
Cómo aparecer en Google sin pagar.

Guía de SEO local para PyMEs colombianas.
Las tres palancas que sí mueven la aguja.

01 · EL PANORAMA

SEO en 90 segundos.

SEO son las técnicas que hacen que su sitio aparezca cuando alguien busca su servicio en Google, sin pagar anuncios. No es magia, no es código secreto. Son tres cosas que su competencia no está haciendo bien.

Relevancia.

¿Su sitio responde la pregunta que el cliente escribió en Google? Si alguien busca 'abogado de inmigración Medellín', su sitio debe decir esas palabras y explicar ese servicio.

Autoridad.

¿Otros sitios reconocidos enlazan al suyo? Una mención en la Cámara de Comercio o en una publicación local vale más que 100 backlinks de directorios genéricos.

Ubicación.

¿Está marcado como un negocio local en Google Maps? Para PyMEs, esta es la palanca más grande. Más que el sitio web.

Lo único que importa al principio

Si usted es una PyME local, **Google Business Profile + reseñas** son el 80% del juego. Antes de tocar SEO técnico, antes de blogs, antes de schema. Empiece por ahí.

02 · LA PALANCA NÚMERO 1

Google Business Profile.

Cuando alguien busca '*clínica dental cerca de mí*' o '*abogado El Poblado*', Google muestra **tres negocios en un mapa** antes que cualquier resultado azul. Esos tres son negocios con un Google Business Profile bien configurado. Si su negocio no aparece ahí, está perdiendo el 80% del tráfico local.

Las 5 cosas que sí mueven la aguja

1. Categoría correcta

Una sola categoría primaria, exacta. '**Abogado de inmigración**' es mejor que '**Abogado**'. Categorías secundarias: 2 o 3, no más. Demasiadas le confunden a Google.

2. Foto de portada que no sea su logo

Use una foto del local, del equipo, o del trabajo. Los logos pueden ir como avatar. La portada debe mostrar humanidad.

3. Horarios siempre actualizados

Festivos colombianos, horarios especiales, cierre por vacaciones. Google penaliza perfiles con horarios desactualizados (los considera abandonados).

4. Servicios listados con precios

Si vende tratamientos dentales, liste cada uno. Si ofrece visa M, V, residencia, cada uno como servicio separado. Los precios pueden ser rangos: '**desde \$X**'.

5. Posts semanales (esto es lo que nadie hace)

Google Posts caduca a los 7 días, así que la gran mayoría de negocios no lo usa. Por eso publicar uno semanal le da una ventaja desproporcionada. Cualquier cosa: una foto del trabajo, una promo, un consejo.

03 · LA PALANCA MÁS GRANDE, Y LA MÁS SUBUTILIZADA

Reseñas en Google.

Una reseña honesta de un cliente real vale más que cualquier campaña de Google Ads. Es prueba social pública, indexable, que aparece junto a su nombre cada vez que alguien lo busca.

¿Cuántas necesita?

Mínimo 10, idealmente 30. Por debajo de 10, Google duda de la autenticidad y la gente sospecha. Entre 10 y 30, ya empieza a aparecer consistentemente en el mapa local. Por encima de 30, gana credibilidad sobre competidores con menos reseñas, incluso si sus calificaciones son similares.

Cómo pedir las sin parecer desesperado

El momento es **cuando el cliente acaba de ver el resultado** y está más contento. No al final del mes en un mass email. Ahí tres formatos que funcionan:

Por WhatsApp después del servicio

"Doctora Ana, qué bueno que todo salió bien con el tratamiento. Si tiene 30 segundos, una reseña corta en Google nos ayudaría mucho a que más pacientes nos encuentren. Le paso el enlace directo: [enlace]"

Tarjeta física en consulta o local

"¿Le ayudamos hoy? Si tiene 30 segundos, escanee este código QR y deje una reseña en Google. Es la mejor forma de apoyar a un negocio pequeño."

