GUÍA DE SEO · PAUL PUMALLOCLLA

CHECKLIST SEO 2026

40 puntos para revisar una web de turismo. Marca cada uno cuando lo tengas resuelto. Si solo tienes una hora: 1, 2, 4, 9 y 25.

1. LO BÁSICO: QUE GOOGLE PUEDA ENCONTRARTE

- [ ] 1 **La web abre y el dominio está renovado.**
  Abre tu web desde el celular con datos móviles y anota en tu calendario la fecha en que vence el dominio.
- [ ] 2 **Tienes Search Console verificado.**
  Entra en Search Console. Si puedes, verifica una propiedad de dominio, que cubre todas las versiones de la web (con y sin www, http y https).
- [ ] 3 **Enviaste tu sitemap.**
  En Search Console, «Sitemaps»: el estado debe decir «Correcto».
- [ ] 4 **Tus páginas importantes están indexadas.**
  En Search Console, el informe «Páginas» dentro de «Indexación» dice cuáles están y por qué no están las demás. Para una sola página, pega su dirección en «Inspección de URLs».
- [ ] 5 **El robots.txt no bloquea lo que quieres en Google.**
  Abre tudominio.com/robots.txt y busca líneas «Disallow» que afecten a tus tours.
- [ ] 6 **Hay una sola versión de la web.**
  Escribe tu dominio con y sin www, y con http: las cuatro formas deben terminar en la misma dirección.

2. LO TÉCNICO: VELOCIDAD, CELULAR Y ENLACES

- [ ] 7 **Toda la web usa HTTPS.**
  El candado del navegador en varias páginas, no solo en la portada, y el informe «HTTPS» de Search Console.
- [ ] 8 **Se ve y se usa bien en el celular.**
  Recorre tu web en el celular: el texto se lee sin hacer zoom, los botones se tocan con el dedo y no hay nada que se salga de la pantalla.
- [ ] 9 **El contenido principal aparece en menos de 2.5 segundos (LCP).**
  Pasa tu portada y un tour por PageSpeed Insights, en la pestaña de celular.
- [ ] 10 **La página responde rápido al tocarla (INP menor a 200 milisegundos).**
  El mismo informe de PageSpeed Insights, en los datos de usuarios reales, si tu web tiene suficientes visitas.
- [ ] 11 **Nada salta mientras carga (CLS menor a 0.1).**
  PageSpeed Insights, o carga tu web en el celular y mira si algo se mueve.
- [ ] 12 **La portada pesa poco.**
  PageSpeed Insights te dice qué imágenes pesan más. Pásalas a WebP y ajústalas al tamaño en que se muestran.
- [ ] 13 **Los enlaces son enlaces de verdad.**
  Clic derecho en un enlace del menú, «Inspeccionar», y mira si es un <a href="...">.
- [ ] 14 **Las direcciones se leen.**
  Mira las direcciones de tus tours en el navegador.
- [ ] 15 **No hay ventanas que tapen el contenido.**
  Entra a tu web desde Google en el celular y mira qué ves primero.

3. EL CONTENIDO: QUE CADA PÁGINA RESPONDA A UNA BÚSQUEDA

- [ ] 16 **Cada página tiene un título único y descriptivo.**
  Busca site:tudominio.com en Google y lee los títulos uno debajo del otro.
- [ ] 17 **Cada página tiene su meta descripción.**
  Clic derecho, «Ver código fuente», y busca name="description".
- [ ] 18 **Hay una página por tour o servicio, y una sola para cada búsqueda.**
  En el informe de Rendimiento de Search Console, filtra por una búsqueda y mira en «Páginas» cuántas tuyas aparecen.
- [ ] 19 **La página dice precio, qué incluye y cómo reservar.**
  Abre un tour y pregúntate si un viajero podría reservar sin escribirte.
- [ ] 20 **Se sabe quién escribió y por qué sabe del tema.**
  Abre tus artículos y busca el nombre del autor y la fecha.
- [ ] 21 **El contenido es propio.**
  Copia una frase de tu tour entre comillas en Google y mira si sale en otras webs.
- [ ] 22 **Las fotos tienen texto alternativo.**
  En WordPress, abre la Biblioteca de medios y mira el campo «Texto alternativo».
- [ ] 23 **Las páginas se enlazan entre sí con texto claro.**
  Abre tus 5 páginas más visitadas y cuenta cuántos enlaces llevan a tus tours.
- [ ] 24 **La versión en inglés está revisada por una persona y enlazada con hreflang.**
  Ver código fuente de una página y buscar hreflang.

4. GOOGLE MAPS: TU FICHA DE EMPRESA

- [ ] 25 **Tienes tu Perfil de Empresa verificado, con tu nombre real.**
  Busca tu agencia en Google Maps y compara el nombre con el de tu web.
- [ ] 26 **La categoría principal es la más específica.**
  En tu Perfil de Empresa, «Editar perfil», «Categoría de la empresa».
- [ ] 27 **La ficha está completa.**
  Revisa cada sección de tu Perfil de Empresa y llena lo que falte.
- [ ] 28 **Pides reseñas y las respondes todas.**
  Cuenta cuántas reseñas recibiste este mes y cuántas siguen sin respuesta.
- [ ] 29 **Tu web enlaza a tu ficha de Google.**
  Mira el pie de página y la página de contacto.
- [ ] 30 **Usas lo que Google ya ofrece para vender.**
  Busca uno de tus tours en Google y mira con qué web aparece el botón de reservar.

5. LA IA: QUE TE CITEN EN LAS RESPUESTAS

- [ ] 31 **Tu web está incluida en la IA generativa de la Búsqueda.**
  En Search Console, «Ajustes», «IA generativa en la Búsqueda».
- [ ] 32 **Posicionas primero en la búsqueda normal.**
  Busca tus 5 tours principales y anota en qué posición sales.
- [ ] 33 **Tus datos estructurados están bien.**
  Pasa tu portada por la Prueba de resultados enriquecidos. Lo explico en datos estructurados para SEO y para la IA.
- [ ] 34 **Revisas cada mes qué dice la IA de ti.**
  Una hoja de cálculo con la búsqueda, la fecha, quién aparece y de dónde sale el dato.
- [ ] 35 **No pierdes tiempo en lo que Google ignora.**
  Si alguien te vende «optimización para IA», pregúntale qué hace distinto del SEO.

6. LA MEDICIÓN: SABER QUÉ FUNCIONA

- [ ] 36 **Mides tus visitas.**
  En Analytics, mira si hay visitas de ayer y de qué canal llegaron.
- [ ] 37 **Revisas el informe de Rendimiento cada mes.**
  En Search Console, «Rendimiento», compara los últimos 28 días con los 28 anteriores y busca qué subió y qué bajó.
- [ ] 38 **Miras el informe de IA generativa.**
  En Search Console, abre el informe de rendimiento de IA generativa, junto a los demás informes de Rendimiento.
- [ ] 39 **Revisas la velocidad con datos reales.**
  En Search Console, «Experiencia», «Métricas web principales», primero en celular.
- [ ] 40 **Anotas cada cambio con su fecha.**
  Una hoja de cálculo con tres columnas: fecha, qué cambió y en qué páginas.

Versión del 20 de noviembre de 2026. Explicación de cada punto, fuentes y cifras de las agencias de Cusco: paulpumallocIla.work/checklist-seo/