

GUÍA PARA CREAR UNA PÁGINA DE AUTOR EFECTIVA

PARECE UN DETALLE PERO GENERA UN ALTO IMPACTO

En el mundo del marketing digital y SEO hay detalles que generan impactos positivos y los esfuerzos son bajos. Uno de ellos es la creación de una página de autor efectiva que remarque los aspectos más relevantes sobre un especialistas.

En este ebook podrás comprender todos sus beneficios y el paso a pas para poder implementarlo en tu web.

Tu logo

Aldana Escudero
Especialista SEO
▶ in f @

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



Sobre mi:

.....
.....
.....

Mis certificaciones:



Introducción

La página de autor es un componente esencial dentro de cualquier estrategia de posicionamiento orgánico, sobre todo con la llegada de la inteligencia artificial y la minimización que tienen los buscadores sobre sitios webs fraudulentos.

En una era donde los algoritmos priorizan la calidad, la transparencia y la autoridad de las fuentes, disponer de una página de autor optimizada se convierte en un factor determinante para mejorar la visibilidad y la credibilidad del sitio. Esta sección funciona como el punto central desde el cual los motores de búsqueda pueden evaluar la legitimidad, trayectoria y experiencia de quienes producen el contenido, alineándose con los estándares actuales de EEAT, que constituyen una base crítica para la evaluación algorítmica de fiabilidad.

Además de ser una referencia informativa para los usuarios, la página de autor opera como un nodo estratégico dentro de la arquitectura interna del sitio, permitiendo fortalecer la distribución de autoridad a través de enlaces internos, mejorar la indexación de contenidos y consolidar señales de identidad digital verificables.

Este ebook presenta un enfoque profesional y orientado a la implementación, con el objetivo de ofrecer directrices claras y prácticas para desarrollar una página de autor completa, actualizable y alineada con los estándares modernos del SEO.

Contenido del eBook

Fundamentos Principales

✓ ¿A qué nos referimos con página de autor?.....	3
✓ Cambios en el algoritmo de Google.....	4
✓ Importancia desde la perspectiva SEO.....	5
✓ Elementos Obligatorios de una Página de Autor.....	7

De la Teoría a la Práctica


✓ Optimizaciones SEO del contenido.....	10
✓ Optimizaciones SEO técnicas.....	12
✓ Principales errores al crear una landing de autor.....	14

Fundamentos Principales

¿A qué nos referimos con página de autor?

Una página de autor es un recurso dentro de un sitio web diseñado para centralizar y presentar información verificable sobre la identidad, experiencia, trayectoria y autoridad profesional del creador de contenido.


Desde una perspectiva SEO, esta página se considera un elemento crítico en sitios basados en contenido, especialmente en aquellos donde la precisión, fiabilidad y contexto del autor son factores determinantes para la calidad percibida.



EL AUTOR
Deyimar A.

Deyi es una entusiasta del marketing digital, con experiencia en diseño de páginas web, creación de contenido, copywrite y SEO. Forma parte del equipo de SEO & Localization de Hostinger. En su tiempo libre, le gusta desarrollar proyectos, leer un libro o ver una buena película.

Más publicaciones de Deyimar A.




01 Nov • HOSTINGER

Dos de cada diez españoles ya votaría a un avatar en lugar de una persona en las próximas elecciones

El estudio "Observatorio Hostinger de la Transformación Digital" recoge datos sobre el impacto de la tecnología en la sociedad. Entre sus...

Por Deyimar A.




06 Feb • VPS

Variables de entorno en Linux: cómo leerlas y configurarlas en un VPS de Linux

En este tutorial explicaremos en profundidad qué son las variables de entorno en Linux. Además, te enseñaremos a realizar modificaciones básicas y...

Por Deyimar A.




29 Oct • ECOMMERCE

25 Ejemplos de eCommerce para crear tu sitio web

Los sitios web de comercio electrónico se han convertido en una parte integral del éxito de cualquier negocio. El aumento de las ventas online...

Por Deyimar A.




25 Oct • DESARROLLO WEB

Hosting y dominio: ¿cuál es la diferencia?

Si recién empiezas a crear páginas web, ya debes haber escuchado los términos hosting y dominio que se usan en varios artículos y guías sobre...

Por Deyimar A.




17 Oct • DESARROLLO WEB

Hosting compartido o VPS: cuál elegir según tus necesidades

Así que has decidido crear un sitio web, pues necesitas un nombre de dominio y encontrar un proveedor de hosting que pueda brindarte espacio en él...

Por Deyimar A.




15 Oct • SSL

¿Cómo reparar ERR_SSL_VERSION_OR_CIPHER_MISMATCH?

Los errores SSL son problemas comunes encontrados por los usuarios de Internet. Incluyendo el error ERR_SSL_VERSION_OR_CIPHER_MISMATCH. Ver este...

Por Deyimar A.




29 Sep • MARKETING

El mejor foro SEO: 9 mejores sitios para compartir sobre SEO

SEO (Search Engine Optimization) es un mundo en constante cambio en el que puedes encontrar con problemas o situaciones poco claras en cualquier...

Por Deyimar A.




