

LIBRO DE FORMACIÓN LOCAL · POSICIONAIA.ES

Local SEO Academy 2026

Cómo aparecer en el mapa y en las búsquedas de tu ciudad: ficha de empresa, NAP, páginas por servicio y ciudad, reseñas, citas y SEO local en la era de la IA.

Guía operativa para negocios con clientes de proximidad, multisede y franquicias, con checklists y plan de 90 días.

Edición 2026 · PosicionalA.es, una herramienta de SAGATECH Servicios Informáticos
posicionaia.es · info@sagatech.es · +34 604 96 48 90

Índice

1. Cómo funciona el posicionamiento local
2. Ficha de empresa: configuración avanzada
3. NAP, citas y consistencia de datos
4. Páginas de servicio y ciudad
5. Reseñas: obtención, respuesta y gestión de crisis
6. Contenido local y autoridad de zona
7. Conversión: que la visibilidad se convierta en clientes
8. Plan de 90 días y automatización

Cómo usar este libro

Cada capítulo termina con una checklist accionable. Si quieres que todo esto se ejecute solo, conecta tu web en posicionaia.es: auditamos, generamos y publicamos el contenido por ti, con prueba gratuita y sin tarjeta de crédito.

1. Cómo funciona el posicionamiento local

Las búsquedas con intención local se resuelven en un espacio distinto al de los resultados clásicos: el paquete de mapas. Ahí compiten fichas de empresa, no páginas web, y los criterios son tres: proximidad, relevancia y prominencia. La proximidad no la controlas; la relevancia y la prominencia, sí.

La relevancia mide hasta qué punto tu negocio encaja con lo que se busca: categorías, servicios, atributos y contenido de tu web. La prominencia mide cuánto se te conoce: reseñas, menciones, citaciones, notoriedad de marca y autoridad del sitio. La mayoría de negocios locales trabaja la primera y olvida la segunda, que es justamente la que marca la diferencia en zonas competidas.

Dos batallas simultáneas

- Paquete local: se gana con la ficha de empresa, reseñas, categorías y coherencia de datos.
- Resultados orgánicos locales: se ganan con páginas de servicio y ciudad bien construidas y enlazadas.

Necesitas ambas. Una ficha impecable sin web sólida limita tu alcance a las consultas más obvias; una web excelente sin ficha optimizada te deja fuera del bloque que ocupa la mitad superior de la pantalla en móvil.

La búsqueda local en asistentes de IA

Los asistentes ya responden preguntas del tipo 'mejor fontanero cerca de Gijón que trabaje fines de semana'. Para aparecer ahí necesitas que tus datos —horarios, servicios, zona de actuación, precios orientativos— estén escritos de forma explícita y sean coherentes entre tu web, tu ficha y los directorios. La inconsistencia es el mayor freno para ser citado.

Ejercicio inicial

Busca tus tres servicios principales seguidos de tu ciudad en modo incógnito y desde el móvil. Anota quién aparece en el mapa, cuántas reseñas tiene cada uno y qué categorías usa. Ese es tu campo de juego real.

Checklist

- ☐ Sé qué consultas locales me interesan y quién las domina hoy.
- ☐ Tengo acceso a la ficha de empresa y a la web.
- ☐ He anotado mi número de reseñas y el de mis tres competidores.

2. Ficha de empresa: configuración avanzada

La ficha es tu activo local más importante y también el más descuidado. Una ficha completa, activa y coherente supera con frecuencia a competidores con mejor web pero con la ficha abandonada.

Categorías

La categoría principal es la decisión más determinante de toda la ficha: define en qué búsquedas puedes aparecer. Elige la más específica que describa tu actividad principal, no la más amplia. Añade categorías secundarias solo para servicios que realmente prestas; las categorías infladas diluyen la relevancia y pueden generar consultas irrelevantes.

Nombre del negocio

Usa el nombre real, el mismo que aparece en tu fachada, facturas y web. Añadir palabras clave al nombre es una infracción frecuente que produce mejoras temporales y suspensiones posteriores, además de exponerte a que un competidor lo denuncie.

Servicios, atributos y descripción

- Enumera cada servicio con su nombre habitual y una descripción breve y concreta.
- Completa los atributos disponibles: accesibilidad, formas de pago, idiomas, opciones de cita.
- Escribe una descripción de negocio que empiece por qué haces, para quién y dónde.
- Mantén horarios exactos, incluidos festivos y horarios especiales.
- Sube fotos propias con regularidad: local, equipo, trabajos realizados, producto.

