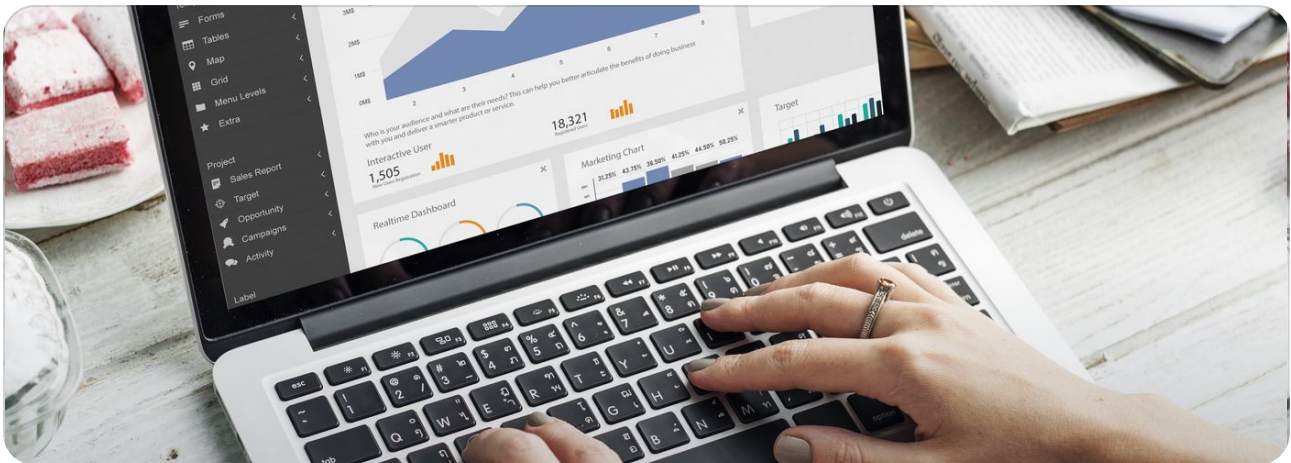


Qué es el SEO y por qué tu negocio necesita una web

EM Equipo E-MERGE · 6 min de lectura



Casi todo el mundo, antes de comprar o llamar a un negocio, lo busca primero en Google. El SEO es lo que decide si te encuentran a ti... o a tu competencia. Y no, no es magia: es un conjunto de cosas concretas que puedes trabajar.

¿Qué es el SEO, en cristiano?

SEO son las siglas de **Search Engine Optimization** (optimización para buscadores). Dicho fácil: es **hacer que tu web aparezca lo más arriba posible en Google** cuando alguien busca lo que tú ofreces, sin pagar por cada clic.

Google ordena los resultados según lo útil, rápido y fiable que le parece cada web. El SEO consiste en darle esas señales: textos que responden a lo que la gente busca, una web que carga bien en el móvil, tu ciudad y tus servicios bien indicados, reseñas, enlaces... Cuanto mejor lo haces, más arriba sales y más clientes te llegan *gratis*, mes tras mes.

Los datos: por qué esto importa (mucho)

No es una opinión. Así es como se comporta hoy la gente al buscar un negocio:

~46%

de las búsquedas en Google tienen intención local (buscan algo cerca).

76%

de quienes buscan algo "cerca de mí" en el móvil visitan un negocio en 24 h.

75%

de los usuarios no pasa de la primera página de resultados de Google.

28%

de las búsquedas locales acaban en una compra.

Traducido a tu negocio: si no apareces cuando te buscan, no es que pierdas una visita, es que **ese cliente se va directo a quien sí aparece**. Y quien sale primero se lleva la mayoría de los clics.

"Estar en la segunda página de Google es, para efectos prácticos, no estar."

Por qué tu negocio necesita una web (y no solo redes)

Las redes sociales están alquiladas: cambian las reglas, el alcance baja y no controlas nada. Tu web es **tuya**, trabaja 24 horas y es la base sobre la que se construye todo el SEO. Estos son los beneficios reales:

- **Te encuentran solos:** apareces en Google cuando alguien busca justo lo que ofreces, sin pagar por cada clic.
- **Das confianza:** un negocio con web propia y reseñas parece más serio que uno que solo tiene un perfil de redes.
- **Vendes mientras duermes:** horarios, precios, reservas o presupuestos disponibles a cualquier hora.
- **Mides lo que funciona:** sabes cuánta gente entra, qué mira y cuántos te contactan. Con redes, casi a ciegas.

- **No dependes de nadie:** si mañana cambia una red social, tu web sigue ahí.

Y sin embargo, todavía **muchísimos negocios locales no tienen web** o tienen una que no aparece en Google. Eso, para quien sí la cuida, es una oportunidad enorme.

Cómo empezar sin liarte

No hace falta un gran presupuesto ni saber de informática. El orden que funciona es sencillo: una **web clara y rápida** pensada para tu cliente, tu **ficha de Google** completa y con reseñas, textos que hablen de tu **zona y tus servicios**, y **constancia** (contenido y reseñas nuevas cada mes). Lo importante es empezar y medir.