Por correo, después de cerrar el caso

"Don Carlos, gracias por confiarnos su caso. Si quedó conforme con el resultado, una reseña honesta en Google ayuda a que otros abogados como nosotros lleguen a más clientes que necesitan ayuda real."

Qué hacer con las reseñas malas

Responda siempre, en menos de 48 horas. Sin justificarse, sin pelear. Reconozca el problema, ofrezca arreglarlo y termine con un agradecimiento. Una reseña mala bien manejada da más confianza que diez reseñas perfectas.

04 · EL SITIO WEB (LO QUE YA TIENE O TENDRÁ)

Su sitio web, optimizado.

Una vez que GBP y reseñas están en orden, el sitio web entra como complemento. Estas son las cuatro cosas que importan en orden de prioridad.

1. Velocidad

Use pagespeed.web.dev y pegue su dominio. Si la calificación móvil está por debajo de 80, su sitio carga lento. Google rankea más bajo los sitios lentos, sobre todo en celular.

2. Diseño mobile-first

Ya el 70%+ de las búsquedas son desde el celular. Si su sitio se ve bien en computador pero raro en celular, está perdiendo. Verifique siempre en su propio teléfono, no solo en pantalla grande.

3. Palabras clave por barrio

'**Abogado El Poblado**' es más fácil de rankear que '**Abogado Medellín**', y el cliente que lo busca está más cerca de contratar. Mencione barrios específicos en su sitio, naturalmente, no como lista llena.

4. Schema básico

Es código invisible que le dice a Google: '*Soy un negocio local, mi dirección es esta, mi teléfono es este, mi horario es este.*' Lo añade su desarrollador (o nosotros, viene incluido en todos los planes).

05 · MITOS COSTOSOS

Tres cosas que NO funcionan.

Si alguien le ofrece estos servicios, está perdiendo el dinero. Google los detecta y, peor, los penaliza.

✗ Llenar el sitio de palabras clave

Repetir *'abogado abogado abogado Medellín Medellín Medellín'* en el pie de página, en blanco sobre blanco, era un truco de 2008. Hoy Google lo detecta en segundos y baja el sitio en los resultados.

✗ Comprar enlaces (link buying)

Cualquier servicio que prometa **'1.000 backlinks por \$100k'** es tóxico. Google los identifica como granja de enlaces y penaliza el sitio que los recibe. La recuperación toma meses.

✗ Crear muchas páginas similares

'Abogado El Poblado', 'Abogado Laureles', 'Abogado Envigado' con el mismo contenido cambiando el barrio: Google lo detecta como **canibalización**. Una sola página bien hecha rankea mejor que veinte copias.

06 · EL PLAN DE ACCIÓN

Qué hacer en orden.

Si solo va a hacer una cosa de esta guía, haga la 1. Si tiene tiempo, haga la 1 y la 2. Solo después de eso vale la pena pensar en el sitio.

Esta semana

Crear y completar Google Business Profile

Categoría correcta, foto de portada que no sea logo, horarios, todos los servicios listados. Tiempo: 2 horas.

Próximas 4 semanas

Conseguir las primeras 10 reseñas

Llame a sus 10 mejores clientes, pídale una reseña con un mensaje directo y honesto. Use las plantillas de la página anterior.

Mes 2

Publicar 1 Google Post por semana

Una foto del trabajo, una nota del día, una promo. 5 minutos por post. Esto solo ya le pone arriba de competidores que no lo hacen.

Mes 3

Auditar el sitio web

Velocidad, mobile-first, schema. Si no pasa la prueba de pagespeed, rehacerlo es más rentable que parchearlo.

Permanente

Responder todas las reseñas

Buenas y malas, en menos de 48 horas. Esto duplica el efecto de cada reseña.

¿Quiere que lo hagamos por usted?

Si nuestro plan Crecimiento le hace el sitio web optimizado, configuramos Google Business Profile, instalamos el schema, sincronizamos reseñas y le entregamos un reporte mensual.

Desde \$690.000 COP, una sola vez.

Escríbanos por WhatsApp al **+57 301 404 7722** o visite **pymewebpro.com**