Publicaciones y preguntas

Las publicaciones periódicas mantienen la ficha activa y permiten destacar promociones o novedades. La sección de preguntas y respuestas se puede sembrar con las dudas reales más frecuentes, respondidas desde el perfil del negocio: es contenido que los sistemas leen y que resuelve objeciones antes del contacto.

Elemento	Frecuencia recomendada	Impacto
Fotos nuevas	Mensual	Alto en interacción
Publicaciones	Quincenal	Medio
Respuesta a reseñas	En menos de 48 h	Alto
Revisión de horarios	Mensual y en festivos	Alto en experiencia

Elemento	Frecuencia recomendada	Impacto
Servicios y atributos	Trimestral	Medio-alto

Checklist

- ☐ Categoría principal específica y correcta.
- ☐ Nombre sin palabras clave añadidas.
- ☐ Servicios y atributos completos.
- ☐ Fotos propias recientes y horarios exactos.

3. NAP, citas y consistencia de datos

NAP son las siglas de nombre, dirección y teléfono. Su coherencia carácter a carácter en todos los sitios donde apareces es la base de la confianza local. No hay penalización explícita por inconsistencia, pero sí una pérdida de certeza: si tres fuentes dicen cosas distintas, el sistema baja la confianza en todas ellas.

Formato canónico

Define un formato único y documéntalo: cómo se escribe la razón social, la abreviatura de la vía, el número, la puerta, el código postal y el teléfono (con prefijo internacional o sin él, con espacios o sin ellos). Ese documento es la referencia para cualquier alta futura, incluidas las que hagan terceros.

Dónde conseguir citas que aportan

- Directorios sectoriales de tu actividad.
- Cámaras de comercio, asociaciones y colegios profesionales.
- Guías y portales locales con tráfico real.
- Proveedores y fabricantes con listado de distribuidores oficiales.
- Plataformas de reseñas relevantes en tu sector.
- Patrocinios locales: clubes, eventos, escuelas.

Limpieza de duplicados

Los duplicados aparecen tras mudanzas, cambios de razón social o altas automáticas. Localiza fichas antiguas con direcciones o teléfonos obsoletos y solicita su fusión o eliminación. Un duplicado activo compite contigo y reparte reseñas.

Multisede

Cada sede necesita ficha propia, página propia en la web con su NAP y su marcado LocalBusiness, y contenido diferenciado: equipo, horarios, fotos y referencias de esa sede. Una página común con un listado de direcciones no compite en ninguna de las ciudades.

Checklist

- ☐ Formato NAP canónico documentado.
- ☐ Al menos 15 citas coherentes en fuentes relevantes.
- ☐ Duplicados detectados y eliminados o fusionados.
- ☐ Una página y una ficha por sede.

4. Páginas de servicio y ciudad

Aquí se gana la parte orgánica del SEO local. La estrategia es sencilla de enunciar y difícil de ejecutar bien: una página por combinación relevante de servicio y localidad, con contenido genuinamente distinto en cada una.

Cuándo crear la página

Crea la página si atiendes realmente esa zona, si tienes algo específico que contar sobre ella y si hay demanda de búsqueda. Si fallan dos de los tres criterios, no la crees: una página vacía perjudica más de lo que aporta y diluye la calidad media del dominio.

Qué hace única a una página local

- Casos y trabajos realizados en esa zona, con fotos propias.
- Referencias a barrios, polígonos, zonas industriales o puntos conocidos.
- Tiempos de desplazamiento y condiciones de servicio en esa localidad.
- Particularidades normativas o climáticas que afectan al servicio.
- Testimonios de clientes de la zona.
- Preguntas frecuentes específicas del municipio.

Estructura de la página

Bloque	Contenido
H1	Servicio + ciudad, redactado como se busca
Respuesta directa	Qué ofreces, dónde y en cuánto tiempo
Servicio en detalle	Proceso, materiales, garantías, precios orientativos
Prueba local	Casos, fotos y testimonios de la zona
Datos de contacto	NAP, mapa y horario
FAQ	5-8 preguntas del municipio con FAQPage
CTA	Teléfono con clic, formulario y WhatsApp

Marcado LocalBusiness

Incluye tipo específico de negocio, dirección completa, geocoordenadas, teléfono, horarios de apertura, áreas atendidas y enlaces a perfiles oficiales con sameAs. Debe coincidir exactamente con lo visible en la página y con la ficha de empresa.

