
ESTUDIO · A CORUÑA · JUNIO 2026

El SEO local de las clínicas dentales de A Coruña

Las 118 clínicas que compiten en Google Maps, analizadas una a una.

Álvaro Calderón · Lokkal · lokkal.es

«¿Merece la pena invertir en marketing en A Coruña?»

Cada vez que una clínica dental me lo pregunta, mi respuesta empieza por mirar los números del sector. Así que los miré todos a la vez: si tienen web propia, cuántas reseñas tienen y qué nota mantienen.

118

clínicas dentales compiten por el paciente de A Coruña

Cuando alguien busca «dentista en A Coruña», Google tiene más de cien fichas entre las que elegir. Y solo enseña tres en el mapa.

16%

no tiene web propia: 1 de cada 6 clínicas

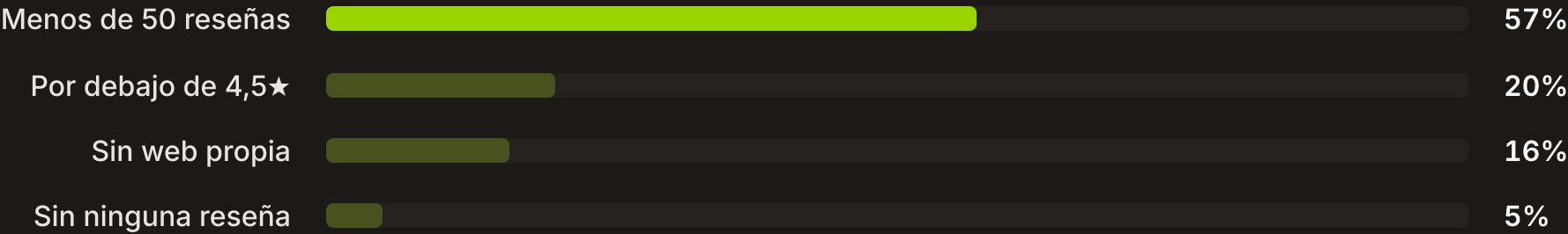
Dependen solo de la ficha de Google o de un perfil en un directorio. Funciona para que las encuentren, pero no para convencer: cuando el paciente quiere comparar tratamientos o ver el equipo, no hay dónde.

4,66★

es la nota media del sector, pero 1 de cada 5 baja de 4,5★

La nota, por sí sola, ya casi no diferencia. Casi todas las clínicas la tienen buena; el paciente la da por descontada y mira otra cosa.

Dónde está el hueco real: las reseñas



Media de 42 reseñas por clínica. Más de la mitad del sector tiene la reputación a medio construir, y como la cantidad y la frecuencia pesan en el orden de Maps, ese 57% se está dejando posiciones sobre la mesa.

5%

de las clínicas no tiene ninguna reseña

Para una clínica dental eso es prácticamente invisible: el paciente que duda entre dos opciones nunca elige la que no tiene ninguna prueba social.

El hueco no está en la calidad: está en la señal

La mayoría de clínicas hace bien su trabajo y tiene buena nota, pero deja a medias las dos cosas que el paciente mira antes de llamar: una web que dé confianza y un flujo constante de reseñas recientes. No hace falta ser la mejor clínica de la ciudad para ganar visibilidad; hace falta ser la que mejor comunica que lo es.

Cómo se cierra el hueco, por orden de impacto

- 1 La ficha de Google Business**
Categorías, fotos reales, horarios, publicaciones. Es lo que más rápido mueve la aguja en el mapa local. Va primero.
- 2 Una estrategia de reseñas**
Pedir opinión de forma sistemática a los pacientes satisfechos y responder a todas. No para llegar a 500, sino para tener reseñas recientes y constantes, que es lo que Google premia.
- 3 Una base de SEO local en la web**
Señales de zona, velocidad en móvil y páginas pensadas para convertir la visita en cita. Tarda más, pero es lo que sostiene todo lo anterior.

Metodología y límites

Análisis propio sobre Google Maps en **junio de 2026**, partiendo de la búsqueda «clínica dental A Coruña»: **118 fichas**.

No es el censo completo de dentistas de la ciudad: es la muestra de las clínicas que **de verdad compiten** por aparecer en esa búsqueda, que es exactamente lo que ve un paciente.

«Sin web propia» excluye las fichas cuyo único enlace es una red social o un directorio.

Los números cambian con el tiempo y con cada reseña nueva. Pero la foto de hoy es clara: en A Coruña, la clínica que trabaja su reputación y su visibilidad gana al resto antes de que el paciente coja el teléfono.

Las 118 clínicas, con los números y su lectura

lokkal.es/blog

Álvaro Calderón · Consultor de marketing local en A Coruña.

Trabajo con sectores donde la confianza lo decide todo: clínicas, despachos, salud y estética.