

Checklist SEO Local

Cuando alguien busca "cerca de mí", Google decide qué negocios mostrar. Este checklist reúne los 25 puntos que más influyen para negocios en México, y un prompt que audita tu perfil y escribe tu descripción, servicios y respuestas a reseñas.

TIEMPO

2 a 3 h en total

NIVEL

Principiante

FUNCIONA EN

Cualquier negocio con local o zona de servicio

LO QUE OBTIENES

Tu Perfil de Negocio de Google completo y optimizado, un sistema para conseguir reseñas cada semana y tu web lista para búsquedas locales.

00 El checklist

Marca cada punto conforme lo completas. Tu avance se guarda en este navegador.

A. Perfil de Negocio de Google

☐

1. Reclama y verifica tu perfil

En business.google.com. Sin verificación, tu información no se muestra completa en Maps y Búsqueda.

☐

2. Elige la categoría principal más específica

"Estudio de pilates", no "Gimnasio". Es de los factores mejor calificados por expertos en búsqueda local.

☐

3. Agrega 2 a 4 categorías secundarias

Solo las que de verdad ofreces. Categorías de relleno confunden a Google y a tus clientes.

☐

4. Usa tu nombre real de negocio

Igual que en tu letrero. Agregar palabras clave ("Taquería X Mejores Tacos MTY") va contra las pautas de Google y puede suspender tu perfil.

☐

5. Dirección exacta o área de servicio

Si atiendes a domicilio, oculta la dirección y define tus municipios: Monterrey, San Pedro, Guadalupe, San Nicolás, Apodaca, Santa Catarina, Escobedo.

☐

6. Horario completo y horarios especiales

Marca días festivos y temporadas: 16 de septiembre, 2 de noviembre, 12 de diciembre, Semana Santa, Buen Fin. Aparecer como "abierto" a la hora de la búsqueda cuenta.

☐

7. Teléfono local y WhatsApp

Un número que sí contesten. Pon el enlace de WhatsApp en tu sitio web y en las publicaciones del perfil.

☐

8. Enlace a tu web con UTM

Usa ?utm_source=google&utm_medium=perfil para saber cuántas visitas llegan desde tu perfil.

☐

9. Descripción de hasta 750 caracteres

Qué haces, para quién, en qué zona y qué te distingue. Lenguaje natural, sin listas de palabras clave.

☐

10. Servicios o productos con precio

En pesos o "desde \$...". Mejora la relevancia y filtra a quien solo pregunta.

☐

11. Atributos que apliquen

Formas de pago (tarjeta, transferencia, efectivo), accesibilidad, estacionamiento, Wi-Fi, etc.

B. Fotos, actividad y reseñas

☐

12. Fotos reales y actuales cada mes

Fachada (para que te reconozcan en la calle), interior, equipo, producto y trabajo terminado.

- ☐ **13. Un video corto del lugar o del proceso**
De 15 a 30 segundos, grabado con celular.

- ☐ **14. Publica novedades cada 1 a 2 semanas**
Promociones, eventos, temporada. Mantiene el perfil activo y da razones para elegirte.

- ☐ **15. Sistema para pedir reseñas**
Un QR en el mostrador y un enlace corto que mandas por WhatsApp después de cada venta o servicio.

- ☐ **16. Constancia antes que volumen**
Pide reseñas cada semana, no 50 en un día. La recencia de las reseñas subió mucho en importancia en 2026.

- ☐ **17. Responde todas las reseñas en menos de 48 h**
También las negativas: con nombre, solución y sin discutir.

- ☐ **18. Nunca compres reseñas ni las condiciones**
Es motivo de sanción de Google y destruye la confianza de tus clientes.

C. Consistencia fuera de Google

- ☐ **19. Mismos datos en todas partes**
Nombre, dirección y teléfono idénticos en Facebook, Instagram, Apple Maps, Bing Places, Waze y directorios de tu giro (Doctoralia, TripAdvisor, apps de comida).

- ☐ **20. Enlaces locales de calidad**
Cámaras y asociaciones de tu ciudad (CANACO, COPARMEX, CANIRAC), eventos, medios locales y negocios aliados.

D. Tu sitio web

☐

21. Una página por servicio

Y por zona si aplica: "Pilates reformer en San Pedro Garza García". Es de los factores más fuertes para el ranking orgánico local.

☐

22. Datos de contacto en todas las páginas

Pie de página con nombre, dirección, teléfono y horario, mapa incrustado y marcado LocalBusiness.