Checklist

- ☐ Solo páginas de zonas que atiende de verdad.
- ☐ Contenido diferenciado y verificable en cada una.
- ☐ LocalBusiness con geocoordenadas y área servida.
- ☐ Enlaces internos desde la página de servicio general.

5. Reseñas: obtención, respuesta y gestión de crisis

Las reseñas son, al mismo tiempo, factor de posicionamiento local, elemento de conversión y fuente de contenido. Un negocio con puntuación alta y flujo constante convierte varias veces más que otro con la misma visibilidad y ficha inactiva.

Sistema de obtención

Pide la reseña en el momento de máxima satisfacción, que casi nunca es al recibir la factura. Facilita un enlace directo con QR o SMS, explica que lleva un minuto y no ofrezcas incentivos económicos: además de estar prohibido en la mayoría de plataformas, genera reseñas genéricas fáciles de detectar.

Ritmo mejor que volumen

Cinco reseñas al mes durante un año construyen más confianza que sesenta en dos semanas, patrón que además activa filtros automáticos. Establece un objetivo semanal realista y hazlo parte del proceso de cierre de cada trabajo.

Responder siempre

- Responde en menos de 48 horas, también las positivas.
- Menciona el servicio prestado: aporta contexto semántico útil.
- En las negativas: reconoce, explica qué ha pasado y ofrece solución concreta fuera del hilo.
- Nunca discutas ni acuses; quien lee la respuesta es el próximo cliente, no quien se quejó.
- Evita respuestas idénticas copiadas: se detectan a simple vista.

Reseñas falsas

Si recibes reseñas manifiestamente falsas o de personas que nunca fueron clientes, denúncialas con pruebas y responde públicamente con una versión sobria de los hechos. La reacción medida transmite más solvencia que la desaparición de la crítica.

Situación	Respuesta recomendada	Plazo
Reseña 5★	Agradecer y mencionar el servicio	48 h
Reseña 3★	Agradecer, preguntar qué faltó, ofrecer contacto	24 h
Reseña 1★ real	Disculpa, explicación y solución concreta	24 h

Situación	Respuesta recomendada	Plazo
Reseña falsa	Respuesta sobria + denuncia con pruebas	24 h

Checklist

- ☐ Proceso de solicitud integrado en el cierre de cada trabajo.
- ☐ Enlace directo y QR disponibles.
- ☐ 100% de reseñas respondidas en menos de 48 h.
- ☐ Objetivo mensual de reseñas definido y medido.

6. Contenido local y autoridad de zona

Además de las páginas de servicio, el contenido local construye autoridad temática y geográfica. Es también la forma más natural de conseguir enlaces de medios y entidades de tu zona, que son especialmente valiosos porque nadie de fuera puede replicarlos.

Ideas que funcionan

- Guías prácticas del municipio relacionadas con tu actividad (normativa, ayudas, plazos).
- Casos de estudio de trabajos reales con antes y después.
- Colaboraciones con comercios y asociaciones de la zona.
- Datos propios sobre tu sector en la provincia: precios medios, plazos, estacionalidad.
- Cobertura de eventos locales en los que participas o patrocinas.

Enlaces locales

Ayuntamientos, medios comarcales, asociaciones de comerciantes, clubes deportivos, escuelas y proveedores locales enlazan con naturalidad a quien colabora con ellos. Un patrocinio modesto con ficha en su web vale más que decenas de enlaces genéricos comprados.

Redes sociales y señales de actividad

No son un factor directo, pero refuerzan la marca y generan búsquedas por nombre, que sí influyen en prominencia. Mantén datos coherentes con tu NAP en todos los perfiles y enlázalos con sameAs desde el marcado.

Checklist

- ☐ Un contenido local publicado al mes como mínimo.
- ☐ 5 relaciones locales con oportunidad de enlace identificadas.
- ☐ Perfiles sociales coherentes y enlazados con sameAs.

7. Conversión: que la visibilidad se convierta en clientes

Posicionarse sin convertir es un gasto. En negocio local, la conversión ocurre en pocos segundos y casi siempre en móvil: si el teléfono no es pulsable o el horario no está claro, el usuario vuelve al mapa y llama al siguiente.

