



GUÍA PRÁCTICA

DEL SEO AL GEO

DEL SEO AL GEO

DEL SEO AL GEO



Cómo vender más experiencias turísticas cuando la IA está redefiniendo el juego

Índice

E-Book | TuriTop

01

La situación real (por qué es importante hoy)

Si solo dependes de SEO clásico, estás compitiendo en un terreno donde cada vez hay menos clientes.

02

Concepto Clave

Vale, antes de asustarte: esto tiene solución. Y no requiere ser ingeniero ni matemático.

03

Cómo funcionan las "búsquedas con IA"

Cuando alguien pregunta en ChatGPT "tour de senderismo en Asturias para 2 horas", la IA no solo busca una página.

04

Los 4 ingredientes que la IA busca

Si quieres que las respuestas generativas te mencionen, necesitas cuatro cosas

05

GEO aplicado a experiencias turísticas

Olvídate de "escribir para SEO". Esto es diferente. Aquí escribes para que la IA pueda extraer información correcta sin ambigüedad.

06

Las guías que la IA adora (y que venden)

No solo hagas páginas de tours. Haz "guías pilar" que respondan las big questions

07

Plan de 30 días

No necesitas cambiar toda tu web mañana. Hazlo por fases

08

¿Cómo saber si está funcionando?

Olvidate de descargas, de views, de "engagement". La única métrica que importa es una.

09

Lo más importante: el número final.

Cuando termines el mes, hay UN número que te importa

10

FAQ: Lo que todos preguntan

Las preguntas más comunes sobre el tema.

11

Checklist: ¿Listo para GEO?

Ocho preguntas que te ayudaran a saber tus niveles de conocimiento.

12

La conversión: de visible a vendido

Aquí está la parte que falta en la mayoría de "consejos GEO": aparecer en respuestas IA no es suficiente. Necesitas convertir eso en reserva.

13

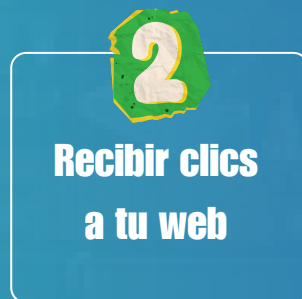
Próximo paso: Auditoría SEO/GEO gratuita

Si diriges una experiencia (tour, senderismo, visita guiada, actividad, atracción), te ofrecemos una auditoría SEO y GEO sin coste

LA SITUACIÓN REAL

POR QUÉ ESTO IMPORTA HOY

Hace unos años, la ecuación era simple:



Hoy, esa ecuación se rompió.

El usuario ya no busca "enlaces". Abre ChatGPT, escribe "tours en Barcelona" o "qué hacer en Sevilla con niños" y... la IA le da la respuesta. Incluso sin entrar en tu web. Y lo peor: sin ni siquiera saber que existes.

El dato que duele: Las reservas directas vía web bajaron del 29% (2024) al 25% (2025). Mientras tanto, las OTAs se están comiendo el 37% (2025) del mercado total de experiencias.

Traducción: si solo dependes de SEO clásico, estás compitiendo en un terreno donde cada vez hay **menos clientes que llegan a tu web**. Y encima, los que llegan tienen más opciones (OTAs) que nunca.

Esto es lo que los expertos llaman "direct marketing meltdown": marketing más caro, menos predecible y con menos control.

CONCEPTOS CLAVE

Vale, antes de asustarte: esto tiene solución. Y no requiere ser ingeniero ni matemático.

¿Qué es SEO y GEO?

SEO

Es optimizar tu sitio para aparecer en resultados orgánicos: arquitectura, indexación, velocidad, enlaces, intención de búsqueda, calidad del contenido y experiencia de usuario.

GEO

Es la evolución: crear y estructurar contenido para que los modelos de IA (ChatGPT, Perplexity, Google con IA, etc.) identifiquen, valoren y usen tu contenido dentro de sus respuestas.

Mientras que el SEO era: "Quiero estar en la posición 1 de Google" El GEO es: "Quiero que la IA recomiende mi tour cuando alguien pregunte"

Y lo mejor: **GEO no sustituye al SEO. Lo amplía.**

Piénsalo así:

- **SEO** los cimientos de la casa
- **GEO** cómo la IA "ve" esa casa

Necesitas ambas. Pero hasta ahora, probablemente solo has invertido en cimientos.

