



NOTA DE PRENSA

Un análisis de 100 clínicas dentales en Madrid cuestiona que más reseñas signifique mejor posición en Google Maps

El estudio observa que las diferencias más consistentes no aparecen en el volumen de reseñas, sino en señales de gestión activa del perfil, como la respuesta a opiniones, la frecuencia de publicación y el uso de categorías secundarias.

José Francisco Ouviaña (Frenchy) ha publicado un análisis de visibilidad local basado en los 100 primeros resultados que aparecen al buscar "clínica dental Madrid" en Google Maps desde el centro de la ciudad. El estudio examina 16 variables estructurales agrupadas en cinco bloques: identificación, perfil estructural, reputación, engagement y operativo.

El principal hallazgo cuestiona una de las creencias más extendidas en SEO local: **el volumen de reseñas no predice por sí solo las primeras posiciones en Google Maps**. El bloque de posiciones 11 a 30 presenta, de media, más reseñas que el top 10. Además, la clínica con más reseñas de toda la muestra, con 2.218, no entra en el top 30, mientras una clínica con 78 reseñas sí aparece entre las diez primeras.

Donde sí se observan diferencias más consistentes es en señales de gestión activa del perfil. El 80% de las clínicas del top 10 responde habitualmente a sus reseñas, frente al 50% en las posiciones 31 a 100. El top 10 también publica con una frecuencia 2,6 veces superior y declara una media de 5,1 categorías secundarias, frente a 3,9 en el resto de la muestra. La valoración media apenas muestra variación entre bloques, con una diferencia máxima de 0,10 puntos, lo que sugiere que la nota no explica por sí sola qué clínicas aparecen en las primeras posiciones.

El estudio tiene carácter observacional y describe correlaciones visibles en Google Business Profile. No establece relaciones causales directas ni plantea que los resultados sean replicables en todos los mercados.

El estudio completo puede consultarse en:

<https://frenchy.es/casos-de-estudio/seo-local-clinicas-dentales-madrid/>

Contacto:

José Francisco Ouviaña (Frenchy)

consultoria@frenchy.es

+34 667 765 983

Sobre el autor

José Francisco Ouviaña, conocido como Frenchy, es consultor especializado en visibilidad digital, SEO local y análisis de cómo los sistemas de inteligencia artificial presentan negocios y servicios en entornos de búsqueda y recomendación.

En Santiago de Compostela a 26 de febrero de 2026