadores y usuarios entiendan cuál es realmente la relevante.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

10 · Exceso de palabras clave

¿Tus textos están escritos con naturalidad o algunas palabras se repiten de forma artificial para intentar posicionar?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Optimizar no consiste en introducir la misma palabra en cada esquina disponible. Si el texto empieza a sonar como un loro especializado en SEO, probablemente nos hemos pasado.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

11 · Contenidos pobres

¿Tus páginas responden realmente a lo que necesita saber el usuario?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Tener texto no significa tener contenido de calidad. Una página debe aportar información útil, suficiente y relacionada con la intención para la que fue creada.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

12 · Canibalización de contenidos

¿Tienes varias páginas intentando posicionarse por la misma búsqueda sin una razón clara?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

A veces el principal competidor de una página está dentro de nuestra propia web. Dos contenidos luchando por responder a lo mismo pueden dificultar que el buscador determine cuál mostrar.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

13 · Metaetiquetas

¿Tus páginas importantes tienen títulos y metadescripciones propios, claros y relacionados con su contenido?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Son piezas pequeñas, pero ayudan a describir y presentar nuestras páginas en los resultados. No deberían rellenarse simplemente porque hay una casilla esperando texto.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

14 · Enlaces tóxicos entrantes

¿Sabes qué sitios están enlazando hacia tu web y si alguno de esos enlaces puede resultar problemático?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

No todos los enlaces tienen el mismo valor. Su procedencia, contexto, relevancia y calidad también importan.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

15 · Enlaces entrantes rotos

¿Existen enlaces desde otras webs que apuntan a páginas tuyas que ya no existen o han cambiado de dirección?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Un enlace puede traernos usuarios y autoridad. Si termina en un error, estamos desaprovechando ambas cosas.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

16 · Enlaces salientes rotos

¿Has comprobado que los enlaces que incluyes hacia otras páginas siguen funcionando?

☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

Internet cambia: páginas que desaparecen, URLs que se modifican y recursos magníficos que un día terminan llevando a ninguna parte.

Recuento: Sí ___ No ___ Revisar ___

RECuento FINAL

Sí ___

No ___

Revisar ___



RESULTADO

¿Qué te está diciendo tu checklist?

No hay una puntuación mágica. Lo importante es el patrón que aparece cuando terminas de revisar los 16 puntos.

MAYORÍA DE SÍ

Tu web parece tener una base cuidada

Eso no significa que el SEO esté terminado —esa criatura nunca duerme—, pero partes de una estructura razonablemente sólida.

VARIOS REVISAR

Aquí están tus oportunidades

No necesitas desmontarlo todo: necesitas comprobar, priorizar y mejorar aquello que realmente puede marcar una diferencia.

MUCHOS NO

Revisa los cimientos antes de correr

Intentar ganar posiciones con problemas de indexación, arquitectura, contenido o enlaces es pintar las paredes mientras el tejado hace aguas.

Destejiendo humo

Una auditoría SEO no consiste en pulsar un botón y descargar un informe de colores. Las herramientas detectan señales; el trabajo empieza cuando alguien tiene que interpretarlas, relacionarlas y decidir qué merece la pena corregir primero.

Qué puede hacer La Octava P por tu empresa

Analizamos la situación, detectamos problemas y oportunidades y establecemos prioridades para que el SEO responda a una estrategia, no a una colección de lucecitas verdes.

¿Tejemos tu estrategia?

Hilamos fino.

Seguimos tejiendo redes y destejiendo humo.