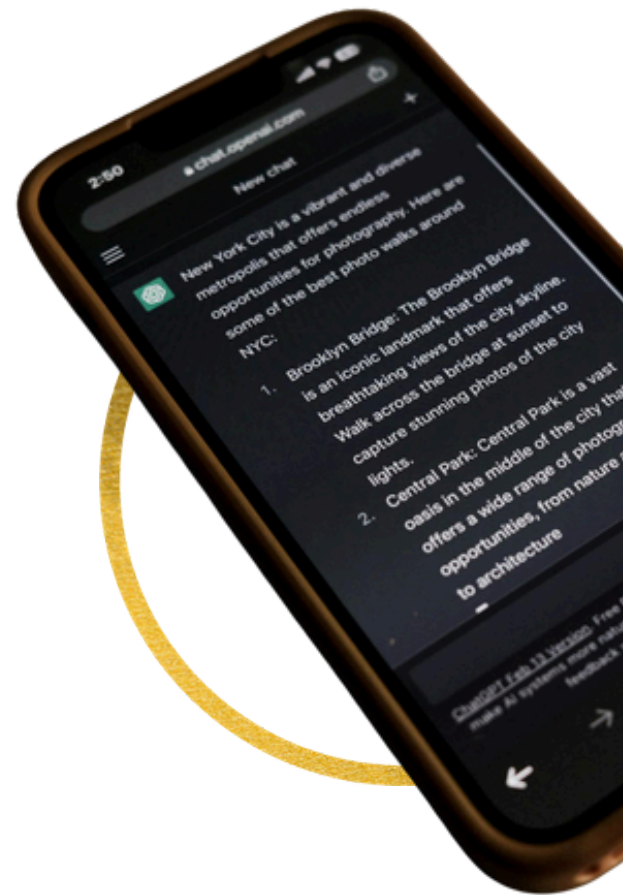


CÓMO FUNCIONAN LAS “BÚSQUEDAS CON IA”

Cuando alguien pregunta en ChatGPT "tour de senderismo en Asturias para 2 horas", la IA no solo busca una página. Hace varias búsquedas relacionadas:

- ✓ ¿Dónde hay rutas de senderismo?
- ✓ ¿Cuál dura 2 horas?
- ✓ ¿Cuál es apta para principiantes?
- ✓ ¿Dónde se reúnen?
- ✓ ¿Cuánto cuesta?

Luego mezcla información de varias fuentes y arma una respuesta. Tu objetivo: estar en esas fuentes.



La IA no te cita si no te entiende.

Y eso significa que tu web debe ser tan clara que una máquina pueda extraer fragmentos sin necesidad de adivinar nada. No es "mágico". Es sentido común.



LOS 4 INGREDIENTES QUE LA IA BUSCA

Si quieres que las respuestas generativas te mencionen,
necesitas cuatro cosas:

1

CLARIDAD Y ESTRUCTURA (QUE SEA FÁCIL LEER, PARA HUMANOS Y MÁQUINAS)

No párrafos largos. Encabezados. Listas. Preguntas y respuestas cortas.

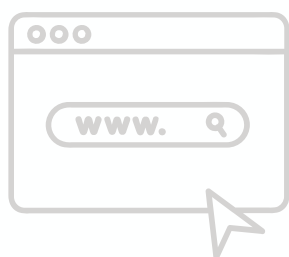
Ejemplo malo:

"Nuestro tour incluye visita a monumentos históricos, comida en restaurante local, tiempo libre y transporte"

Ejemplo bueno:

- ✓ Incluye: transporte, guía, entrada a monumentos
- ✓ No incluye: comida (aunque tenemos descuentos en restaurante asociado)
- ✓ Duración: 4 horas
- ✓ Punto de encuentro: Puerta principal del ayuntamiento

¿Ves? Información igual, pero donde la IA (y el cliente) pueden encontrar lo que buscan en 5 segundos.



2

CREDIBILIDAD (PRUEBAS DE QUE ERES REAL Y DE FIAR)

La IA prioriza lo que parece confiable. Eso significa:

- ✓ Reseñas reales (y que contestes)
- ✓ Fotos de verdad (no stock)
- ✓ Años operando
- ✓ Licencias si aplica
- ✓ Políticas claras (qué pasa si llueve, cómo cancelar, etc.)

