

CASO DE TRABAJO

Caso SEO anonimizado: cuando subir posiciones no basta

Auditoría de visibilidad orgánica, calidad de medición y prioridades técnicas en un sitio web corporativo.

GA4

Search Console

SEO técnico

Datos

Eladio Llamas Cerezal

Consultor senior en IA aplicada, SEO, marketing digital y transformación digital
eladiollamas.com · linkedin.com/in/eladiollamas

PORTFOLIO PROFESIONAL

Caso SEO anonimizado: auditoría con problemas de medición GA4/GSC

Documento diseñado como muestra de trabajo para LinkedIn Destacados.

Objetivo del destacado
Mostrar metodología de diagnóstico, lectura crítica de datos y capacidad para traducir SEO técnico en decisiones de negocio.

Ficha rápida	
Formato recomendado	Caso práctico anonimizado de 5-7 páginas.
Uso en LinkedIn	Ideal para demostrar experiencia real sin revelar cliente, dominio ni datos sensibles.
Qué demuestra	SEO técnico, GA4, GSC, priorización, auditoría, interpretación de datos y comunicación ejecutiva.

Resumen ejecutivo

El proyecto analizado mostraba una situación aparentemente positiva: la posición media en Google había mejorado durante el periodo estudiado. Sin embargo, esa mejora no se traducía de forma proporcional en clics ni en una lectura fiable del impacto de negocio.

Conclusión clave
El problema no era únicamente SEO. También había un problema de medición, atribución y calidad de datos. Antes de invertir más en contenido, había que validar la fiabilidad de la medición.

Contexto del análisis

Tipo de proyecto	Auditoría SEO y analítica digital de una web corporativa.
Fuentes revisadas	Google Search Console, GA4, visibilidad orgánica y revisión técnica.
Pregunta de negocio	¿La mejora orgánica genera oportunidades reales o solo métricas aparentemente positivas?
Restricción	Caso anonimizado: sin dominio, cliente, capturas identificables ni datos sensibles.

Hallazgos principales

HALLAZGO 1 Mejora de posiciones sin crecimiento equivalente de clics Subir posiciones no basta si el resultado no atrae clics o si las consultas posicionadas no tienen intención de negocio.	HALLAZGO 2 GA4 no podía usarse como única fuente de decisión Había señales de tráfico anómalo, peso excesivo de Direct y dificultades para atribuir acciones de valor al SEO.
HALLAZGO 3 Una página 404 concentraba un volumen crítico de vistas La prioridad era identificar rutas, fuentes, enlaces internos, backlinks y códigos HTTP antes de redirigir sin criterio.	HALLAZGO 4 El inventario indexable necesitaba limpieza No se trataba de indexar más páginas, sino de mejorar la calidad de URLs indexables y reducir ruido para Google.

Lectura profesional

Una auditoría SEO no debería limitarse a una lista de errores. Debe identificar qué datos son fiables, qué señales pueden estar distorsionadas y qué acciones pueden impactar en visibilidad, captación y conversión.

Principio aplicado El SEO útil no consiste solo en posicionar. Consiste en saber si esa visibilidad genera acciones de valor y si los datos permiten demostrarlo.
--

Plan de actuación recomendado

01	02	03	04
Medición	Técnico	Captación	Negocio
Auditar GA4, GTM, eventos, conversiones, tráfico interno y anomalías.	Revisar 404, códigos HTTP, enlaces internos, backlinks, sitemap y canonicals.	Optimizar titles, snippets, CTR, intención de búsqueda y páginas estratégicas.	Medir formularios, clics, descargas, llamadas y acciones de valor.

Priorización

Prioridad	Acción	Impacto esperado
Alta	Sanear medición GA4/GSC y eventos clave	Decisiones fiables y atribución correcta.
Alta	Resolver rutas 404 relevantes	Recuperar experiencia de usuario y señales técnicas.
Media	Optimizar CTR de páginas con impresiones	Más clics sin depender solo de nuevas posiciones.
Media	Revisar inventario indexable	Reducir ruido, duplicidad y páginas de bajo valor.
Media	Dashboard ejecutivo	Seguimiento claro para dirección y marketing.

Competencias demostradas

- Auditoría SEO técnica y estratégica.
- Interpretación de Google Search Console.
- Lectura crítica de Google Analytics 4.
- Diagnóstico de calidad de datos.
- Priorización técnica según impacto.
- Análisis de CTR, indexación y errores 404.
- Traducción de datos técnicos a decisiones de negocio.

Mensaje para LinkedIn

Este caso muestra criterio: no aceptar métricas positivas sin validar su calidad, no actuar sobre datos dudosos y no confundir visibilidad con resultado de negocio.