26 Sep • GLOSARIO

¿Qué es WebP? Guía para principiantes

Muchos sitios web comenzaron a adoptar un nuevo formato de imagen llamado WebP. ¿Qué es WebP? y por qué puede ser más beneficioso que otros...

Por Deyimar A.



18 Sep • EMAIL

Cómo configurar una cuenta de correo electrónico en Mac Mail

Mac Mail, también conocido como Apple Mail, es el cliente de correo electrónico preinstalado para dispositivos macOS y viene preconfigurado con cada...

Por Deyimar A.

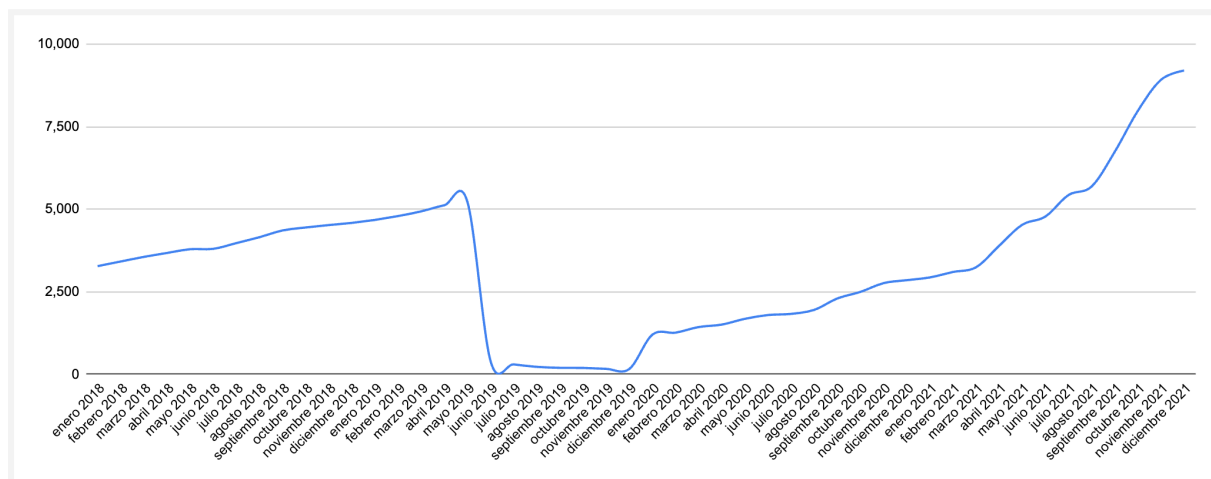
1 2 3 4 ... 18 >

Técnicamente, una página de autor debe contener información estructurada, organizada y optimizada que permita al motor de búsqueda comprender quién es el autor, qué áreas domina, qué respaldo profesional posee y cómo se relaciona con los contenidos del sitio. En los siguientes módulos vas a poder comprender los grandes beneficios que tracciona una página de autor, aunque parezca muy simple.

Fundamentos Principales

Cambios en el algoritmo de Google

En el año 2019 Google ha comunicado una nueva forma de evaluar el posicionamiento para aquellos sitios webs que difunden contenido sobre aspectos cercanos a la salud y finanzas del usuario, en donde exige que estas tipologías de sitios webs incorpore prácticas legales y apropiadas que otorguen credibilidad, confianza, expertise y profesionalismo (E-E-A-T).



Pero dicha exigencia demoró algunos años en trasladarse a todo el ecosistema digital. En Julio del 2025 Google ha cambiado las reglas de su algoritmo mejorando el posicionamiento orgánico de aquellos sitios webs que han incluido prácticas de E-E-A-T sin tener que ser exclusivamente sitios sobre salud o finanzas.

Por esta explicación es que atribuir un autor a cada artículo del blog no solo mejorará el posicionamiento orgánico sino que otorgará una mejor experiencia al lector.

Para lograrlo lo que debemos realizar es crear una página de autor en el sitio web con foto, biografía, enlaces a redes sociales profesionales, y otros aspectos que consideren como relevantes, sobre la cara visible de la marca, pudiendo ser el fundador, el gerente de recursos humanos, jefe de departamento de marketing, entre otros. Según las temáticas que abordaremos en el blog.

Fundamentos Principales

Importancia desde la perspectiva SEO

Crear una landing de autor es una acción fundamental dentro de cualquier estrategia SEO basada en contenido, ya que permite consolidar señales claras de identidad, autoridad y experiencia del creador.

👉 Verificación de identidad

Desde la perspectiva de los motores de búsqueda, esta página funciona como un punto de verificación en el que se analiza quién produce el contenido, cuál es su nivel de especialización y si su perfil presenta coherencia con los temas que aborda en el sitio.

Autor



Dr. Fernando Llovet

El Dr. Fernando Llovet es oftalmólogo especialista en cirugía refractiva, cirugía de la presbicia y cataratas. Además, es co-fundador de Clínica Baviera. Desarrolla su labor asistencial en Clínica Baviera Madrid y Clínica Baviera Valencia.

Ver todas las entradas









👉 Fortalecimiento de factores E-E-A-T

A nivel técnico, una landing de autor contribuye directamente al fortalecimiento de factores EEAT, proporcionando información estructurada que Google puede interpretar para validar la fiabilidad del autor. Al incluir elementos como biografía profesional, historial de publicaciones, certificaciones, experiencia documentada y presencia digital verificable, la página incrementa las señales de confianza que los algoritmos utilizan para evaluar la calidad del contenido.