Es lo que los expertos llaman E-E-A-T: Experiencia, Experticia, Autoridad, Confianza.

En turismo se traduce así: **"Soy quien digo que soy, tengo experiencia real y no te voy a sorprender."**



3

CONTENIDO TÉCNICO BIEN HECHO (PERO NO TE ASUSTES)

La IA necesita que tu web esté "limpia" por dentro:

- ✓ Una URL = una experiencia (sin duplicados)
- ✓ Categorías claras (no un caos)
- ✓ Enlaces internos que conecten conceptos (tour → destino → guía → FAQ)
- ✓ Información importante en texto (no solo imágenes)

Tampoco necesitas contratar a un programador. Si tu web está construida decentemente, esto ya está hecho.

4

CONTENIDO ACTUALIZADO (NO "MUERTO")

La IA valora lo fresco. Si tu página dice "abierto de 10 a 18" pero cambiaste horarios hace 3 meses, la IA lo detecta. Y baja tu credibilidad.

Actualiza cada semana:

- ✓ Horarios
- ✓ Precios
- ✓ Temporada (si aplica)
- ✓ Accesos (obras, cierres)
- ✓ Clima



Lo que tienes que tener

GEO APLICADO A EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Olvídate de "escribir para SEO". Esto es diferente. Aquí escribes para que la IA pueda extraer información correcta sin ambigüedad.

Eso es. No necesitas escribir como Hemingway. Necesitas escribir como alguien que le explica a un amigo qué va a pasar exactamente.

La estructura ganadora para una página de experiencia:



1 TÍTULO
2 Excursión a [Lugar] desde [Ciudad] — [Duración] — [Idioma]
3
4 EN 30 SEGUNDOS (para el que tiene prisa)
5 Esta excursión es perfecta si quieres [qué conseguirás].
6 Dura [X horas], sale desde [punto], ideal para [perfil],
7 no recomendado si [limitación].
8
9 QUÉ HARÁS
10 • Verás: [3-5 cosas concretas]
11 • Harás: [acciones]
12 • Tiempo libre: sí/no y cuánto
13
14 ITINERARIO PASO A PASO
15 9:00 - Salida desde X
16 9:30 - Llegada a Y
17 10:00 - Visita a Z
18 [así, claro]
19
20 PUNTO DE ENCUENTRO Y CÓMO LLEGAR
21 Dirección exacta: [calle, número]
22 En transporte público: [líneas de bus/metro]
23 En coche: [cómo aparcar]
24 Llega con: [X minutos de anticipación]
25
26 DURACIÓN Y ACCESIBILIDAD
27 Total: [X horas]
28 Nivel físico: [bajo/medio/alto con explicación]
29 ¿Puedo ir con silla de ruedas? Sí/No [explica por qué]
30 ¿Hay baños? Sí/No [cuántos y dónde]
31
32 INCLUYE / NO INCLUYE
33 Incluye: transporte, guía, entrada principal
34 No incluye: comida, bebidas, seguros personales
35
36 CANCELACIÓN (sin letra pequeña)
37 [3 líneas claras: cuándo puedes cancelar, reembolso, etc.]
38
39 10-15 PREGUNTAS REALES DE CLIENTES
40 ¿Qué pasa si llueve? → [respuesta clara]
41 ¿Hay paradas para el baño? → [respuesta clara]
42 ¿Puedo llevar carrito de bebé? → [respuesta clara]
43 ¿Qué ropa llevar? → [respuesta clara]

LAS GUÍAS QUE LA IA ADORA *y que venden*

GUÍA TIPO 1

QUÉ HACER EN (DESTINO) EN 1, 2 O 3 DÍAS

Esta es oro puro porque:

- ✓ El viajero que no sabe por dónde empezar la busca
- ✓ La IA la recomienda cuando no tiene respuesta específica
- ✓ Dentro puedes mostrar 6-8 de tus mejores tours

Estructura:

- ✓ Top experiencias para cada perfil (parejas, familias, aventureros)
- ✓ Tabla comparativa (duración, precio, para quién)
- ✓ Itinerarios de 1/2/3 días
- ✓ Consejos logísticos (cómo moverse, dónde comer, mejor hora)
- ✓ FAQ: las 15 preguntas que frenan la compra



GUÍA TIPO 2

MEJORES TOURS EN (DESTINO) PARA (FAMILIAS/PAREJAS/CRUCERISTAS)

El viajero sabe qué es (tour) pero no sabe cuál elegir. La IA usa esto para dar respuestas personalizadas.

