

SEO TÉCNICO • CONTENIDO • AUTORIDAD • SIN HUMO

Checklist Auditoría SEO en 15 Puntos

Auto-auditoría rápida de SEO técnico, contenido y autoridad para PYMEs en una mañana.

EDITADO POR

Digitalvar

WEB

digitalvar.es

CONTENIDO

5 secciones · 15 puntos

15

Puntos a revisar

60min

Tiempo total estimado

2min

Por verificación

4sem

Plan de acción posterior

Cómo usar este checklist

Una hoja de ruta práctica para revisar la salud SEO de tu web en menos de una hora, sin ser técnico ni pagar herramientas caras.

Imprime este documento o ábrelo en pantalla con la web de tu negocio al lado. Vamos a revisar **15 puntos clave** que cubren lo esencial del SEO de una PYME: técnico, contenido y reputación local. Para cada punto verás qué revisar, por qué importa y cómo verificarlo en dos minutos.

Al final marcas **OK o KO**. Con que falles en 3-4 puntos ya tienes un plan de acción priorizado para las próximas semanas. No necesitas resolver los 15 a la vez: empieza por los que estén marcados como KO y atácalos por orden.



IDEA CLAVE

No intentes corregirlo todo a la vez. Diagnóstico hoy; ejecución ordenada en las próximas cuatro semanas, empezando por lo técnico y terminando por lo local.

Los 15 puntos de la auditoría SEO express

Técnico, on-page, contenido y autoridad local. Lo esencial para que tu web sea visible en Google.

#	PUNTO A REVISAR	POR QUÉ IMPORTA	CÓMO VERIFICARLO
1	Title tag único en cada página	Es el texto azul que aparece en Google. Si está vacío, duplicado o demasiado largo (>60 caracteres), pierdes clics.	Abre la home y 2-3 páginas internas. Mira la pestaña del navegador: ¿cada una tiene un título distinto, descriptivo y bajo 60 caracteres?
2	Meta description trabajada	No posiciona directamente, pero sí mejora el CTR. Si está vacía, Google improvisa una con tu texto.	Click derecho → «Ver código fuente» → busca <code>meta name="description"</code> . Debe existir, tener 140-160 caracteres y vender el contenido.
3	Un único H1 por página y descriptivo	El H1 le dice a Google de qué va la página. Más de uno confunde; ninguno, peor.	Inspecciona la página (F12) y busca <code><h1></code> . Debe aparecer 1 sola vez y reflejar la keyword o tema principal.
4	URLs limpias y legibles	URLs tipo <code>/producto?id=4587</code> posicionan peor que <code>/producto/zapatillas-running-mujer</code> .	Revisa 5 URLs de tu web: ¿se entienden sin abrirlas? ¿Usan guiones, no guiones bajos? ¿Sin mayúsculas ni parámetros raros?
5	HTTPS activo en toda la web	Sin candado verde, Chrome marca la web como «no segura» y muchos usuarios huyen.	Visita tu home: ¿hay candado al lado de la URL? Prueba a entrar con <code>http://</code> y comprueba que redirige a <code>https://</code> .
6	Velocidad en móvil aceptable	Más del 60% del tráfico es móvil. Si tarda más de 3 segundos, pierdes visitas y posiciones.	Mete tu URL en PageSpeed Insights y mira el score en «Móvil». Mínimo aceptable: 50. Bueno: 70+.
7	Diseño responsive funcional	Google indexa con la versión móvil. Si tu web se rompe en móvil, te penaliza.	Abre la web en tu teléfono o redimensiona el navegador a 360 px de ancho. ¿Se lee sin zoom horizontal? ¿Los botones se pueden pulsar?

#	PUNTO A REVISAR	POR QUÉ IMPORTA	CÓMO VERIFICARLO
8	Sitemap.xml accesible	Es el mapa que entregas a Google para que descubra todas tus páginas. Si falta, Google rastrea peor.	Visita tudominio.com/sitemap.xml o tudominio.com/sitemap_index.xml . ¿Carga un listado de URLs en XML?
9	robots.txt configurado correctamente	Un robots.txt mal puesto puede bloquearte de Google entero (lo hemos visto).	Visita tudominio.com/robots.txt . Comprueba que NO aparece <code>Disallow: /</code> (esa línea bloquea todo).
10	Imágenes con texto alternativo (alt)	El alt ayuda al SEO de imágenes y es obligatorio para accesibilidad.	F12 → busca <code><img</code> . La mayoría de imágenes relevantes deben tener <code>alt="descripción real"</code> , no vacío ni <code><imagen1.jpg></code> .
11	Contenido sustancial en páginas clave	Páginas con 100 palabras no rankean. Las páginas de servicio o categoría necesitan 300-500 palabras útiles como mínimo.	Cuenta a ojo las palabras de tu página principal de servicio. Si parece «una postal», hay que ampliar con FAQs, beneficios y casos.
12	Enlazado interno básico	Que la home enlace a servicios, blog y contacto. Que cada artículo enlace a otros relacionados.	Recorre tu home y 2 servicios: ¿hay enlaces hacia otras páginas internas? ¿Llegas a contacto en máximo 2 clics?
13	Ficha de Google Business Profile	Si tienes negocio local (incluso B2B con oficina), GBP es de las palancas SEO más rentables.	Busca tu marca + ciudad en Google. ¿Aparece tu ficha con foto, horario, reseñas y teléfono? Si no, créala gratis.
14	NAP coherente (Nombre, Dirección, Teléfono)	Si tu dirección figura distinta en web, GBP, Facebook y directorios, Google duda y baja tu autoridad local.	Compara nombre exacto, dirección y teléfono en: web (footer o contacto), Google Business y 2 directorios. ¿Dénticos?
15	Google Search Console instalado	Es el panel oficial gratuito donde Google te avisa de errores y te enseña por qué keywords te encuentran.	Entra en Google Search Console. ¿Tienes tu dominio verificado y datos de los últimos 90 días?