👉 Reforzar la autoridad del autor en categorías específicas

Consolidar la autoridad del autor dentro de categorías temáticas concretas permite a los motores de búsqueda establecer una relación clara entre la experiencia del profesional y los contenidos que produce. Cuando la página de autor detalla especializaciones, publicaciones relevantes y áreas de dominio, facilita la creación de un mapa semántico que refuerza la relevancia del autor en esos temas.

Esto contribuye directamente al fortalecimiento del EEAT y mejora la probabilidad de posicionar contenidos dentro de dichas categorías, dado que Google puede asociar de manera más precisa la expertise con temas determinados.

👉 **Construcción de marca**

Una página de autor optimizada aporta un espacio centralizado para comunicar la identidad profesional, el estilo, los valores y el posicionamiento estratégico del creador. Este recurso actúa como un punto de contacto clave dentro de la reputación digital, permitiendo consolidar una presencia coherente entre contenido, biografía y canales externos.

Desde la perspectiva SEO, la construcción de marca refuerza la confianza del usuario, aporta señales de credibilidad y contribuye a la diferenciación competitiva, lo que se traduce en mejor interacción, mayor retención y reconocimiento incremental en el ecosistema digital.

👉 **Experiencia del usuario mejorada**

Al elaborar una página de autor clara, estructurada y fácil de navegar, se optimiza la experiencia del usuario al proporcionarle información relevante sobre quién produce el contenido y por qué es una fuente confiable.

Una buena arquitectura, acompañada de elementos visuales ordenados y secciones bien definidas, facilita el acceso a publicaciones, certificaciones y enlaces útiles. Esto reduce la fricción, incrementa el tiempo de permanencia y mejora la percepción general de calidad del sitio, factores que contribuyen indirectamente al rendimiento SEO mediante señales positivas de comportamiento del usuario.

👉 **Aparecer cuando los usuarios buscan a un profesional**

Una página de autor optimizada incrementa significativamente las probabilidades de posicionarse en consultas donde los usuarios buscan directamente a un profesional por nombre, especialización o combinación de ambos.

Al estructurar correctamente la información, incluyendo biografía, áreas de expertise, datos de contacto, certificaciones y contenido relevante, se facilita que los motores de búsqueda identifiquen la página como el resultado más pertinente y autoritativo para dichas búsquedas de marca personal. Esto mejora la presencia en SERPs, refuerza el control de la identidad digital y reduce el riesgo de que terceros ocupan posiciones clave con información incompleta o incorrecta.

Fundamentos Principales

Elementos Obligatorios de una Página de Autor

La construcción de una página de autor orientada al rendimiento SEO requiere la integración de elementos específicos que permitan a los motores de búsqueda comprender, verificar y asociar la identidad profesional del autor con el contenido que produce. Cada uno de estos componentes cumple una función estratégica dentro del marco de EEAT, la arquitectura del sitio y la reputación digital.

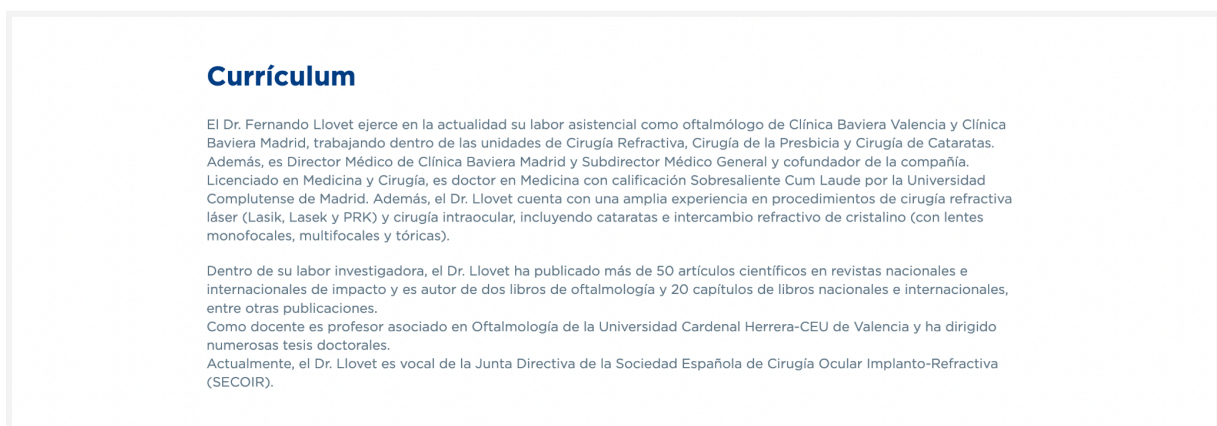
① Nombre completo del autor

El nombre completo debe presentarse de forma consistente en todo el sitio y en los perfiles externos. La coherencia nominal es fundamental para evitar confusiones algorítmicas y mejorar la consolidación de entidades en motores de búsqueda.



② Biografía profesional

La biografía debe describir la trayectoria, rol actual, experiencia previa y áreas de especialización. Debe estar escrita de forma objetiva, con datos verificables y evitando lenguaje promocional excesivo. Es recomendable estructurar en párrafos claros que faciliten su escaneo.