Elementos imprescindibles en móvil

- Teléfono pulsable visible sin desplazar la página.
- Botón de WhatsApp con mensaje predefinido.
- Horario actual y aviso claro si estás cerrado, con alternativa.
- Dirección con enlace a la aplicación de mapas.
- Formulario corto: nombre, teléfono y descripción del problema.
- Prueba social visible: reseñas destacadas y trabajos recientes.

Medir llamadas y contactos

Registra las llamadas desde la web y desde la ficha, los envíos de formulario y los mensajes de WhatsApp. Sin este registro no puedes saber qué páginas y qué zonas generan negocio, y acabarás optimizando por tráfico en lugar de por clientes.

Indicador	Cómo medirlo	Referencia
Llamadas desde ficha	Estadísticas de la ficha	Crecimiento mensual
Llamadas desde web	Evento de clic en tel:	> 5% de sesiones móviles
Formularios	Evento de envío	1-3% de sesiones
Solicitudes de ruta	Estadísticas de la ficha	Indicador de intención alta

Checklist

- ☐ Eventos de llamada, WhatsApp y formulario configurados.
- ☐ Prueba social visible en las páginas locales.
- ☐ Tiempo de respuesta a contactos por debajo de 1 hora laborable.

8. Plan de 90 días y automatización

Este plan está pensado para un negocio local con una o dos sedes que parte de una ficha básica y una web sin trabajo local previo. La mayor parte del resultado llega entre la semana 6 y la 12, cuando confluyen ficha optimizada, reseñas nuevas y páginas locales indexadas.

Semana	Trabajo	Entregable
1	Auditoría local y línea base	Informe de partida y competidores
2	Optimización completa de la ficha	Categorías, servicios, fotos y horarios
3	Formato NAP y limpieza de duplicados	Documento canónico y fichas fusionadas
4-6	Páginas de servicio y ciudad prioritarias	3-5 páginas locales publicadas
5-12	Programa de reseñas	Flujo constante y respuestas al día
7-10	Citaciones y enlaces locales	15 citas y 3 enlaces de zona
11-12	Contenido local y medición	Informe y plan del siguiente trimestre

Errores más comunes

- Crear veinte páginas de ciudad idénticas cambiando el nombre del municipio.
- Añadir palabras clave al nombre del negocio en la ficha.
- Comprar reseñas o pedirlos a familiares y empleados.
- Cambiar el teléfono en la web y no en la ficha ni en los directorios.
- No responder a las reseñas negativas.

Cómo lo automatiza PosicionalA

PosicionalA usa el contexto de tu negocio —ubicación, servicios, zona de actuación y objetivos— para generar contenido local con la terminología y las entidades correctas, aplicar el marcado LocalBusiness, enlazar internamente y publicar según tu plan. La auditoría periódica detecta incoherencias, páginas huérfanas y caídas de rendimiento antes de que se traduzcan en pérdida de llamadas.

Empieza gratis

Conecta tu web en posicionaia.es/conectar y recibe la auditoría automática. La prueba incluye un sitio y una generación completa de contenido, sin tarjeta de crédito. Soporte en español: +34 604 96 48 90, de lunes a viernes de 8:00 a 15:00.

Checklist

- ☐ Plan de 90 días con fechas y responsable.
- ☐ Ficha optimizada y activa.
- ☐ Páginas locales publicadas y enlazadas.
- ☐ Programa de reseñas funcionando.
- ☐ Medición de llamadas y contactos activa.

Automatiza todo esto con PosicionalA

Has llegado al final del libro. Ejecutar todo esto a mano exige un equipo y muchas horas cada mes. PosicionalA conecta con tu WordPress, Shopify, PrestaShop o web a medida, audita el sitio, detecta las palabras clave con nuestro motor SEO, redacta artículos de más de 2.000 palabras con datos estructurados y los publica —con o sin tu aprobación— en piloto automático.

Puedes probarlo gratis, sin tarjeta de crédito: incluye un sitio y una generación completa de contenido para que veas el resultado con tu propio dominio.

Empieza ahora

1. Entra en posicionaia.es/conectar y añade tu dominio.
2. Recibe la auditoría automática con tu puntuación SEO y GEO.
3. Define contexto y objetivos, y activa el modo automático.

¿Dudas? Escríbenos a info@sagatech.es o llama al +34 604 96 48 90 (L-V, 8:00-15:00).