☐

23. Sitio rápido en celular

Con botón de WhatsApp o llamada visible sin hacer scroll.

☐

24. Aviso de privacidad en formularios

Obligatorio si pides nombre, teléfono o correo. La nueva ley de protección de datos personales está vigente desde el 21 de marzo de 2025.

E. Medición

☐

25. Revisa tus números cada mes

En el perfil: llamadas, solicitudes de ruta, clics al sitio y búsquedas. Pregunta a cada cliente nuevo cómo te encontró.

01 Antes de empezar

Ten esto a la mano. Si falta algo, el resultado baja de calidad.

- Acceso a tu Perfil de Negocio de Google (o crea uno en business.google.com).
 - Tu descripción actual, categorías, horario, número de reseñas y calificación. Cópialos como texto.
 - Tu lista de servicios con precios.
 - Las colonias o municipios de donde llegan tus clientes.
-

02 Prompt principal

Úsalo después de revisar el checklist. Audita tu perfil y te escribe los textos que necesitas.

<rol>

Eres un consultor de SEO local para negocios en México. Conoces las pautas del Perfil de Negocio de Google y las aplicas sin trucos que pongan en riesgo el perfil.

</rol>

<objetivo>

Auditar mi Perfil de Negocio de Google contra el checklist de 25 puntos y escribir los textos que necesito para corregirlo.

</objetivo>

<contexto>

- Negocio, giro y colonia o municipio: [NOMBRE + GIRO + UBICACIÓN]
- Servicios principales con precio: [LISTA]
- Zonas de donde llegan mis clientes: [COLONIAS O MUNICIPIOS]
- Lo que me distingue: [1 O 2 COSAS REALES]

<perfil_actual>

[PEGA TU DESCRIPCIÓN, CATEGORÍAS, HORARIO, NÚMERO DE RESEÑAS Y CALIFICACIÓN]

</perfil_actual>

<checklist>

A. Perfil de Negocio de Google

1. Reclama y verifica tu perfil: En business.google.com. Sin verificación, tu información no se muestra completa en Maps y Búsqueda.

2. Elige la categoría principal más específica: "Estudio de pilates", no "Gimnasio". Es de los factores mejor calificados por expertos en búsqueda local.

3. Agrega 2 a 4 categorías secundarias: Solo las que de verdad ofreces. Categorías de relleno confunden a Google y a tus clientes.

4. Usa tu nombre real de negocio: Igual que en tu letrero. Agregar palabras clave ("Taquería X Mejores Tacos MTY") va contra las pautas de Google y puede suspender tu perfil.

5. Dirección exacta o área de servicio: Si atiendes a domicilio, oculta la dirección y define tus municipios: Monterrey, San Pedro, Guadalupe, San Nicolás, Apodaca, Santa Catarina, Escobedo.

6. Horario completo y horarios especiales: Marca días festivos y temporadas: 16 de septiembre, 2 de noviembre, 12 de diciembre, Semana Santa, Buen Fin. Aparecer como "abierto" a la hora de la búsqueda cuenta.

7. Teléfono local y WhatsApp: Un número que sí contesten. Pon el enlace de WhatsApp en tu sitio web y en las publicaciones del perfil.

8. Enlace a tu web con UTM: Usa `?utm_source=google&utm_medium=perfil` para saber cuántas visitas llegan desde tu perfil.

9. Descripción de hasta 750 caracteres: Qué haces, para quién, en qué zona y qué te distingue. Lenguaje natural, sin listas de palabras clave.