En el caso particular de la experiencia profesional, esta debe incluir detalles específicos como años de actividad, industrias trabajadas, proyectos destacados y responsabilidades desempeñadas. Dicha sección aporta señales directas de expertise y apoya la clasificación temática.

A su vez, sugerimos enumerar las áreas o categorías en las que el autor tiene dominio y conocimiento lo que va a ayudar a los motores de búsqueda a asociar su identidad con tópicos concretos. Este punto influye directamente en el posicionamiento de contenidos dentro de esos temas.

Experiencia laboral

- Clínica Baviera Madrid y Valencia. Especialista en Cirugía Refractiva, Presbicia y Cataratas.
- Co-Fundador y Subdirector Médico General de Clínica Baviera.
- Director Médico de la Clínica Baviera Madrid desde 1995 hasta la actualidad.
- Facultativo Especialista de Área, Oftalmología. Servicio Valenciano de Salud.
- Profesor Asociado en Oftalmología. Facultad de Medicina. Universidad Cardenal Herrera - CEU. Valencia, España.
- Profesor y coordinador en Oftalmología. Facultad de Óptica y Optometría. Universidad Cardenal Herrera-CEU. Valencia, España.

Por otro lado, se pueden incluir certificaciones, diplomas o reconocimientos aporta señales verificables de autoridad. Cuando sea posible, se deben enlazar fuentes externas para aumentar la credibilidad.

Titulación y formación

Licenciatura en Medicina y Cirugía Universidad de Valencia	Formación en Oftalmología Hospital Dr. Peset. Valencia
Doctor en Medicina calificación Cum Laude Universidad Complutense de Madrid	Suficiencia Investigadora Universidad Complutense de Madrid
Diploma en Gestión Gerencial y Dirección Médica EADA, Barcelona	Master en Dirección de Hospitales Universidad Politécnica de Valencia

③ Fotografía profesional

La imagen debe ser reciente, reconocible y de alta resolución. Es importante optimizarla para SEO mediante peso reducido, formato adecuado (WebP o JPEG optimizado) y etiqueta alt descriptiva del nombre del autor.

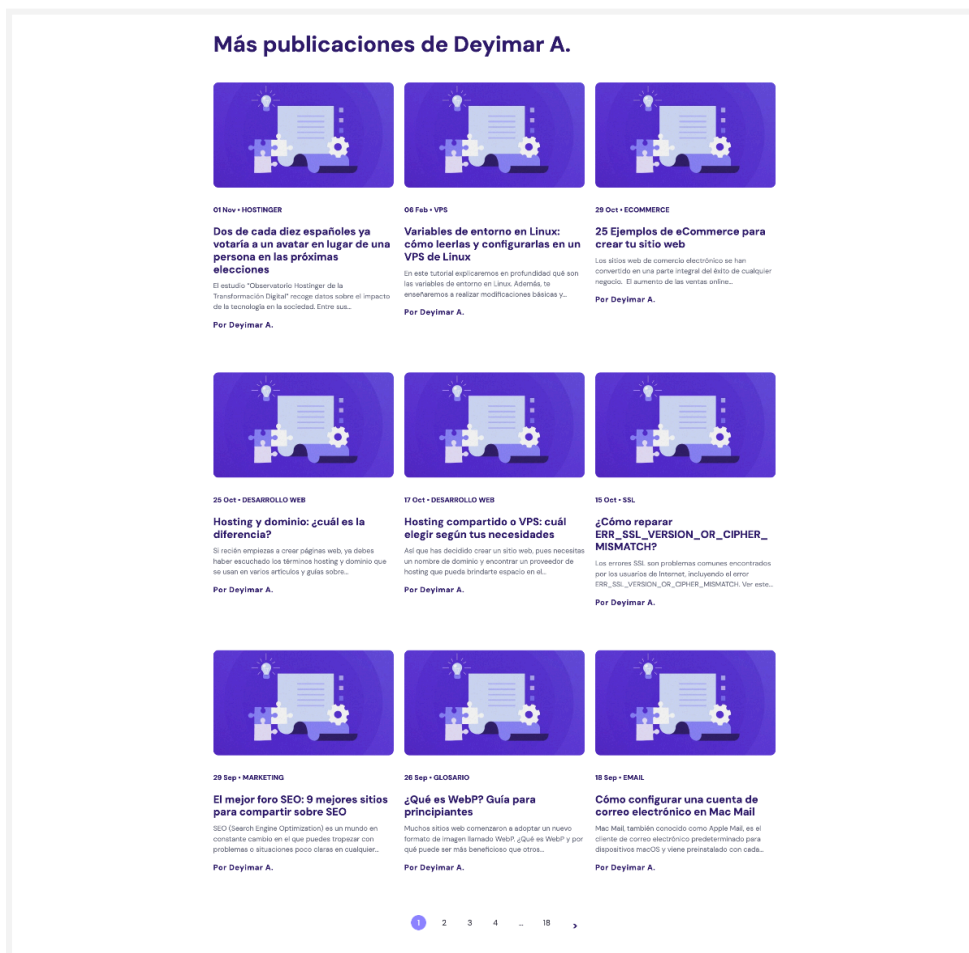
④ Información y medios de contacto

Una landing de autor es importante que incluya métodos directos de contacto con el profesional, tales como correo corporativo, redes sociales y demás canales de contacto. Este aspecto refuerza la transparencia y mejora la confianza del usuario.



