

Checklist de Auditoría SEO Básica

23 puntos que puedes revisar tú mismo, hoy, para saber si tu web tiene frenos reales al posicionamiento — sin necesidad de herramientas de pago.

1. Aspectos técnicos básicos

Lo primero que revisa Google antes que cualquier otra cosa.

- ☐ Tu web carga en menos de 3 segundos en móvil
Pruébalo gratis en PageSpeed Insights (pagespeed.web.dev).
- ☐ Tu web tiene certificado SSL (candado / <https://>)
Sin esto, Google y los navegadores penalizan la confianza del sitio.
- ☐ Se ve y funciona bien en móvil
Más del 60% del tráfico ya es móvil — pruébalo con tu propio teléfono.
- ☐ No hay enlaces internos rotos
Un enlace roto interno pierde autoridad y frustra al usuario.
- ☐ Existe un sitemap.xml enviado a Google Search Console
Ayuda a Google a encontrar todas tus páginas más rápido.
- ☐ Cada página tiene un único H1
Dos H1 en la misma página confunde a Google sobre el tema principal.
- ☐ Las imágenes tienen texto alternativo (alt)
Mejora accesibilidad y da contexto adicional a Google.
- ☐ No hay contenido duplicado entre páginas
Páginas casi idénticas compiten entre sí en vez de sumar.

2. Contenido y palabras clave

Que Google entienda exactamente qué ofreces y a quién.

- ☐ Cada página objetivo tiene una intención de búsqueda clara
Una URL = una intención. Evita que varias páginas compitan por lo mismo.
- ☐ Los títulos SEO (meta title) son únicos y describen la página
Idealmente bajo 60 caracteres, con la keyword principal al inicio.
- ☐ Las meta descripciones invitan a hacer clic
Bajo 155 caracteres, con un beneficio claro o llamada a la acción.
- ☐ Existen landings de servicio, no solo un blog genérico
Si vendes algo concreto, necesita su propia página, no solo un artículo.

