

Plantilla de Auditoría SEO

Checklist + tabla de acciones + priorización (lista para imprimir o copiar a Sheets)

Cómo usar esta plantilla (en 60 segundos):

- Rellena primero el **Resumen ejecutivo** para fijar objetivo y foco.
- Audita empezando por **páginas dinero** (servicios/categorías/productos) y luego el resto.
- Cada hallazgo debe convertirse en una **acción** con responsable, prioridad y KPI.
- Prioriza con la matriz **Impacto × Esfuerzo × Riesgo** y ejecuta los quick wins primero.
- Mide antes y después en **Search Console** y **GA4**.

Notas: Esta plantilla está pensada para que una auditoría acabe en un plan accionable. Si algo no se puede ejecutar o medir, no cuenta.

1) Resumen ejecutivo

Rellena esto primero. Te obliga a decidir qué importa antes de perderte en detalles.

Objetivo principal	_____
Tipo de web (servicios / ecommerce / blog / local)	_____
Mercado (país/idioma) y ubicación si aplica	_____
Páginas dinero (top 5)	1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____
Estado actual (síntoma principal)	_____
3 prioridades (máx.)	1) _____ 2) _____ 3) _____
Riesgos críticos (si los hay)	_____
Quick wins (7–14 días)	_____
KPI principal (cómo sabrás que funcionó)	_____

2) Matriz de priorización (rápida)

Marca cada tarea con Impacto, Esfuerzo y Riesgo. Luego calcula prioridad (Alta/Media/Baja).

Impacto	Alto / Medio / Bajo	¿Afecta a indexación? ¿A páginas dinero? ¿A CTR y conversiones?
Esfuerzo	Alto / Medio / Bajo	¿Horas/días? ¿Depende de desarrollo? ¿Requiere contenido nuevo?
Riesgo	Alto / Medio / Bajo	¿Puede romper algo? ¿Implica migración, plantillas, redirecciones masivas?
Regla rápida	—	Primero: Alto impacto + bajo esfuerzo. Después: Alto impacto + esfuerzo medio. Último: Bajo impacto.

3) Tabla principal de auditoría (acciones)

Una fila = una acción ejecutable. Si no hay acción, no hay fila.

[illegible]

4) Checklist técnico (rápido)

- ■ Robots.txt: ¿permite rastreo de secciones clave?
- ■ Sitemap: ¿enviado en Search Console y sin URLs no indexables?
- ■ Versiones del sitio: ¿solo una versión indexable (https + www/no-www) con redirecciones limpias?
- ■ Estado HTTP: 4xx y 5xx controlados. Sin cadenas/loops de redirección.
- ■ Indexación: páginas clave indexadas; revisar excluidas y motivos.
- ■ Canónicas: correctas (sin canónicas cruzadas raras ni duplicados evidentes).
- ■ Noindex: aplicado solo donde corresponde (filtrado, buscador interno, etc.).
- ■ Arquitectura: páginas dinero a ≤ 3 clics y sin páginas huérfanas.
- ■ Enlazado interno: anchors descriptivos y distribución de enlaces hacia páginas clave.
- ■ Rendimiento móvil: Core Web Vitals aceptables en páginas más importantes.
- ■ Imágenes: peso optimizado y atributos ALT descriptivos.
- ■ Schema: Organization / LocalBusiness / Product / FAQ / Article cuando aplique.

5) Checklist de contenido e intención

- ■ Intención: cada página responde exactamente a lo que el usuario busca.
- ■ Canibalización: no hay 2+ URLs compitiendo por la misma intención/consulta principal.
- ■ Titles: únicos, claros y orientados a intención (sin genéricos).
- ■ Metas: prometen un beneficio real y empujan el clic (sin spam).
- ■ Estructura: H1 único + H2/H3 con orden lógico y escaneabilidad.
- ■ Contenido: suficiente profundidad (sin 'thin content' en páginas importantes).
- ■ Actualización: contenidos que caen o se estancan tienen plan de mejora.
- ■ CTA: páginas con tráfico tienen CTA y siguiente paso claro.
- ■ E-E-A-T: autor, experiencia, pruebas, datos y políticas claras donde aplique.

6) Checklist off-page (autoridad y enlaces)

- ■ Perfil de enlaces: dominios relevantes y de calidad (no solo cantidad).
- ■ Anchors: perfil natural (evita exact-match repetitivo).
- ■ Enlaces hacia páginas dinero: existe distribución (no todo a la home).
- ■ Menciones de marca: consistencia del nombre y datos de negocio.
- ■ Riesgos: enlaces claramente spam identificados (evalúa antes de desautorizar).
- ■ Competencia: diferencia clara de autoridad en el top 3–5 (si sí, plan realista).

Espacio para notas