⑤ Publicaciones destacadas

Una selección de artículos o trabajos relevantes del autor permite demostrar su expertise de forma práctica. Es recomendable incluir enlaces internos bien optimizados y organizados según temática.



De la Teoría a la Práctica

Optimizaciones SEO del contenido

La optimización on-page de una landing de autor es un componente crítico para garantizar que los motores de búsqueda interpreten, indexen y posicionen correctamente la información asociada a la identidad del profesional. A continuación mencionaremos cuales son los elementos clave que corresponden a la optimización del contenido:

👉 URL

La URL debe ser clara, corta y semánticamente coherente con el propósito de la página. Algunas recomendaciones técnicas son:

- No utilizar el formato estándar del sitio.
- Evitar parámetros dinámicos y estructuras extensas.
- Mantener consistencia con el nombre del autor para reforzar señales de entidad.
- Alinear la URL con el idioma del sitio.
- Utilizar guiones medios como separadores.

Ejemplo de URL con oportunidades de mejora:

```
https://teamweik.com/12345/?p=autor&id=89
```

Ejemplo correcto y sugerido:

```
https://teamweik.com/autor/aldana-escudero/
```

👉 Title

El title es uno de los elementos más influyentes del SEO on-page. Debe combinar claridad, presencia de keywords y coherencia con la identidad del autor. Las principales buenas prácticas que podemos destacar son:

- Incluir el nombre completo del autor.
- Incorporar la especialización principal o rol profesional.
- Mantener el title entre 50 y 60 caracteres para evitar truncamientos.
- Priorizar términos asociados a la intención de búsqueda del usuario.

Ejemplo de URL con oportunidades de mejora:

```
Autor Página - Home - Team Weik
```

Ejemplo correcto y sugerido:

```
Aldana Escudero - Especialista en Marketing Digital | Team Weik
```

👉 Meta description

La meta description debe ofrecer un resumen preciso, profesional y orientado a intención, sin caer en sobreoptimización. Aunque no impacta directamente en el ranking, sí influye en el CTR. Recomendaciones:

- Extensión óptima entre 140 y 160 caracteres.
- Incluir información clave: rol, experiencia y valor que aporta el autor.
- Mantener coherencia con el contenido de la página.
- Redactar de manera natural, evitando keyword stuffing.

Ejemplo de URL con oportunidades de mejora:

Esta es una página donde puedes encontrar información del autor que escribe cosas de interés general.

Ejemplo correcto y sugerido:

Perfil profesional de Aldana Escudero, especialista en Marketing Digital. Experiencia, certificaciones, publicaciones y trayectoria verificable.

👉 Encabezados de la landing page

La estructura de encabezados es fundamental para garantizar una correcta interpretación jerárquica del contenido por parte de los motores de búsqueda. Una landing de autor debe utilizar los encabezados de manera estratégica para comunicar relevancia, organización y claridad semántica. Algunas recomendaciones para que la estructura de la landing page sea efectiva son:

- **H1 único:** debe incluir el nombre completo del autor y, opcionalmente, su rol principal. Ejemplo: "Aldana Escudero – Especialista en Marketing Digital".
- **H2 para secciones principales:** biografía, experiencia, especializaciones, certificaciones, publicaciones destacadas, contacto.
- **H3 para subdivisiones:** detalles de experiencia, logros específicos, categorías de contenido, participaciones externas.

Los encabezados deben reflejar una jerarquía clara sin saltos (evitar pasar de H2 a H4). Al momento de generar cada una de ellas podés incluir términos relevantes sin caer en sobreoptimización.

Una correcta arquitectura de encabezados mejora la escaneabilidad, potencia el SEO semántico y facilita la comprensión del contenido tanto para usuarios como para rastreadores.

👉 Generación del contenido de la landing de autor

El contenido es el núcleo de la página y debe cumplir una doble función: demostrar expertise profesional y facilitar la interpretación algorítmica de la identidad del autor. Para ello, es necesario crear contenido objetivo, estructurado y respaldado por datos verificables. Algunas sugerencias de redacción:

- **Biografía profesional:** redactada en tercera persona, con un enfoque descriptivo y orientado a logros. Debe incluir trayectoria, áreas de especialización y aportes relevantes.
- **Experiencia detallada:** mencionar cargos, empresas, fechas aproximadas y responsabilidades clave.
- **Especializaciones:** listado claro que alinee al autor con tópicos específicos de contenido del sitio.
- **Logros y certificaciones:** incluir únicamente información verificable; añadir enlaces externos cuando corresponda.
- **Publicaciones destacadas:** selección curada de artículos que demuestran expertise; organizadas por temática.
- **Tono y extensión:** texto conciso pero sustancial; evitar adjetivos vacíos o lenguaje promocional.
- **Optimización semántica:** incorporar entidades, términos relacionados y referencias relevantes al sector.
- **Coherencia digital:** alinear el contenido con la información presente en redes sociales, perfiles profesionales y menciones externas.
- El contenido debe ser elaborado pensando en la consolidación de la entidad del autor, aportando señales sólidas de autoridad y relevancia temática.

