

SEÑALES DE ALERTA EN PRESENTACIONES O PROPUESTAS SEO

CHECKLIST PARA DETECTAR
PROPUESTAS DE SEO CON
RIESGO (ANTES DE FIRMAR)

Nacho Gutiérrez
Manager SEO - VADESEO

INTRODUCCIÓN

No todas las propuestas fallidas lo parecen a primera vista.

Muchas suenan bien, vienen acompañadas de términos técnicos, gráficos y promesas atractivas. Pero detrás de esa apariencia puede no haber una estrategia real.

Este documento recoge señales de alerta que deberían hacerte detenerte, preguntar y analizar con más criterio.

No necesitas saber SEO para detectarlas.

Necesitas una estructura para evaluar.

SEÑALES DE ALERTA (Y CÓMO INTERPRETARLAS)

► Promesas de primera posición garantizada

El SEO no se puede garantizar en rankings concretos.
Google cambia, la competencia cambia y el contexto cambia.

Qué debería ofrecer una agencia seria en su lugar:

- Un plan por fases.
- Escenarios realistas.
- Métricas conectadas a negocio (visibilidad cualificada, oportunidades).

Si alguien garantiza posiciones concretas, está simplificando una realidad compleja.

▶ **Ausencia de diagnóstico personalizado**

Si la propuesta podría enviarse a cualquier empresa, no es estratégica.

Qué debería incluir una propuesta sólida:

- Diagnóstico técnico inicial.
- Análisis de competencia real.
- Identificación clara de prioridades.

Sin diagnóstico no hay estrategia, solo ejecución genérica.

▶ **Enfoque excesivo en volumen de enlaces o artículos**

La cantidad no sustituye a la coherencia estratégica.

Publicar mucho o conseguir muchos enlaces no garantiza resultados si no existe enfoque.

Qué deberías exigir:

- Justificación del porqué de cada acción.
- Conexión entre contenidos, servicios y búsquedas estratégicas.
- Coherencia con tu mercado y competencia.

▶ **Lenguaje técnico sin traducción a negocio**

Si no puedes entender qué van a hacer y por qué, difícilmente podrás evaluar si avanza o se desvía.

Qué debería ocurrir:

- Explicaciones claras.
- Traducción constante a impacto de negocio.
- Decisiones entendibles sin jerga innecesaria.

La complejidad no es sinónimo de profesionalidad.

▶ **Falta de fases o planificación clara**

Una estrategia sin prioridades suele convertirse en acciones dispersas.

Se trabaja mucho, pero no necesariamente se avanza.

Qué deberías pedir:

- Roadmap por etapas.
- Entregables definidos.

- Revisiones periódicas.

► Reportes automáticos sin interpretación

Enviar datos no es lo mismo que explicar qué significan.

Un buen reporting debería ayudarte a decidir.

Qué debería incluir:

- Interpretación clara.
- Conclusiones.
- Próximos pasos.

► Precio extremadamente bajo frente a mercado

El SEO requiere recursos, perfiles especializados y continuidad.

Un precio muy bajo suele implicar:

- Automatización excesiva.
- Trabajo genérico.
- Poca dedicación real.

Qué deberías exigir:

- Claridad sobre alcance.
- Explicación del presupuesto.
- Qué incluye y qué no incluye el servicio.

► Falta de preguntas hacia tu negocio

Si no preguntan por tu modelo, márgenes, expansión o competencia, no están construyendo estrategia.

Están vendiendo un paquete.

Una agencia estratégica debería preguntarte:

- ¿Cuál es tu servicio más rentable?
- ¿Dónde quieres crecer?
- ¿Cuál es tu competencia real?
- ¿Qué estructura interna tienes?

Sin contexto de negocio, no hay estrategia.

✗ 📌 AUTOEVALUACIÓN RÁPIDA

Si detectas varias de estas señales en una propuesta:

- 0–1 señales → Probablemente sólida (válida con preguntas).

- 2–3 señales → Requiere revisión profunda.
- 4 o más → Riesgo alto. Conviene replantear la decisión.

CONCLUSIÓN:

Externalizar el SEO no es firmar un documento.

Es elegir un partner que te aporte estructura, criterio y continuidad.

Si una propuesta genera más dudas que claridad, probablemente no es la adecuada.

Si quieres una segunda opinión estratégica antes de decidir, hablemos.

Nacho Gutiérrez

Manager SEO – VADESEO

**¡MUCHAS
GRACIAS!**