10. Servicios o productos con precio: En pesos o "desde \$...". Mejora la relevancia y filtra a quien solo pregunta.
 11. Atributos que apliquen: Formas de pago (tarjeta, transferencia, efectivo), accesibilidad, estacionamiento, Wi-Fi, etc.
- B. Fotos, actividad y reseñas
12. Fotos reales y actuales cada mes: Fachada (para que te reconozcan en la calle), interior, equipo, producto y trabajo terminado.
 13. Un video corto del lugar o del proceso: De 15 a 30 segundos, grabado con celular.
 14. Publica novedades cada 1 a 2 semanas: Promociones, eventos, temporada. Mantiene el perfil activo y da razones para elegirte.
 15. Sistema para pedir reseñas: Un QR en el mostrador y un enlace corto que mandas por WhatsApp después de cada venta o servicio.
 16. Constancia antes que volumen: Pide reseñas cada semana, no 50 en un día. La recencia de las reseñas subió mucho en importancia en 2026.
 17. Responde todas las reseñas en menos de 48 h: También las negativas: con nombre, solución y sin discutir.
 18. Nunca compres reseñas ni las condiciones: Es motivo de sanción de Google y destruye la confianza de tus clientes.
- C. Consistencia fuera de Google
19. Mismos datos en todas partes: Nombre, dirección y teléfono idénticos en Facebook, Instagram, Apple Maps, Bing Places, Waze y directorios de tu giro (Doctoralia, TripAdvisor, apps de comida).
 20. Enlaces locales de calidad: Cámaras y asociaciones de tu ciudad (CANACO, COPARMEX, CANIRAC), eventos, medios locales y negocios aliados.
- D. Tu sitio web
21. Una página por servicio: Y por zona si aplica: "Pilates reformer en San Pedro Garza García". Es de los factores más fuertes para el ranking orgánico local.
 22. Datos de contacto en todas las páginas: Pie de página con nombre, dirección, teléfono y horario, mapa incrustado y marcado LocalBusiness.
 23. Sitio rápido en celular: Con botón de WhatsApp o llamada visible sin hacer scroll.
 24. Aviso de privacidad en formularios: Obligatorio si pides nombre, teléfono o correo. La nueva ley de protección de datos personales está vigente desde el 21 de marzo de 2025.
- E. Medición
25. Revisa tus números cada mes: En el perfil: llamadas, solicitudes de ruta, clics al sitio y búsquedas. Pregunta a cada cliente nuevo cómo te encontró.
- </checklist>
- </contexto>
- <instrucciones>
1. Si falta mi giro, mi ubicación o mi perfil actual, pregúntame en un solo mensaje y espera.

2. Evalúa cada punto del checklist con: Cumple / Parcial / No cumple / No sé (si no tienes datos para saberlo).

3. Escribe mi descripción del perfil: máximo 750 caracteres, lenguaje natural, que diga qué hago, para quién, en qué zona y qué me distingue.

4. Escribe 5 servicios para el perfil, cada uno con una descripción de una línea.

5. Escribe el mensaje de WhatsApp para pedir reseñas: máximo 50 palabras, amable, sin ofrecer nada a cambio.

6. Escribe 3 plantillas de respuesta a reseñas: de 5 estrellas, de 3 estrellas y de 1 estrella.

</instrucciones>

<reglas>

- Nunca propongas meter palabras clave en el nombre del negocio, comprar reseñas ni dar algo a cambio de reseñas.
- No inventes datos de mi negocio. Si falta algo, escribe [PENDIENTE].

</reglas>

<formato_de_salida>

1. Tabla: # | Punto | Estado | Qué hacer (máximo 20 palabras)
2. Descripción del perfil (y su número de caracteres).
3. 5 servicios.
4. Mensaje para pedir reseñas.
5. 3 respuestas a reseñas.
6. Las 5 correcciones de mayor impacto, en orden.

</formato_de_salida>

<revision_final>

Antes de entregar, verifica: la descripción no pasa de 750 caracteres; evaluaste los 25 puntos; ningún consejo viola las pautas de Google. Corrige antes de responder.

</revision_final>

03 **Cómo llenar los datos**

La diferencia entre un resultado genérico y uno útil está aquí.

[NOMBRE + GIRO + UBICACIÓN]

El giro exacto ayuda a elegir la categoría correcta.

ASÍ NO

Restaurante en Monterrey.

ASÍ SÍ

Taquería de trompo y bistec en la colonia Mitras Centro, Monterrey.

<perfil_actual>

Cópialo tal cual de tu perfil. Si no tienes perfil, escribe "No tengo perfil".

ASÍ NO

Ya tengo perfil en Google.

ASÍ SÍ

Categoría: Restaurante. Descripción: "Los mejores tacos". Horario: L-D 19:00-01:00.
23 reseñas, 4.4 estrellas.

[LO QUE ME DISTINGUE]

Algo real y verificable, no "calidad y buen servicio".

ASÍ NO

Calidad, sabor y buen servicio.

ASÍ SÍ

Tortillas hechas a mano al momento y salsa de aguacate con receta familiar desde 1998.

04 Paso a paso

Antes	Durante	Después
1. Entra a tu Perfil de Negocio desde tu cuenta de Google. 2. Toma fotos de fachada, interior y producto con luz de día. 3. Copia tu perfil actual a un documento.	1. Avanza por bloques: A primero, porque es la base. 2. Marca cada punto cuando de verdad esté hecho. 3. Corre el prompt cuando termines el bloque A para pulir textos.	1. Ten paciencia: Google indica que los cambios pueden tardar unos días en reflejarse, y un perfil nuevo puede tardar más en posicionar. 2. Sube fotos y pide reseñas cada semana. 3. Revisa tus números el primer día de cada mes.