Dentro: comparativa directa, pros/contras, por qué cada uno.



PLAN DE 30 DÍAS

Realista & Ejecutable

SEMANA 1

1. Revisa indexación (Search Console), sitemap, canónicos, robots
2. Limpia páginas finas/duplicadas (evita canibalización)
3. Mejora enlazado interno:
experiencias → categorías → guías → FAQs
4. Asegura que lo importante está en texto, no solo en imágenes

SEMANA 2

1. Reescribe 5 experiencias top con la plantilla del capítulo 5
2. Añade FAQ real (de llamadas, WhatsApp, emails, reseñas)
3. Crea 3 guías "hub":
 - "Qué hacer en [Destino] en 1/2/3 días"
 - "Mejores tours para [familias/parejas/cruceiristas]"
 - "Cómo llegar / dónde aparcar / mejores horas / clima"
 - Añade FAQ real (de llamadas, WhatsApp, emails, reseñas)
 - Crea 3 guías "hub":



SEMANA 3

1. Página "Sobre nosotros" con experiencia real (años, equipo, licencias si aplica)
2. Página "Información práctica" del destino (actualizable)
3. Consistencia de marca (mismo nombre, dirección, teléfono)
4. Consigue 3-5 menciones/enlaces relevantes (prensa local, partners, asociaciones)

SEMANA 4

1. Define 20 preguntas "de compra" (ej.: "mejor excursión a X desde Y")
2. Comprueba si apareces en respuestas IA (manual + herramientas)
3. Mide calidad de tráfico: Google indica que los clics desde páginas con AI Overviews pueden ser de mayor calidad (más tiempo en sitio).
4. Actualiza 2 contenidos/semana (precios, horarios, temporada, obras, accesos)



CÓMO SABER SI ESTÁ FUNCIONANDO

LO QUE IMPORTA: RESERVAS

Olvídate de descargas, de views, de "engagement". La única métrica que importa es una: ¿cuántas experiencias estoy vendiendo directamente?

Aquí te digo exactamente qué medir con 5 métricas a tener en cuenta

MÉTRICA 1

TRÁFICO DESDE IA QUE CONVIERTE EN RESERVA

¿Qué es? Personas que llegan desde ChatGPT, Perplexity o Google IA Overviews y completan una reserva en tu web en los próximos 48 horas.

Cómo medirlo:

- 🔌 En Google Analytics, crea un segmento para tráfico desde "referrer = chat.openai.com" o "referrer = perplexity"
- 🔌 Sigue ese tráfico hasta la conversión (página de agradecimiento/confirmación de pago)
- 🔌 Mide: X personas desde IA → Y personas que reservan

Tu objetivo:

- 🔌 Semana 1-2: Aparecer en 10-15 respuestas IA para palabras clave tuyas
- 🔌 Semana 3-4: Mínimo 5-10 visitas desde IA
- 🔌 Mes 2: Mínimo 2-3 reservas confirmadas que vengan de IA

**Si esto está pasando,
GEO FUNCIONA**



AUMENTO DE RESERVAS WEB DIRECTA MES A MES

¿Qué es? El total de reservas que recibes directamente en tu web (no OTA, no Airbnb, no plataformas terceras). Solo TU web.

Antes de GEO: X reservas/mes Después de GEO (mes 1): ¿Es X + algo?

Cómo medirlo:

- 🔗 Mira tu facturación de hace 3 meses
- 🔗 Mira tu facturación de ahora
- 🔗 La diferencia es lo que GEO te está generando

Tu objetivo:

- 🔗 Mes 1: +10-15% de reservas vs mes anterior (si haces GEO bien)
- 🔗 Mes 2: +20-30%
- 🔗 Mes 3: +50% o más (si además TuriTop optimiza el checkout)

¿Por qué suben? Porque:

- 🔗 La IA te menciona
- 🔗 Alguien que no sabía de ti te ve en la respuesta
- 🔗 Clica tu nombre
- 🔗 Ve tu página clara, estructurada, con precios y disponibilidad
- 🔗 Reserva directamente (sin intermediarios)

MÉTRICA 3

TICKET PROMEDIO Y MARGEN DE ESAS RESERVAS

¿Qué es? Las reservas que vienen de IA suelen ser de más calidad.