De la Teoría a la Práctica

Optimizaciones SEO técnicas

Las optimizaciones SEO técnicas aplicadas a una página de autor cumplen un rol fundamental en su capacidad de ser rastreada, interpretada y posicionada por los motores de búsqueda. Aunque el contenido y el EEAT son pilares clave, el rendimiento técnico determina si esa información puede ser correctamente procesada y ofrecida al usuario final.

Una landing de autor debe cumplir con estándares de indexabilidad, rendimiento, arquitectura y compatibilidad multidispositivo que garanticen una experiencia eficiente y alineada con los criterios actuales de Google. A continuación, se detallan los aspectos técnicos esenciales que deben implementarse para asegurar un funcionamiento óptimo y una visibilidad sólida dentro del ecosistema SEO.

👉 Diseño responsive

Un diseño responsive garantiza que la página de autor se adapte correctamente a cualquier dispositivo, lo cual impacta en usabilidad y en señales de experiencia del usuario (Core Web Vitals). Es fundamental utilizar un layout flexible, breakpoints optimizados, tipografías legibles y elementos táctiles accesibles. Google prioriza sitios mobile-friendly, por lo que la landing debe ser visualmente estable, evitar desplazamientos de contenido (CLS) y cargar elementos críticos de forma eficiente.

👉 Indexación por archivo Sitemap XML

La página de autor debe incluirse en el archivo sitemap.xml para asegurar su descubrimiento y rastreo por parte de los motores de búsqueda. La inclusión en el sitemap ayuda a priorizar su indexación y facilita que Google la relacione con su categoría dentro del sitio.

Es recomendable verificar su detección en Google Search Console y asegurar que no esté bloqueada por robots.txt ni marcada con etiquetas noindex.

Si nuestra landing de autor está bloqueada por Robots TXT o alguna etiqueta como por ejemplo meta robots noindex va a obstaculizar que los motores de búsqueda y los bots de la IS puedan rastrear su contenido y atribuirle los múltiples beneficios al sitio web.

👉 Enlazado interno

El enlazado interno es clave para distribuir autoridad y reforzar señales de entidad. Dos prácticas recomendadas:

- **Página de “Quiénes somos”:** añadir un enlace hacia la página de autor para consolidar la arquitectura informativa del sitio y facilitar la navegación hacia credenciales individuales.
- **Sección al final de cada artículo del blog:** incluir un bloque del tipo “Sobre el autor” con un enlace hacia la landing correspondiente. Esto ayuda a establecer una relación clara entre contenido y autor, lo cual beneficia al EEAT y la asociación temática.

👉 Velocidad de carga

El landing de autor debe cumplir con estándares de rendimiento que optimicen los Core Web Vitals. Una mayor velocidad reduce el rebote, mejora la percepción de calidad y facilita el rastreo. Recomendaciones técnicas:

- Imágenes comprimidas en WebP o AVIF.
- Lazy loading para elementos no críticos.
- Minificación de CSS y JavaScript.

- Eliminación de scripts innecesarios.
- Uso de CDN para acelerar la entrega de recursos.

👉 Datos estructurados

La implementación de datos estructurados, especialmente el marcado Person o Author, permite a los motores de búsqueda comprender la identidad, especialización y presencia digital del autor. El esquema debe incluir propiedades clave como name, description, sameAs, image y jobTitle.

Es recomendable validarlo mediante las herramientas oficiales de Google y mantener la coherencia entre la información interna del sitio y la externa (perfil profesional, redes sociales, menciones en medios).

Por ejemplo, un modelo de datos estructurados que podés implementar es:

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Person",
  "name": "Aldana Escudero",
  "image": "https://teamweik.com/aldana-escudero-foto-profesional.jpg",
  "jobTitle": "Especialista en Marketing Digital",
  "worksFor": {
    "@type": "Organization",
    "name": "Team Weik - Agencia de Marketing Digital"
  },
  "url": "https://teamweik.com/autor/aldana-escudero/",
  "sameAs": [
    "https://www.linkedin.com/in/aldana-escudero/"
  ],
  "description": "Licencia en Relaciones Públicas e Institucionales y profesional del Marketing Digital. Desde hace más de 10 años ofrece sus servicios para aumentar el posicionamiento SEO de diferentes sitios webs.",
  "knowsAbout": [
    "Posicionamiento SEO",
    "Marketing Digital",
    "Comunicación digital"
  ]
}
</script>
```

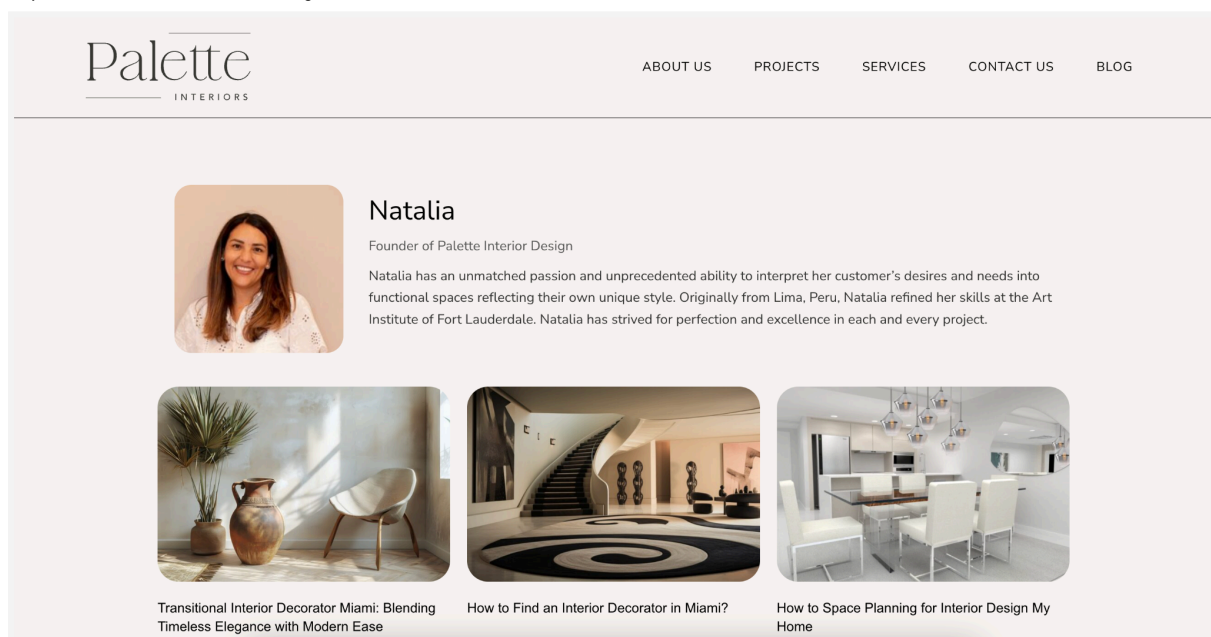
De la Teoría a la Práctica

Principales errores al crear una landing de autor

La creación de una página de autor suele subestimarse y, como resultado, muchos proyectos caen en fallas que limitan su capacidad de generar autoridad, posicionar en búsquedas relevantes y consolidar la entidad del profesional. A continuación se detallan los errores más frecuentes desde la perspectiva SEO:

✗ Biografías genéricas o poco específicas

Uno de los fallos más comunes es utilizar textos demasiado breves, sin métricas, sin logros concretos y sin una descripción clara del expertise. Esto dificulta que los motores de búsqueda identifiquen la especialización del autor y su relevancia temática.



The screenshot shows the website for 'Palette INTERIORS'. The navigation menu includes 'ABOUT US', 'PROJECTS', 'SERVICES', 'CONTACT US', and 'BLOG'. The main content area features a bio for Natalia, Founder of Palette Interior Design, with a photo and a short paragraph. Below the bio are three featured projects, each with a photo and a caption:

- Transitional Interior Decorator Miami: Blending Timeless Elegance with Modern Ease**