Con que falles en 3-4 puntos ya tienes un plan priorizado para las próximas semanas. El objetivo no es la perfección, es saber por dónde empezar.

Cómo interpretar el resultado

Cuenta tus KO y sitúate en el rango. La urgencia y el orden cambian según el resultado.

- **0-3 KO:** tu SEO base está sano. Toca pasar a optimización avanzada (contenido, link building, GEO para IAs).
- **4-7 KO:** hay margen claro de mejora. Empieza por los puntos 1-9 (técnicos) antes de tocar contenido.
- **8 o más KO:** tu web está dejando mucho dinero en la mesa. Recomendamos una auditoría profesional completa: probablemente recuperes la inversión en menos de 3 meses.

Del checklist al plan de acción

Un checklist es solo el diagnóstico. Lo que mueve la aguja es la ejecución ordenada en cuatro semanas.

Semana 1 — Técnico crítico. Resuelve los puntos 5, 8, 9 y 15. Son rápidos y, si están mal, todo lo demás da igual. Si tu web no tiene HTTPS, está bloqueada en robots.txt o no estás en Search Console, ningún esfuerzo de contenido va a funcionar.

Semana 2 — Estructura on-page. Ataca los puntos 1, 2, 3 y 4. Reescribe títulos, descripciones y H1 de tus 10 páginas más importantes (home, servicios principales, contacto). Es la palanca SEO más barata que existe.

Semana 3 — Rendimiento y experiencia móvil. Puntos 6, 7 y 10. Comprime imágenes, activa caché, revisa que el menú móvil funcione. PageSpeed Insights te marca exactamente qué tocar.

Semana 4 — Local y contenido. Puntos 11, 12, 13 y 14. Amplía contenido en páginas clave, revisa el enlazado interno, optimiza tu ficha de Google Business y unifica el NAP en todos los directorios.



RECUÉRDALO

En 30 días, una PYME que parte de «ni idea de SEO» puede dejar la web en un estado decente sin gastar un euro en herramientas, solo tiempo. A partir de ahí, link building, contenido recurrente y GEO ya requieren estrategia.

Herramientas gratuitas recomendadas

Tres recursos oficiales, gratis, que cubren el 80% del trabajo SEO de una PYME.

- **Google Search Central — Guía SEO para principiantes:** la documentación oficial de Google. Aburrida pero canónica.
- **PageSpeed Insights:** mide velocidad y Core Web Vitals de cualquier URL.
- **Google Search Console y Google Business Profile:** gratis, ambos. Si solo vas a instalar dos herramientas SEO en tu vida, que sean estas.

Checklist elaborado por el equipo de **Digitalvar**. Lo usamos como punto de partida en las auditorías express que hacemos a clientes nuevos antes de proponer estrategia. Si quieres que lo apliquemos a tu web, escríbenos y te devolvemos un diagnóstico con prioridades en menos de 48 horas.

¿Listo para **crecer** en serio?

En Digitalvar hacemos esta auditoría a fondo para nuestros clientes y la convertimos en un plan SEO ejecutable con plazos, responsables y resultados medibles. Si la has rellenado y tienes más de 4 KO, hablemos: te devolvemos un diagnóstico con prioridades en menos de 48 horas, sin compromiso.

CONTACTO

info@digitalvar.es
+34 910 916 993

OFICINAS

Oviedo · Av. de Galicia 6
Gijón · Calle Munuza 3
Madrid · Pl. Carlos Trías Bertrán
4

ESTA EDICIÓN

Versión 1.0 — Junio 2026. La guía se actualiza con cambios relevantes.

DIGITALVAR

© 2026 DIGITALVAR S.L. · Marketing digital 360° para PYMEs · Hecho en Asturias — con café y datos.