Cómo medirlo:

- 🔗 Toma el dinero total que entró por reservas directas (vía IA o visibilidad orgánica)
- 🔗 Divide por número de reservas
- 🔗 Compara con tu ticket promedio anterior

Ejemplo real:

- 🔗 Antes: $50 \text{ reservas/mes} \times 60\text{€} = 3.000\text{€}$
- 🔗 Después de GEO: $65 \text{ reservas/mes} \times 65\text{€} = 4.225\text{€}$
- 🔗 Ganancia: $+1.225\text{€/mes} = +14.750\text{€/año}$

Y lo mejor: margen al 100% (sin comisión de OTA)

Si tu ticket promedio sube aunque sea 5-10€, GEO está funcionando.



TASA DE CONVERSIÓN EN TU WEB

¿Qué es? De las personas que llegan a tu web desde IA, ¿cuántas reservan?

Cómo medirlo:

- 🔌 Total de visitantes que llegan desde IA
- 🔌 Total de esos visitantes que completaron una reserva
- 🔌 Cálculo: $(\text{reservas} / \text{visitantes}) \times 100$

Ejemplo

- 🔌 50 personas llegan desde IA
- 🔌 5 hacen una reserva
- 🔌 Tasa de conversión: 10%

(Para contexto: una buena web de experiencias tiene 2-4% de conversión. Si tú estás en 5%+, está muy bien.)

Por qué esto importa: Si tu tasa sube después de aplicar GEO, significa que:

- 🔌 La IA está trayendo gente MÁS CUALIFICADA (que realmente quiere reservar)
- 🔌 Tu página está clara y cierra ventas
- 🔌 Tu checkout no tiene fricción

**Si sube de 2% a 3-4%,
duplicaste tu eficiencia.**

MÉTRICA 5

VELOCIDAD DE COMPRA (DÍAS DESDE PRIMER CONTACTO A RESERVA)

¿Qué es? Cuántos días pasan entre que alguien ve tu experiencia en IA y que reserva.

Cómo medirlo:

- 🕒 Si tienes un formulario de contacto: ¿cuánto tarda alguien en rellenar + hacer clic?
- 🕒 Si tienes compra directa: ¿tiempo desde entrada a la web hasta botón "pagar"?

Tu objetivo:

- 🕒 Sin GEO: 3-7 días (mucho ida y vuelta por email)
- 🕒 Con GEO + web clara: 1-2 días
- 🕒 Con GEO + TuriTop: 5 minutos a 2 horas

Si tu tiempo de compra baja de 5 días a 1-2 días, significa que la claridad de **tu contenido GEO está funcionando**.

LO MÁS IMPORTANTE EL NÚMERO FINAL

Cuando termines el mes, hay UN número que te importa:
€ ganados en reservas directas que no tenías hace 4 semanas

Si hiciste GEO bien:

MES 1

+200 - 400€

conservador

MES 2

+500 - 1.000€

*si optimizas
conversión*

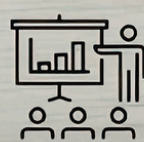
MES 3

+1.000 - 2.000€

*dependiendo de tu
volumen*

Eso es todo. Si ese número sube, GEO funciona. Si no sube, algo no estás haciendo bien.

Y ahí es donde entra TuriTop: no solo para aparecer en IA, sino para convertir eso en dinero real en tu cuenta, sin intermediarios.





FAQ

10

LO QUE TODOS PREGUNTAN

¿GEO es una moda?

No. Hay investigación académica formal sobre esto. Pero más importante: el cambio de comportamiento ya pasó. La gente ya pregunta a IA. Ya no es "tendencia", es realidad.

¿Me va a robar tráfico la IA?

Puede reducir clics en búsquedas puramente informativas ("¿qué es un rafting?"). Pero aumenta en búsquedas de compra ("dónde reservar rafting"). Tu estrategia: hacer contenido que la IA pueda usar Y que dirija a la gente a reservar. Por eso existen los leads magnets.