05 Prompts de seguimiento

Pégalos en la misma conversación, después del resultado principal.

1. Publicaciones del mes

Cuándo usarlo: cada mes, para mantener tu perfil activo.

Seguimiento

Escribe 4 publicaciones para mi Perfil de Negocio de Google de este mes, una por semana: promoción, novedad, detrás de cámaras y recordatorio de horario. Máximo 80 palabras cada una, con llamada a la acción.

2. Responder una reseña difícil

Cuándo usarlo: cuando llega una reseña negativa.

Seguimiento

Me dejaron esta reseña: "[PEGA LA RESEÑA]". Escribe una respuesta de máximo 70 palabras: agradece, reconoce el problema sin culpar al cliente, explica qué haremos y ofrece un canal de contacto. Sin discutir.

3. Página de servicio por zona

Cuándo usarlo: cuando vayas a mejorar tu web.

Seguimiento

Escribe la estructura y el texto de una página web para [SERVICIO] en [ZONA]: título, subtítulo, 3 secciones, preguntas frecuentes y llamada a la acción. Lenguaje natural, sin repetir la palabra clave de forma forzada.

06 Ejemplo de resultado

DATOS DE ENTRADA (NEGOCIO DE EJEMPLO)

Taquería de trompo en Mitras Centro, Monterrey. Categoría actual: "Restaurante". Descripción: "Los mejores tacos". 23 reseñas, 4.4 estrellas. Abierta de 19:00 a 01:00.

EXTRACTO DE LA SALIDA

#	Punto	Estado	Qué hacer
2	Categoría principal	Parcial	Cambiar "Restaurante" por "Taquería".
6	Horarios especiales	No cumple	Agregar horario del 15 y 16 de septiembre.
9	Descripción	No cumple	"Los mejores tacos" no dice qué, dónde ni por qué. Usar la descripción propuesta.

Mensaje para reseñas: "¡Gracias por venir! Si te gustaron los tacos, nos ayudas muchísimo con una reseña en Google, toma 30 segundos: [enlace]. ¡Te esperamos pronto!"

Ejemplo ilustrativo con un negocio ficticio para mostrar el formato y nivel de detalle esperado. Tu resultado cambia según tus datos.

07 Errores comunes

Meter palabras clave en el nombre

SÍNTOMA

Subes unos días y luego Google suspende o corrige tu perfil.

CORRECCIÓN

Usa tu nombre real. Pon las palabras clave en la descripción y en los servicios.

Pedir 50 reseñas en una semana y luego nada

SÍNTOMA

Pico de reseñas y después silencio.

CORRECCIÓN

Un sistema semanal: QR en caja y mensaje después de cada venta.

Datos distintos en cada plataforma

SÍNTOMA

Un horario en Google, otro en Facebook y otro en tu web.

CORRECCIÓN

Cambia todo el mismo día cuando algo se modifique.

08 Por qué funciona

En qué se basa este recurso.

Cómo decide Google. Google explica que los resultados locales dependen sobre todo de la relevancia, la distancia y la prominencia, que no se puede pagar para subir en el ranking local, y que la información completa y las reseñas ayudan. [Fuente](#)

(<https://support.google.com/business/answer/7091?hl=es>)

Factores locales 2026. El reporte Local Search Ranking Factors 2026 de Whitespark (encuesta a expertos en búsqueda local, no un experimento) ubica la categoría principal, la proximidad y estar abierto a la hora de la búsqueda entre los factores más fuertes del mapa, y muestra que la recencia de reseñas ganó mucha importancia frente a 2023. [Fuente](#) (<https://whitespark.ca/local-search-ranking-factors/>)

Protección de datos en México. La nueva Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares se publicó en el DOF el 20 de marzo de

2025. Si tu formulario pide datos personales, necesitas aviso de privacidad. Esto no es asesoría legal.

09 Siguiente paso

SIGUIENTE NIVEL

Prompt Maestro de Landing Pages

Estrategia, copy y diseño para tu página de servicio. [PRÓXIMAMENTE](#)

SIGUIENTE NIVEL

Sistema Lead a Cliente

Formulario, base de datos y aviso automático de cada contacto. [PRÓXIMAMENTE](#)