- How to Find an Interior Decorator in Miami?**
- How to Space Planning for Interior Design My Home**

✗ Falta de estructura semántica adecuada

Landing pages construidas sin encabezados jerarquizados (H1, H2, H3) generan problemas de interpretación tanto para usuarios como para Google. Un marcado desordenado afecta la claridad del contenido y su indexación.

✗ No integrar datos estructurados

Ignorar el esquema Person o Author limita la capacidad de Google para comprender la identidad del autor y su relación con otros contenidos. Esto reduce señales EEAT y afecta la representatividad del autor en SERPs.



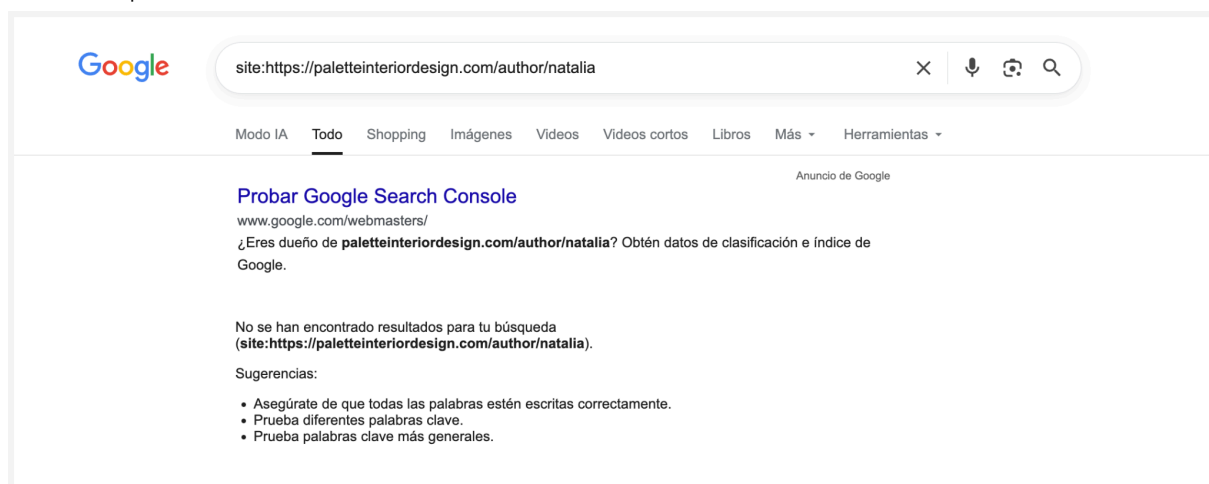
✗ No asignarle un autor a los artículos del blog

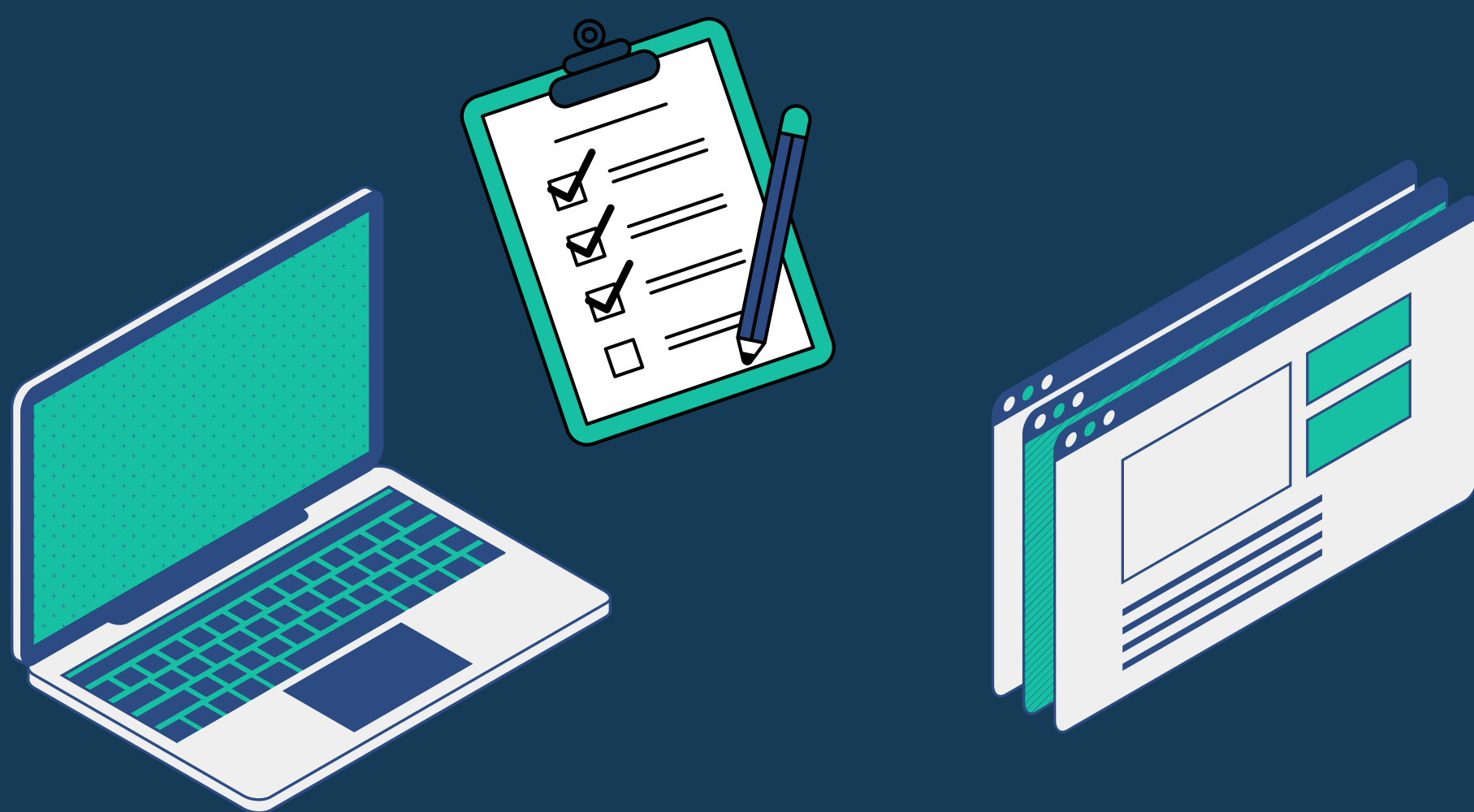
Publicar contenidos sin un autor claramente identificado debilita las señales de EEAT y limita la capacidad de Google para comprender qué profesional respalda la información. La ausencia de autoría dificulta la consolidación de la entidad, impide relacionar publicaciones con una misma persona y genera un vacío de credibilidad.

Además, desincentiva la construcción de autoridad temática, ya que el buscador no puede asociar un historial de contenidos a un mismo experto.

✗ No preocuparnos por su debida indexación

Otro error crítico es asumir que la landing se indexará automáticamente sin verificar su estado en Search Console. Problemas como bloqueos por robots.txt, ausencia de sitemap, errores de cobertura o contenido insuficiente pueden impedir que la página sea indexada. Si la landing no está visible para los motores de búsqueda, todo el trabajo de contenido, optimización y autoridad pierde valor. La indexación debe monitorearse desde la publicación y mantenerse bajo control mediante revisiones periódicas.





GRACIAS!

Si estás leyendo esta página es porque finalizaste la lectura del Ebook. Ahora te sugerimos que navegues por nuestra web para que puedas seguir profesionalizandote.