¿Necesito un programador?

No. Si tu web está hecha en WordPress, Wix o similar, esto es solo reescribir contenido. Una persona sin skills técnicos puede hacerlo.

¿Y si tengo solo 3 tours?

Mejor aún. Es más fácil hacerlo bien con 3 que con 30. Empieza por esos 3 y expande.

¿Cuándo veo resultados?

Las IA indexan más rápido que Google. Algunos operadores ven presencia en ChatGPT/Perplexity en 2-3 semanas. Las reservas pueden tardar 4-6 semanas porque necesitas lead → confianza → compra.



¿Estoy listo para Geo?

CHECKLIST

Marca lo que ya tienes:

- Una URL por experiencia (sin duplicados)
- Cada experiencia tiene: itinerario, incluye/no incluye, punto de encuentro, duración, accesibilidad, cancelación
- 10-15 FAQs por experiencia (reales, no inventadas)
- 2-3 guías pilar (1/2/3 días, por perfil, etc.)
- Información clave en texto (no en imágenes)
- Enlaces internos que conectan conceptos
- Actualizo contenido cada semana mínimo
- Mido presencia IA cada semana

Si marcaste 6 o más: estás en buen camino

Si marcaste 3-5: necesitas 2-3 semanas de trabajo

Si marcaste menos de 3: empieza por la semana 1 del plan de 30 días

PRÓXIMO PASO

De visible a vendido



Aquí está la parte que falta en la mayoría de "consejos GEO": aparecer en respuestas IA no es suficiente. Necesitas convertir eso en reserva.

La IA te dice: "Hay 5 tours de senderismo en Asturias que cumplen eso" El viajero lee tu nombre entre otros 4-5 y piensa: "Vale, pero ¿cómo reservo?" Si tu web es confusa, si el checkout es lento o pide 15 datos innecesarios, pierdes.

Por eso existe TuriTop: tu motor de reservas optimizado.

Con TuriTop:

- ✓ El viajero llega a tu web (desde IA o desde donde sea)
- ✓ Ve disponibilidad en tiempo real
- ✓ Hace clic, rellenar 3 campos, paga
- ✓ Recibe confirmación automática
- ✓ Tú controlas cupos, precios, temporada sin complicaciones

En resumen: GEO te pone en el radar de IA (visibilidad) TuriTop convierte ese radar en reserva (conversión)

Juntas, crean el ciclo completo: **Aparecer** → **Visitar web** → **Reservar directamente** → **Margen 100% tuyo**

13

PRÓXIMO PASO

Auditoria SEO & GEO GRATUITA

Si diriges una experiencia (tour, senderismo, visita guiada, actividad, atracción), te ofrecemos una auditoría SEO y GEO sin coste:

TE ENVIAMOS

- ✓ 10 mejoras priorizadas (qué impacta más vs qué cuesta menos)
- ✓ Las 5 preguntas FAQ que te faltan para vender más
- ✓ Estructura recomendada para tus 3 primeras páginas
- ✓ Acceso a una demo de TuriTop

¿Cómo?

Llena el siguiente formulario y recibirás en tu correo las auditorías de SEO & GEO gratuitas.



FUENTES

- **BBVA:** Análisis "Del SEO al GEO" — definición GEO, caída de clics, pilares y cómo conviven SEO+GEO
- **Google Search Central:** "AI features and your website" — cómo funcionan AI Overviews, elegibilidad, sin requisitos técnicos especiales
- **Arival:** Reporte 2025 sobre cuota de OTAs (37%), caída de reservas directas (29% → 25%) y priorización de IA en marketing
- **Investigación académica:** Paradigma GEO formalizado en OpenReview y Princeton

ÚLTIMA COSA

Hace 10 años, "posicionarse en Google" era mágico. Hoy, es básico.

En 2 años, "aparecer en respuestas IA" será básico también. La diferencia entre operadores que crecen y los que desaparecen no será "usar GEO" (todos lo usarán).

Será hacerlo bien.

Estructura clara, contenido útil, actualización constante, credibilidad real.

Eso es GEO. Eso es vender más.

*De TuriTop para ti,
Tu partner en reservas directas*