

Checklist de Auditoría SEO

Básica para Pymes · 27 puntos de revisión · 2026

Usa este checklist para revisar el estado SEO de tu web de forma sistemática. Marca cada punto conforme lo compruebes. Si encuentras muchos ítems sin marcar, es señal de que necesitas una auditoría profesional. Recuerda: el orden importa — primero técnico, luego contenido, luego autoridad.

■ BLOQUE 1 — SEO TÉCNICO

Asegúrate de que Google puede encontrar, rastrear e indexar tu web correctamente

INDEXACIÓN

- ☐ Haz site:tudominio.com en Google y comprueba el número de páginas indexadas
- ☐ Verifica que no hay páginas importantes con etiqueta noindex activada por error
- ☐ Comprueba en Search Console (Cobertura) que no hay errores de indexación en rojo
- ☐ El sitemap XML está actualizado y enviado a Google Search Console
- ☐ El archivo robots.txt no bloquea secciones importantes de la web

VELOCIDAD Y CORE WEB VITALS

- ☐ Puntuación PageSpeed Insights en móvil superior a 70 puntos
- ☐ LCP (Largest Contentful Paint) inferior a 2,5 segundos
- ☐ CLS (Cumulative Layout Shift) inferior a 0,1
- ☐ INP (Interaction to Next Paint) inferior a 200 ms
- ☐ Las imágenes están en formato WebP y comprimidas
- ☐ Está activada la caché del servidor o plugin de caché

TÉCNICO GENERAL

- ☐ La web carga correctamente en HTTPS (certificado SSL activo)
- ☐ No hay errores 404 en páginas que antes recibían tráfico
- ☐ Las redirecciones 301 están bien configuradas (sin cadenas largas)
- ☐ La web es completamente usable en móvil (responsive)
- ☐ No hay contenido duplicado entre versiones http / https / www / sin www

🔗 BLOQUE 2 — CONTENIDO Y KEYWORDS

Comprueba que cada página está optimizada para una búsqueda concreta de tu cliente

Checklist de Auditoría SEO

Básica para Pymes · 27 puntos de revisión · 2026

ESTRUCTURA Y METADATOS

- ☐ Cada página tiene un único H1 que incluye la keyword principal
- ☐ Todos los títulos SEO (title tag) son únicos y diferentes entre páginas
- ☐ Todas las metadescripciones están escritas (ninguna en blanco)
- ☐ Los títulos tienen entre 50-60 caracteres y las metas entre 130-155
- ☐ Las URLs son cortas, descriptivas y sin caracteres especiales

CONTENIDO

- ☐ Cada página está orientada a UNA keyword principal (sin canibalización)
- ☐ El contenido responde a la intención de búsqueda de esa keyword
- ☐ No hay páginas con menos de 300 palabras sin justificación (thin content)
- ☐ Las imágenes tienen alt text descriptivo con keyword cuando es relevante
- ☐ El enlazado interno conecta las páginas relacionadas de forma lógica

■ BLOQUE 3 — AUTORIDAD Y SEÑALES EXTERNAS

Evalúa cómo percibe Google tu web en comparación con la competencia

AUTORIDAD

- ☐ Conoces la autoridad de dominio (DA) de tu web y la de tus competidores
- ☐ Tu web tiene al menos algunos backlinks de dominios relevantes de tu sector
- ☐ No hay backlinks tóxicos o spam apuntando a tu dominio
- ☐ Tu negocio aparece en Google Business Profile y está actualizado
- ☐ Estás listado en los directorios relevantes de tu sector (Páginas Amarillas, etc.)
- ☐ El NAP (nombre, dirección, teléfono) es idéntico en todos los directorios

¿CUÁNTOS PUNTOS HAS MARCADO?

Puntos marcados	Diagnóstico	Qué hacer
22 – 27 ✓	Tu web está bien optimizada	Mantenimiento y mejora continua
15 – 21 ✓	Hay margen de mejora claro	Prioriza los puntos sin marcar
8 – 14 ✓	SEO con problemas serios	Auditoría profesional recomendada
0 – 7 ✓	Visibilidad muy limitada	Auditoría urgente necesaria

Checklist de Auditoría SEO

Básica para Pymes · 27 puntos de revisión · 2026

¿Necesitas ayuda para corregir lo que has encontrado?

Solicita tu auditoría SEO gratuita en somostumarketing.com/auditoria

Analizo tu web de forma manual y te entrego un plan de acción priorizado.